



**PENERAPAN ANALISIS *BREAK EVEN POINT* DALAM
MENENTUKAN PERENCANAAN LABA PENJUALAN
SANDAL PADA UMKM ELGON TAHUN 2022**

Skripsi

Dibuat Oleh :

Adisti Zalfa Firyal

022120106

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PAKUAN

BOGOR

2024



**PENERAPAN ANALISIS *BREAK EVEN POINT* DALAM MENENTUKAN
PERENCANAAN LABA PENJUALAN SANDAL PADA UMKM ELGON
PADA TAHUN 2022**

Skripsi

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

Mengetahui,

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

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

**PENERAPAN ANALISIS *BREAK EVEN POINT* DALAM MENENTUKAN
PERENCANAAN LABA PENJUALAN SANDAL PADA UMKM ELGON
PADA TAHUN 2022**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus

Pada hari, 23 Juli 2024

Adisti Zalfa Firyal


022120106


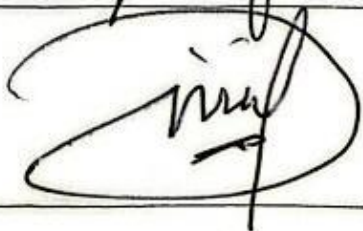
Disetujui

Ketua Dosen Penguji Sidang
(Dr. Asep Alipudin, S.E., M.Ak., CSA)

Ketua Komisi Pembimbing
(Ketut Sunarta, Ak., MM., CA, PIA)

Anggota Komisi Pembimbing
(Amelia Rahmi, SE., M.AK., AWP)





Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Adisti Zalfa Firyal

NPM : 022120106

Judul Skripsi : Penerapan Analisis *Break Even Point* dalam Menentukan
Perencanaan Laba Penjualan Sandal pada UMKM Elgon Tahun 2022

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

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

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

Bogor, 20 Mei 2024



Adisti Zalfa Firyal

022120106

**© Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, tahun
2024**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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

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

ABSTRAK

ADISTI ZALFA FIRYAL. 022120106. Penerapan Analisis *Break Even Point* dalam Menentukan Perencanaan Laba Penjualan Sandal Pada UMKM Elgon Tahun 2022. Dibawah bimbingan : KETUT SUNARTA dan AMELIA RAHMI. 2024.

UMKM Elgon merupakan sebuah usaha manufaktur yang memproduksi sandal. Usaha ini berada di Jalan Kampung Sawah Hilir No.10 Ciomas Bogor, Jawa Barat. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan bahwa UMKM Elgon belum melakukan perencanaan laba yang terstruktur, sehingga belum mengetahui tingkat penjualan yang diperlukan untuk mencapai target laba. Oleh karena itu, sangat penting untuk memiliki perencanaan laba yang terstruktur untuk memastikan produksi berjalan lancar dan mencapai laba sesuai dengan target yang ditetapkan, sehingga dibutuhkan Analisis *Break Even Point* sebagai alat perencanaan laba oleh manajemen agar sesuai dengan laba yang diinginkan dan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui besarnya biaya tetap dan variabel, titik impas, dan mengetahui laba yang diinginkan melalui perencanaan laba.

Jenis penelitian ini deskriptif kualitatif pada UMKM Elgon, sumber data pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder dengan metode pengambilan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis *Break Even Point*, *Margin Contribution*, *Margin of Safety*, dan Perencanaan Laba.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM Elgon sudah melakukan penjualan melebihi dari titik impas dan UMKM Elgon melakukan perencanaan laba dengan meningkatkan laba sebesar 20 % per produk dari pendapatan tahun 2022. Untuk mencapai perencanaan laba tersebut UMKM Elgon harus menjual sandal jepit gunung ukuran 33-37 sebesar 348 unit, sandal jepit gunung ukuran 39-43 sebesar 889 unit, sandal gunung ukuran 33-37 sebesar 190. unit dan sandal gunung ukuran 39-43 sebesar 1.270 unit.

Kata Kunci : Analisis *Break Even Point*, Perencanaan Laba, *Margin Of Safety*, *Margin Contribution*

PRAKATA

Assalamualