

ANALYSIS BREAK EVEN POINT (BEP) AS PROFIT PLANNING IN UMKM KERUPUK ASOY RENGASDENGKLOK KARAWANG

ANALISIS *BREAK EVEN POINT* (BEP) SEBAGAI PERENCANAAN LABA PADA UMKM KERUPUK ASOY RENGASDENGKLOK KARAWANG

Yessy Shafira Danti Widyasari¹, Sihabudin², Robby Fauji³

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Universitas Buana Perjuangan Karawang¹²³

mn19.yessywidyasari@mhs.ubpkarawang.ac.id¹, sihabudin@ubpkarawang.ac.id²,

robbyfauji@ubpkarawang.ac.id³

ABSTRACT

UMKM Kerupuk Asoy is a business that produces crackers made from wheat flour and starch. The average production carried out by UMKM Asoy Crackers in a month reaches 420 to 480 bales. Break even point (BEP) analysis is an analytical technique used to determine conditions where a company in carrying out its activities does not make a profit and does not suffer a loss or the amount of income is equal to the amount of costs incurred. The aim of this research is to find out how much break even point and margin of safety experienced and achieved UMKM Kerupuk Asoy in August 2023 and to make a profit plan in October 2023 to achieve the profits expected UMKM Kerupuk Asoy. This research uses break even point data analysis and margin of safety analysis. The method used in this research is a quantitative descriptive approach by presenting a summary of the data and values calculated based on the data collected. The results of this research show that there is a difference in achieving the break-even point in rupiah and quantity, this is due to differences in sales volume.

Keywords: UMKM, Break Even Point, Margin of Safety, Profit Planning

PENDAHULUAN

Perekonomian di Indonesia dibangun dan didukung oleh berbagai sektor. Salah satu sektor pentingnya yang memberikan dampak dalam bidang pertumbuhan ekonomi di Indonesia adalah UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). UMKM memiliki beragam pengertian. Menurut Dewan Koperasi Indonesia (DEKOPIN) UMKM dapat dikategorikan menjadi perusahaan dengan skala kecil, penggunaan teknologi tradisional, serta memiliki pengelolaan sederhana (Laena, 2010).

Peran UMKM terutama akan terasa pada pembangunan daerah karena yakni sektor ekonomi yang umumnya dilakukan oleh mayoritas masyarakat Indonesia. Dengan keberadaan UMKM, akan muncul berbagai kesempatan kerja dan pendapatan, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memberikan dukungan kepada warga dari segmen ekonomi menengah ke bawah untuk memenuhi kebutuhan mereka sehari-hari. Melalui keberadaan UMKM juga akan ada pengurangan tingkat pengangguran dan kemiskinan di daerah. Selain itu, UMKM juga secara khusus membuka kesempatan bagi setiap individu yang memiliki keahlian dan ide yang berbeda-beda untuk mencari penghidupan (Efrianti, D., Sutarti, S., & Sari, R. P, 2018).

Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316 /KMK. 016 /1994, UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) diterjemahkan menjadi individu atau entitas bisnis yang telah terlibat dalam kegiatan usaha dengan melakukan pemasaran atau mencapai pendapatan kotor tahunan maksimal Rp 600.000.000 atau memiliki aset maksimal Rp 600.000.000 (tidak termasuk tanah dan bangunan yang digunakan). UMKM dapat berupa badan hukum (CV, PT, dan Koperasi) atau perorangan seperti pengrajin /industri rumah tangga, petani, peternak, nelayan, perambah hutan, penambang, pedagang barang, dan penyedia jasa.

Dengan ditetapkannya pemograman yang baik akan memberikan kemudahan bagi UMKM untuk berjalan efektif dengan mendapatkan hasil perekonomian di Indonesia sekitar 64,2 juta atau berkontribusi langsung dengan besar PDB sebesar 61,7% yang mana ini tentunya memberikan keuntungan bagi setiap UMKM tersebut. Dengan adanya UMKM maka memberikan kontribusi dalam bidang perekonomian Indonesia hingga mencapai 97% di mana ini tentunya menghimpun hingga mencapai 60,4% dari banyak investasi yang diberikan. Sehingga, UMKM memiliki identitas yang sangat dibutuhkan dalam meningkatkan perekonomian rakyat. (KemenkopUKM, 2022)

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), disebutkan bahwa UMKM adalah entitas produktif yang dimiliki oleh individu dan/atau badan usaha individu yang telah memenuhi kriteria yang dijelaskan dalam undang-undang ini. Dalam mengklasifikasikan usaha berdasarkan ukuran dan lingkup operasionalnya, terdapat tiga jenis usaha, yaitu usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Usaha mikro, menjadi kategori dengan skala terkecil, umumnya berdiri secara independen, baik menjadi usaha perorangan maupun badan usaha kecil dengan keterbatasan daya dan modal. Meskipun memiliki skala terkecil, usaha mikro mampu beroperasi di berbagai sektor industri, termasuk perdagangan, jasa, manufaktur, dan menjadinya. Menjadi kecenderungan umum, usaha mikro biasanya fokus atau spesifik dalam memenuhi kebutuhan pasar lokal atau segmen pasar yang spesifik.

Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa UMKM adalah entitas usaha kecil yang dapat berbentuk perorangan atau badan usaha, yang memiliki skala kecil dan dibatasi oleh jumlah tenaga kerja, pemasaran atau pendapatan kotor, serta aset atau aktivananya. Penggunaan teknologi dalam UMKM umumnya masih bersifat tradisional, dengan manajemen usaha yang simpel.

Perencanaan yang efektif memiliki peran penting dalam proyeksi tingkat laba yang dapat dicapai oleh suatu usaha, sehingga laba yang dihasilkan dapat dioptimalkan. Pada prinsipnya, perencanaan laba melibatkan rangkaian tindakan yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan laba yang telah ditetapkan. Laba sendiri yakni selisih antara pendapatan yang dihasilkan dari pemasaran dengan pengeluaran-pengeluaran yang dikeluarkan selama proses produksi. Oleh karena itu, dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan, manajemen dihadapkan pada tuntutan untuk mengalokasikan sumber daya secara efisien dengan pengeluaran yang paling optimal guna mencapai tujuan perusahaan. (Pelu, 2021)

Ketika perusahaan berhasil mencapai target keuntungan atau laba yang ditetapkan, perkembangan perusahaan menjadi lebih stabil di tengah persaingan yang semakin ketat. Sebaliknya, jika perusahaan tidak mencapai laba sesuai harapan, dapat mengalami kerugian. Dalam menetapkan tujuan laba perusahaan, memahami volume pemasaran minimum yang perlu diproduksi sangat krusial untuk menghindari kerugian. Oleh karena itu, perusahaan memerlukan suatu teknik analisis yang dapat memberikan informasi tersebut, yang dikenal menjadi *Break Even Point* (BEP) atau analisis titik impas. (Rusmayanti, 2021)

Analisis *Break Even Point* (BEP) memainkan peran yang sangat penting dalam proses pemograman dan penganggaran perusahaan.

Fungsinya adalah meningkatkan ketepatan dalam meramalkan aspek-aspek seperti pemasaran, produksi, pengeluaran, serta laba atau rugi. Oleh karena itu, penggunaan Analisis *Break Even Point* (BEP) dapat meningkatkan keandalan dan validitas laporan keuangan yang disiapkan oleh perusahaan. Tujuan dari Analisis *Break Even Point* (BEP) adalah untuk memahami perilaku pengeluaran dan keuntungan, di mana pengeluaran menentukan harga jual, harga jual memengaruhi volume pemasaran, dan volume produksi memengaruhi pengeluaran. Dalam konteks pemograman, hubungan antara pengeluaran, volume, dan laba memegang peranan yang sangat krusial. (Ananda, 2019)

Break Even Point (BEP) adalah kondisi di mana suatu perusahaan mencapai titik impas, di mana kegiatan operasional perusahaan tidak menghasilkan laba, namun juga tidak mengalami kerugian. Dengan kata lain, total pendapatan yang diterima setara dengan total pengeluaran yang dikeluarkan. Analisis *Break Even Point* (BEP) berfungsi menjadi alat bantu bagi manajemen perusahaan dalam memperoleh informasi mengenai jumlah pemasaran minimal dan volume produksi yang harus dicapai untuk mencapai laba yang diharapkan. (Lasimun, 2019)

Subyek dalam penelitian ini adalah UMKM Kerupuk Asoy, yang fokus pada produksi kerupuk menggunakan bahan dasar campuran tepung terigu dan kanji. UMKM Kerupuk Asoy secara umum menghasilkan antara 420 hingga 480 bal kerupuk per bulan, jumlah ini dipengaruhi oleh skala produksi kerupuk yang diolah. Berikut tabel menyajikan informasi tentang pendapatan UMKM Kerupuk Asoy dari tahun ke tahun. Pendapatan tahunan UMKM Kerupuk Asoy mengalami variasi, dengan pendapatan mencapai Rp 384.750.000 pada tahun 2020, Rp 389.250.000 pada tahun 2021, dan meningkat menjadi Rp 427.500.000 pada tahun 2022.

Perubahan dalam pendapatan UMKM Kerupuk Asoy, baik penurunan maupun kenaikan, dapat disebabkan oleh kurangnya perencanaan penjualan yang optimal (Maulida Nashuha Fajri, 2020). Oleh karena itu, diperlukan Analisis *Break Even Point* menjadi suatu strategi perencanaan laba. Analisis ini dapat membantu UMKM untuk mencapai laba yang diinginkan dan memberikan landasan bagi pengambilan keputusan. Keterkaitan antara titik impas dan perencanaan laba melibatkan aspek anggaran, termasuk pengeluaran dan pemasaran, yang secara keseluruhan berperan dalam mencapai laba.

Hingga saat ini, UMKM Kerupuk Asoy belum memiliki pengetahuan mengenai titik impas dalam operasional bisnisnya. Laba yang diperoleh hanya dinilai berdasarkan perbandingan antara total pengeluaran dan pendapatan tanpa adanya

pembukuan yang terperinci. Berdasarkan informasi tersebut, analisis titik impas diperlukan untuk memberikan pedoman yang jelas mengenai jumlah produk minimum yang harus diproduksi dan dijual. Maksudnya adalah agar UMKM Kerupuk Asoy dapat mencapai laba atau keuntungan sebesar mungkin, sehingga usaha ini dapat terus berlanjut secara berkelanjutan. Oleh karena itu, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Break Even Point (BEP) Sebagai Perencanaan Laba pada UMKM Kerupuk Asoy.**”

TINJAUAN PUSTAKA

1. Analisis Break Even Point (BEP)

Analisis *Break Even Point* (BEP) yakni metode umum yang digunakan oleh sejumlah manajemen perusahaan untuk mendapatkan data terkait tingkat pemasaran minimum yang perlu dicapai agar perusahaan tidak mengalami kerugian atau tidak memperoleh keuntungan (Rachmina dan Sari, 2017:142). BEP juga dapat dijelaskan menjadi evaluasi yang bertujuan untuk menentukan jumlah unit barang atau jasa yang harus dijual pada suatu harga tertentu agar dapat menutupi pengeluaran operasional dan mencapai keuntungan, menciptakan kondisi usaha yang menguntungkan dan layak dijalankan (Feni., et al., 2020:4). Dikenal juga menjadi analisis titik impas, BEP yakni teknik untuk mengidentifikasi titik spesifik di mana pendapatan pemasaran cukup untuk menutupi seluruh pengeluaran operasional, dan mengindikasikan seberapa besar keuntungan atau kerugian yang mungkin dialami perusahaan jika pemasaran melebihi atau kurang dari titik tersebut (Emanauli, Sari & Oktaria, 2021:25). Kesimpulannya, titik impas adalah tingkat volume pemasaran di mana total pengeluaran sama dengan total penerimaan atau pendapatan dari pemasaran, dengan laba yang mencapai nol, sesuai dengan beberapa pandangan para ahli di atas.

2. Manfaat Break Even Point

Menurut Herispon (2018:215), penerapan analisis *Break Even Point* hanya dapat terjadi jika memenuhi syarat tertentu, seperti keberadaan output (pemasaran), adanya pengeluaran tetap dan pengeluaran variabel yang didasarkan pada konsep pemisahan pengeluaran. Setelah memenuhi ketiga syarat tersebut, analisis titik impas dapat dijalankan dan memberikan manfaat, antara lain:

a. Secara Umum

- a) Memberikan informasi kepada pimpinan perusahaan mengenai pola hubungan antara volume pemasaran, pengeluaran, dan tingkat keuntungan pada tingkat pemasaran tertentu.

b. Secara Khusus

Memudahkan pengambilan keputusan bagi pimpinan perusahaan terkait:

- 1) Jumlah pemasaran minimal yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
- 2) Jumlah pemasaran yang perlu dicapai untuk mencapai keuntungan tertentu.
- 3) Pengurangan pemasaran yang dapat diterima agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
- 4) Pengaruh perubahan harga jual, pengeluaran, dan volume pemasaran terhadap keuntungan yang akan diperoleh.

Menurut Jodinesa (2018), analisis *Break Even Point* memiliki manfaat, seperti:

- 1) Mengetahui keterkaitan antara pemasaran, pengeluaran, dan laba.
- 2) Memahami struktur pengeluaran variabel dan pengeluaran tetap.
- 3) Menilai kemampuan perusahaan untuk memberikan margin guna menutupi pengeluaran tetap.
- 4) Menilai kemampuan perusahaan dalam mengendalikan pengeluaran dan mencapai batas di mana perusahaan tidak mengalami laba atau rugi.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa analisis *Break Even Point* memberikan kemudahan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan untuk mengurangi kerugian, meningkatkan keuntungan, dan memproyeksikan volume pemasaran berdasarkan target keuntungan.

3. Asumsi Dasar Analisis Break Even Point

Karnadi & Atika (2019:4) menyatakan bahwa dasar dari analisis *Break Even Point* memiliki beberapa asumsi, yaitu:

- 1) Pengeluaran dalam perusahaan terbagi menjadi pengeluaran variabel dan pengeluaran tetap.
- 2) Besarnya pengeluaran variabel secara keseluruhan berubah proporsional dengan volume pemasaran.
- 3) Besarnya pengeluaran tetap secara keseluruhan tetap, meskipun terjadi perubahan volume pemasaran. Ini berarti pengeluaran tetap per unitnya berubah mengikuti perubahan volume pemasaran.
- 4) Harga jual per unit tetap selama periode analisis.
- 5) Perusahaan hanya memproduksi satu jenis produk. Jika ada lebih dari satu jenis produk, pertimbangan pendapatan pemasaran antar produk tetap konstan.

4. Hubungan antara Analisis Break Even Point dengan Perencanaan Laba

Penerapan analisis *break even point* (BEP) memiliki manfaat yang signifikan dalam perencanaan laba perusahaan. Dengan mengetahui besarnya BEP, perusahaan dapat menentukan jumlah produk yang harus dijual (budget sales) dan menetapkan harga jualnya (sales price) untuk mencapai target laba tertentu. Analisis break -even

point yakni metode yang efektif untuk menetapkan harga dengan cara mengidentifikasi pengeluaran perusahaan dan tingkat laba yang diinginkan (Pelu, 2021).

5. Hubungan antara *Margin Of Safety* dengan Perencanaan Laba

Margin of Safety adalah perbedaan antara pendapatan pemasaran yang diproyeksikan dengan pendapatan pemasaran pada titik impas (break-even). Ini memberikan wawasan kepada manajemen tentang sejauh mana penurunan maksimum target pendapatan pemasaran dapat terjadi tanpa menyebabkan kerugian bagi perusahaan (Nursanty, 2022).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Data dan informasi yang diperlukan mencakup data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan pemilik UMKM Kerupuk Asoy, sementara data sekunder diperoleh melalui pencatatan pemasaran. Teknik pengumpulan data melibatkan studi kepustakaan, observasi, wawancara, dan dokumentasi (Sugiono, 2018). Selain itu, peneliti melakukan analisis data menggunakan Teknik analisis *Break Even Point* (BEP) dengan tujuan membuat rencana penjualan untuk tahun berikutnya.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan melalui perhitungan *Break Even Point* (BEP), yang nantinya akan menjadi dasar dalam perencanaan laba. Proses ini melibatkan langkah-langkah menjadi berikut:

1. Pengumpulan data dari perusahaan, termasuk data penggunaan dana
2. Perhitungan margin kontribusi, yang memberikan informasi jumlah yang tersedia untuk menutup pengeluaran tetap dan menghasilkan laba. Margin kontribusi dihitung menggunakan rumus:

$$\text{Margin kontribusi (MK)} = \text{Pemasaran} - \text{Pengeluaran variabel}$$

3. Perhitungan rasio margin kontribusi, yaitu perbandingan antara margin kontribusi dengan total pemasaran. Rasio margin kontribusi dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Rasio margin kontribusi (RMK)} = \frac{\text{Margin kontribusi}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

4. Analisis titik impas (*break even point*)

- a) *Break even point* dalam unit

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Harga jual per unit} - \text{biaya variabel per unit}}$$

- b) *Break even point* dalam rupiah

$$\text{BEP (rupiah)} = \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Rasio margin kontribusi}}$$

5. Analisis tingkat keamanan (*Margin Of Safety*) untuk mengetahui sampai tingkat berapa perusahaan dapat menurunkan pemasaran tanpa mengalami kerugian.

$$\text{Margin of safety (MOS)} = \text{Pemasaran direncanakan} - \frac{\text{Penjualan pada BEP}}{\text{Penjualan direncanakan}} \times 100\%$$

$$\text{MOS dalam rupiah} = \text{MOS} \times \text{Pemasaran direncanakan}$$

6. Menentukan target laba yang direncanakan perusahaan, dengan rumus:

$$\text{Target volume (unit)} = \frac{\text{Biaya tetap} + \text{Target laba}}{\text{Margin kontribusi per unit}}$$

$$\text{Target volume (Rp)} = \frac{\text{Biaya tetap} + \text{Target laba}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Data pemasaran UMKM Kerupuk Asoy pada Tahun 2020, 2021 dan 2022

Data berikut adalah data mengenai jumlah penjualan, harga jual dan pendapatan yang dilakukan UMKM Kerupuk Asoy selama tahun 2020.

Tabel 1 Data Pemasaran UMKM Kerupuk Asoy Tahun 2020

No	Bulan	Jumlah Pemasaran (Bal)	Harga Jual Per Bal (Rp)	Pendapatan (Rp)
1	Januari	390 bal	75.000	29.250.000
2	Februari	320 bal	75.000	24.000.000
3	Maret	390 bal	75.000	29.250.000
4	April	410 bal	75.000	30.750.000
5	Mei	420 bal	75.000	31.500.000
6	Juni	510 bal	75.000	38.250.000
7	Juli	510 bal	75.000	38.250.000
8	Agustus	480 bal	75.000	36.000.000
9	September	450 bal	75.000	33.750.000
10	Oktober	420 bal	75.000	31.500.000
11	November	410 bal	75.000	30.750.000
12	Desember	420 bal	75.000	31.500.000
Total		5.13		384.750.000

Sumber : UMKM Kerupuk Asoy

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pendapatan pada UMKM Kerupuk Asoy mengalami fluktuasi. Kenaikan maupun penurunan pada jumlah penjualan di tahun 2020 disebabkan karena banyaknya jumlah permintaan. Jumlah penjualan terendah pada bulan Februari dengan jumlah penjualan sebanyak 320 bal. Dan penjualan tertinggi pada bulan Juni dan bulan Juli dengan jumlah penjualan sebanyak 510 bal. Data berikut adalah data mengenai jumlah penjualan, harga jual dan pendapatan yang dilakukan UMKM Kerupuk Asoy selama tahun 2021.

Tabel 2 Data Pemasaran UMKM Kerupuk Asoy Tahun 2021

No	Bulan	Jumlah Pemasaran (Bal)	Harga Jual Per Bal (Rp)	Pendapatan (Rp)
1	Januari	390 bal	75.000	29.250.000
2	Februari	390 bal	75.000	29.250.000
3	Maret	360 bal	75.000	27.000.000
4	April	360 bal	75.000	27.000.000
5	Mei	360 bal	75.000	27.000.000
6	Juni	480 bal	75.000	36.000.000
7	Juli	510 bal	75.000	38.250.000
8	Agustus	510 bal	75.000	38.250.000
9	September	480 bal	75.000	36.000.000
10	Oktober	450 bal	75.000	33.750.000
11	November	420 bal	75.000	31.500.000
12	Desember	480 bal	75.000	36.000.000
	Total	5.190 bal		389.250.000

Sumber : UMKM Kerupuk Asoy

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pendapatan pada UMKM Kerupuk Asoy mengalami fluktuasi. Kenaikan maupun penurunan pada jumlah penjualan di tahun 2021 disebabkan karena banyaknya jumlah permintaan. Jumlah penjualan terendah pada bulan Maret hingga bulan Mei dengan jumlah penjualan sebanyak 360 bal. Dan penjualan tertinggi pada bulan Juli dan bulan Agustus dengan jumlah penjualan sebanyak 510 bal. Data berikut adalah data mengenai jumlah penjualan, harga jual dan pendapatan yang dilakukan UMKM Kerupuk Asoy selama tahun 2022.

Tabel 3 Data Pemasaran UMKM Kerupuk Asoy Tahun 2022

No	Bulan	Jumlah Pemasaran (Bal)	Harga Jual Per Bal (Rp)	Pendapatan (Rp)
1	Januari	420 bal	75.000	31.500.000
2	Februari	420 bal	75.000	31.500.000
3	Maret	420 bal	75.000	31.500.000
4	April	450 bal	75.000	33.750.000
5	Mei	480 bal	75.000	36.000.000
6	Juni	540 bal	75.000	40.500.000
7	Juli	540 bal	75.000	40.500.000
8	Agustus	510 bal	75.000	38.250.000
9	September	510 bal	75.000	38.250.000
10	Oktober	480 bal	75.000	36.000.000
11	November	480 bal	75.000	36.000.000
12	Desember	450 bal	75.000	33.750.000
	Total	5.700 bal		427.500.000

Sumber : UMKM Kerupuk Asoy

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pendapatan pada UMKM Kerupuk Asoy mengalami fluktuasi. Kenaikan maupun penurunan pada jumlah penjualan di tahun 2022 disebabkan karena banyaknya jumlah permintaan. Jumlah penjualan terendah pada bulan Januari hingga bulan Maret dengan jumlah penjualan sebanyak 420 bal. Dan penjualan tertinggi pada bulan Juni dan bulan Juli dengan jumlah penjualan sebanyak 540 bal.

2. Mengelompokkan Pengeluaran Produksi ke dalam Pengeluaran Tetap dan Pengeluaran Variabel

Dalam menghitung titik impas atau *break even point* dalam penelitian, data yang diperlukan melibatkan pengelompokan pengeluaran tetap dan pengeluaran variabel.

Tabel 4 Klasifikasi Pengeluaran Tetap dan Pengeluaran Variabel UMKM Kerupuk Asoy Tahun 2020 – 2022

Keterangan	2020	2021	2022
Pengeluaran Tetap :			
Pengeluaran perlengkapan	20.280.000	20.640.000	20.680.000
Pengeluaran gaji karyawan	50.400.000	50.400.000	50.400.000
Jumlah pengeluaran tetap	70.680.000	71.040.000	71.080.000
Pengeluaran Variabel :			
Pengeluaran produksi	190.451.000	209.651.000	231.682.000
Pengeluaran transportasi	3.600.000	3.600.000	3.600.000
Pengeluaran air	4.200.000	4.200.000	4.200.000
Jumlah pengeluaran variabel	198.251.000	217.451.000	239.482.000

Sumber : UMKM Kerupuk Asoy

Tabel di atas memuat data mengenai pengeluaran tetap dan pengeluaran variabel dari UMKM Kerupuk Asoy, yang terdiri dari elemen pengeluaran tetap seperti pengeluaran pemeliharaan peralatan dan pengeluaran gaji karyawan. Sementara itu, pengeluaran variabel mencakup pengeluaran produksi, pengeluaran transportasi, dan pengeluaran air. Kenaikan pengeluaran setiap tahunnya terjadi karena peningkatan penggunaan bahan baku.

Dari tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengeluaran tetap yang dikeluarkan oleh UMKM Kerupuk Asoy pada tahun 2020 mencapai Rp 70.680.000. Pada tahun 2021, pengeluaran tetap meningkat menjadi Rp 71.040.000, dan pada tahun 2022 mencapai Rp 71.080.000. Sementara itu, pengeluaran variabel yang dikeluarkan pada tahun 2020 sebesar Rp 198.251.000, meningkat menjadi Rp 217.451.000 pada tahun 2021, dan mencapai Rp 239.482.000 pada tahun 2022..

3. Analisis Break Even Point UMKM Kerupuk Asoy

Sebelum menghitung titik impas atau break-even point, langkah awal yang diperlukan adalah perhitungan margin kontribusi. Margin kontribusi ini akan menunjukkan jumlah yang dapat digunakan untuk menutup semua pengeluaran tetap. Setelah semua pengeluaran tetap tercakup, sisa dari margin kontribusi tersebut akan menjadi laba. Perhitungan margin kontribusi dapat dilakukan dengan menggunakan rumus :

Margin Kontribusi = Pemasaran – Pengeluaran Variabel

Margin Kontribusi per bal = Harga Jual per bal – Pengeluaran Variabel per bal

Berikut perhitungan margin kontribusi UMKM Kerupuk Asoy pada tahun 2020 :

$$\text{Margin Kontribusi} = \text{Rp } 384.750.000 - \text{Rp } 198.251.000$$

$$= \text{Rp } 186.499.000$$

$$\text{Margin Kontribusi per bal} = \text{Rp } 75.000 - \text{Rp } 38.600$$

$$= \text{Rp } 36.400$$

Berikut perhitungan margin kontribusi UMKM Kerupuk Asoy pada tahun 2021 :

$$\text{Margin Kontribusi} = \text{Rp } 389.250.000 - \text{Rp } 217.451.000$$

$$= \text{Rp } 171.799.000$$

$$\text{Margin Kontribusi per bal} = \text{Rp } 75.000 - \text{Rp } 42.000$$

$$= \text{Rp } 33.000$$

Berikut perhitungan margin kontribusi UMKM Kerupuk Asoy pada tahun 2022 :

$$\text{Margin Kontribusi} = \text{Rp } 427.500.000 - \text{Rp } 239.482.000$$

$$= \text{Rp } 188.018.000$$

$$\text{Margin Kontribusi per bal} = \text{Rp } 75.000 - \text{Rp } 42.000$$

$$= \text{Rp } 33.000$$

Tabel 5 Laporan Anggaran Laba UMKM Kerupuk Asoy Tahun 2020 - 2022

Keterangan	2020	2021	2022
Pemasaran	384.750.000	389.250.000	427.500.000
Pengeluaran variabel	198.251.000	217.451.000	239.482.000
Margin kontribusi	186.499.000	171.799.000	188.018.000
Pengeluaran tetap	70.680.000	71.040.000	71.080.000
Laba	115.819.000	100.759.000	116.938.000

Sumber : UMKM Kerupuk Asoy

Berdasarkan laporan anggaran laba UMKM Kerupuk Asoy, dapat disimpulkan bahwa margin kontribusi pada tahun 2020 mencapai Rp 186.499.000, pada tahun 2021 sejumlah Rp 171.799.000, dan pada tahun 2022 mencapai Rp 188.018.000. Jumlah ini mencerminkan sisa pendapatan setelah menutup semua pengeluaran tetap dan sebelum mendapatkan laba bersih.

Tahap berikutnya adalah menghitung rasio margin kontribusi untuk mengevaluasi sejauh mana pemasaran memengaruhi margin kontribusi pada tahun 2020. Rasio margin kontribusi dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Rp } 186.499.000}{\text{Rp } 384.750.000} \times 100\% = 48\%$$

Rasio margin kontribusi pada tahun 2021 dapat dihitung menjadi berikut :

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Rp } 171.799.000}{\text{Rp } 389.250.000} \times 100\% = 44\%$$

Rasio margin kontribusi pada tahun 2022 dapat dihitung menjadi berikut :

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Rp } 188.018.000}{\text{Rp } 427.500.000} \times 100\% = 44\%$$

Selanjutnya menghitung *break even point* dalam rupiah maupun unit. Berikut adalah perhitungan *break even point* yang diperoleh UMKM Kerupuk Asoy pada tahun 2020 :

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\frac{\text{Rasio Margin Kontribusi}}{\text{Rp } 70.680.000}} = \frac{48\%}{\text{Rp } 70.680.000} = \text{Rp } 147.250.000$$

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual} - \text{Biaya Variabel per unit}} = \frac{\text{Rp } 147.250.000}{\text{Rp } 75.000 - \text{Rp } 38.600} = \frac{\text{Rp } 147.250.000}{\text{Rp } 36.400} = 1.941 \text{ unit}$$

Dari perhitungan di atas dapat dilihat bahwa titik impas atau *break even point* UMKM Kerupuk Asoy pada tahun 2020 dalam menjalankan usahanya yaitu sebanyak 1.941 unit atau sebesar Rp 147.250.000

Berikut adalah perhitungan *break even point* yang diperoleh UMKM Kerupuk Asoy pada tahun 2021 :

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\frac{\text{Rasio Margin Kontribusi}}{\text{Rp } 71.040.000}} = \frac{44\%}{\text{Rp } 71.040.000} = \text{Rp } 161.500.000$$

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual} - \text{Biaya Variabel per unit}} = \frac{\text{Rp } 161.500.000}{\text{Rp } 75.000 - \text{Rp } 42.000} = \frac{\text{Rp } 161.500.000}{\text{Rp } 33.000} = 2.152 \text{ unit}$$

Dari perhitungan di atas dapat dilihat bahwa titik impas atau *break even point* UMKM Kerupuk Asoy pada tahun 2021 dalam menjalankan usahanya yaitu sebanyak 2.152 unit atau sebesar Rp 161.500.000

Berikut adalah perhitungan *break even point* yang diperoleh UMKM Kerupuk Asoy pada tahun 2022 :

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\frac{\text{Rasio Margin Kontribusi}}{\text{Rp } 71.080.000}} = \frac{44\%}{\text{Rp } 71.080.000} = \text{Rp } 161.550.000$$

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual} - \text{Biaya Variabel per unit}} = \frac{\text{Rp } 161.550.000}{\text{Rp } 75.000 - \text{Rp } 42.000} = \frac{\text{Rp } 161.550.000}{\text{Rp } 33.000} = 2.153 \text{ unit}$$

Dari perhitungan di atas dapat dilihat bahwa titik impas atau *break even point* UMKM Kerupuk Asoy pada tahun 2022 dalam menjalankan usahanya yaitu sebanyak 2.153 unit atau sebesar Rp 161.550.000

4. Menentukan Margin Of Safety

Perhitungan *margin of safety* menunjukkan tentang seberapa besar realisasi pemasaran yang diperbolehkan untuk turun dari pemasaran BEP, sehingga tidak mengalami kerugian yang diperoleh UMKM Kerupuk Asoy pada tahun 2020.

$$\begin{aligned} \text{Margin of Safety} &= \frac{\text{Penjualan} - \text{Penjualan BEP}}{\text{Penjualan}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp } 384.750.000 - \text{Rp } 147.250.000}{\text{Rp } 384.750.000} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp } 237.500.000}{\text{Rp } 384.750.000} \times 100\% \\ &= 62\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Margin of Safety (Rp)} &= \text{MOS} \times \text{Pemasaran} \\ &= 62\% \times \text{Rp } 384.750.000 \\ &= \text{Rp } 238.545.000 \end{aligned}$$

Perhitungan *margin of safety* menunjukkan tentang seberapa besar realisasi pemasaran yang diperbolehkan untuk turun dari pemasaran BEP, sehingga tidak mengalami kerugian yang diperoleh UMKM Kerupuk Asoy pada tahun 2021.

$$\begin{aligned} \text{Margin of Safety} &= \frac{\text{Penjualan} - \text{Penjualan BEP}}{\text{Penjualan}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp } 389.250.000 - \text{Rp } 161.500.000}{\text{Rp } 389.250.000} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp } 227.750.000}{\text{Rp } 389.250.000} \times 100\% \\ &= 58\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Margin of Safety (Rp)} &= \text{MOS} \times \text{Pemasaran} \\ &= 58\% \times \text{Rp } 389.250.000 \\ &= \text{Rp } 225.765.000 \end{aligned}$$

Perhitungan *margin of safety* menunjukkan tentang seberapa besar realisasi pemasaran yang diperbolehkan untuk turun dari pemasaran BEP, sehingga tidak mengalami kerugian yang diperoleh UMKM Kerupuk Asoy pada tahun 2022.

$$\begin{aligned} \text{Margin of Safety} &= \frac{\text{Penjualan} - \text{Penjualan BEP}}{\text{Penjualan}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp } 427.500.000 - \text{Rp } 161.550.000}{\text{Rp } 427.500.000} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp } 265.950.000}{\text{Rp } 427.500.000} \times 100\% \\ &= 62\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Margin of Safety (Rp)} &= \text{MOS} \times \text{Pemasaran} \\ &= 62\% \times \text{Rp } 427.500.000 \\ &= \text{Rp } 265.050.000 \end{aligned}$$

5. Estimasi Target Pemasaran dan Laba Pada Tahun 2023

Usaha Kerupuk Asoy merencanakan kenaikan laba, dimana dalam hal ini pemilik merencanakan laba yang didapat pada bulan berikutnya adalah sebesar 5% lebih besar dari laba tahun 2022.

Laba tahun 2022 = Rp 116.938.000

$$\begin{aligned} \text{Target laba tahun 2023} &= (\text{Rp } 116.938.000 \times 5\%) + \text{Rp } 116.938.000 \\ &= \text{Rp } 5.846.900 + \text{Rp } 116.938.000 \\ &= \text{Rp } 122.784.900 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Perencanaan pemasaran (Rp)} &= \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}} \\ &= \frac{\text{Rp } 71.080.000 + \text{Rp } 122.784.900}{44\%} \\ &= \frac{\text{Rp } 193.864.900}{44\%} \\ &= \text{Rp } 440.603.000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Perencanaan pemasaran (unit)} &= \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Harga Jual} - \text{Biaya Variabel per unit}} \\ &= \frac{\text{Rp } 71.080.000 + \text{Rp } 122.784.900}{\text{Rp } 75.000 - \text{Rp } 42.000} \\ &= \frac{\text{Rp } 193.864.900}{\text{Rp } 33.000} \\ &= 5.875 \text{ unit/bal} \end{aligned}$$

Pembahasan

1. Menentukan Margin Kontribusi dan Rasio Margin Kontribusi

Hasil penelitian mencerminkan bahwa break even point (BEP) adalah salah satu instrumen yang digunakan untuk merencanakan laba dalam suatu perusahaan. Analisis break even point adalah suatu metode untuk menentukan titik impas, yaitu kondisi di mana perusahaan tidak menghasilkan laba dan tidak mengalami kerugian. Jika perusahaan telah menghitung dan mengetahui BEP, manajemen dapat dengan mudah merancang pemograman laba dan memperkirakan kemungkinan kerugian jika terjadi masalah. Sebelum menganalisis BEP, diperlukan perhitungan margin kontribusi untuk menilai sejauh mana perusahaan efektif menghasilkan suatu produk. Jika margin kontribusi tidak dapat menutupi pengeluaran tetap, kemungkinan besar perusahaan akan mengalami kerugian.

Margin kontribusi adalah pendapatan pemasaran setelah dikurangi total pengeluaran variabel. (Winarko & Astuti 2018:11)

Berdasarkan hasil penelitian pada UMKM Kerupuk Asoy di Kabupaten Karawang, dapat disimpulkan bahwa margin kontribusi yang diperoleh oleh UMKM Kerupuk Asoy pada tahun 2020 adalah sebesar Rp 186.499.000, pada tahun 2021 sebesar Rp 171.799.000, dan pada tahun 2022 sebesar Rp 188.018.000. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM Kerupuk Asoy berhasil menutupi pengeluaran tetap dan mencapai laba bersih.

Setelah mengetahui margin kontribusi, langkah selanjutnya adalah menghitung rasio margin. Rasio margin ini dapat menjadi panduan dalam pemograman laba. Rasio margin kontribusi adalah perbandingan antara margin kontribusi atau total pendapatan dikurangi pengeluaran variabel dengan total pemasaran (Winarko & Astuti, 2018:15).

Dari perhitungan tersebut, dapat disimpulkan bahwa UMKM Kerupuk Asoy memiliki rasio margin

kontribusi sebesar 48% pada tahun 2020. Namun, pada tahun 2021 dan 2022, UMKM mengalami penurunan rasio margin kontribusi menjadi 44%..

2. Penerapan Analisis Break Even Point

Perhitungan Break Even Point (BEP) dilakukan untuk menentukan jumlah pendapatan yang setara dengan pengeluaran, yaitu ketika perusahaan tidak menghasilkan keuntungan dan tidak mengalami kerugian (Erdiman, Ruri & Malse, 2022:24). Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat disimpulkan bahwa BEP dalam nilai rupiah UMKM Kerupuk Asoy pada tahun 2020 mencapai Rp 147.250.000, dengan BEP per unit sejumlah 1.941 unit. Pada tahun 2021, BEP dalam rupiah mencapai Rp 161.500.000, dan BEP per unit sejumlah 2.152 unit. Sementara pada tahun 2022, BEP dalam rupiah mencapai Rp 161.550.000, dengan BEP per unit sebanyak 2.153 unit. Hasil perhitungan BEP menunjukkan bahwa UMKM Kerupuk Asoy dapat menutupi seluruh pengeluaran tersebut untuk mencapai titik impas. Hal ini mengindikasikan bahwa UMKM Kerupuk Asoy tidak mengalami kerugian dan mampu menghasilkan laba dari pemasaran yang dilakukan.

3. Penerapan Analisis Margin Of Safety

Analisis *break even point* menghasilkan perhitungan mengenai *margin of safety* atau tingkat keamanan suatu perusahaan dalam menjalankan kegiatan penjualan. Perusahaan yang memiliki *margin of safety* tinggi dianggap lebih baik daripada yang memiliki *margin of safety* rendah. Hal ini dikarenakan *margin of safety* memberikan gambaran kepada manajemen mengenai penurunan pemasaran yang dapat ditoleransi sehingga perusahaan tetap dapat menghindari kerugian (Afriloya, 2023).

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, tingkat keamanan atau *margin of safety* UMKM Kerupuk Asoy pada tahun 2020 tercatat sebesar 62%. Pada tahun 2021, *margin of safety* yang diperoleh mencapai 58%. Sedangkan pada tahun 2022, *margin of safety* UMKM Kerupuk Asoy mencapai 62%. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat keamanan atau *margin of safety* UMKM Kerupuk Asoy cukup tinggi untuk menutupi semua pengeluaran yang dikeluarkan.

4. Analisis Perencanaan Laba

Sebuah perusahaan membutuhkan perencanaan dan pengendalian untuk menjaga stabilitas usahanya. Perencanaan ini terkait erat dengan penetapan tujuan perusahaan, di mana manajemen umumnya lebih memfokuskan perhatiannya pada pencapaian laba. Perencanaan laba yakni kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu, terutama dalam upaya memperoleh laba.

Salah satu solusi yang dapat digunakan untuk merencanakan laba secara optimal adalah dengan melakukan analisis titik impas atau *break even point*. Analisis ini membantu menentukan pemasaran minimal yang diperlukan agar perusahaan dapat

bersaing dan berkembang. Perencanaan laba memiliki peran penting dalam menentukan pendapatan yang dibutuhkan untuk mencapai tingkat laba yang diharapkan, sehingga dapat dihitung target laba yang dibutuhkan oleh perusahaan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perencanaan laba UMKM Kerupuk Asoy tidak terlepas dari aspek harga jual, kuantitas pemasaran, serta pengeluaran tetap dan pengeluaran variabel yang dikeluarkan selama proses produksi.

PENUTUP

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian pada UMKM Kerupuk Asoy, dapat ditarik kesimpulan menjadi berikut:

1. Dari hasil analisis, titik impas atau break even point pada UMKM Kerupuk Asoy tahun 2020 sebanyak 1.941 unit bal kerupuk atau sebesar Rp 147.250.000, pada tahun 2021 sebanyak 2.152 unit bal kerupuk atau sebesar Rp 161.500.000 dan pada tahun 2022 sebesar 2.153 unit bal kerupuk atau sebesar Rp 161.550.000.
2. Dari hasil analisis, margin kontribusi UMKM Kerupuk Asoy pada tahun 2020 sebesar Rp 186.499.000, pada tahun 2021 sebesar Rp 171.799.000, dan pada tahun 2022 sebesar Rp 188.018.000. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM Kerupuk Asoy berhasil menutupi pengeluaran tetap dan memperoleh laba bersih.
3. UMKM Kerupuk Asoy telah melampaui titik impas atau break even point secara keseluruhan, baik dalam unit maupun rupiah. Dengan kata lain, perusahaan berhasil meraih laba dari kegiatan produksinya.
4. Presentase margin of safety UMKM Kerupuk Asoy pada tahun 2020 adalah 62%. Pada tahun 2021, presentase margin of safety mengalami penurunan menjadi 58%, menunjukkan potensi peningkatan risiko kerugian. Namun, pada tahun 2022, margin of safety meningkat kembali menjadi 62%, menandakan bahwa UMKM Kerupuk Asoy dapat menjalankan aktivitas produksinya dengan baik dan memiliki tingkat risiko kerugian yang rendah.
5. Untuk mencapai target laba yang lebih besar sebesar 5% dari tahun sebelumnya, yaitu Rp 122.784.900 pada tahun 2023, UMKM Kerupuk Asoy perlu menjual sebanyak 5.875 bal kerupuk.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, G., & Hamidi, H. (2019). Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017. *Jurnal Akuntansi*, 1-10.
- Efrianti, D., Sutarti, S., & sari, R. P. (2018). Pengurangan tingkat pengangguran dan

kemiskinan di daerah.

- Emanauli., Fenny, P, S., & Fera, O. (2021). Analisis Break Even Point dan Return Of Investmen Pada Usaha Ikan Asin di Kelurahan Sumber Jaya Kecamatan Kampung Melayu Kota Bengkulu. *Jurnal Agribisnis*, 1527-1536.
- Feni, R., Fithri, M., & Ilham, s. (2020). Analisis Break Even Point (BEP) Pada Pabrik Teh PT. Perkebunan Nusantara VI Unit Usaha Kayu Karo. *Jurnal Agri Sains*, 25-34.
- Herispon.(2018). Manajemen Keuangan (Edisi Baru). Pekanbaru : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau.
- Jodinesa. (2018). Manfaat Analisis Break Even Point.
- Juliandi, A., Irfan., & Manurung, S. (2014). Metodologi Penelitian Bisnis. Medan: UMSU Press.
- Karnadi., & Hermawati, A. (2019). Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba pada Dando Dramabox Dc. Collection di Desa Tribungan Kecamatan Mangaran Kabupaten Situbundo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis ECOBUSS*, 1511-1518.
- Kementerian Keuangan. 2016. Nota Keuangan dan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara Tahun Anggaran 2017, Jakarta: Kementerian Keuangan.
- Kementerian Koperasi dan UKM. 2022 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
- Laena, I. 2010. Membedah UMKM Indonesia: Sebuah Kajian Tentang Strategi Pemberdayaan & Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia, Jakarta : Lugas Fondation.
- Liestiana, T, P., & Novianty, I. (2021). Perhitungan Break Even Point (BEP) dan Margin of Safety (MOS) Sebagai Alat Perencanaan Laba. *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 549-562.
- Nata, L, A, A., et al. (2021). Perencanaan Laba Dengan Titik Impas Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Bagi Pihak Pengelola Cv. Randu Sari Satu. *Jurnal Manajemen*, 43-56.
- Pelu, F., et al. (2021). Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba pada PT Telesindo Shop Manado. *Jurnal EMBA*, 554-564.
- Rachmina dan Sari. (2017). Analisis Break Even Point (BEP). *Jurnal Agri Sains*, 142.
- Rusmayanti, S. (2021). Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba pada Jus Jagung Enak. *Jurnal Akrib Juara*, 182-195.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.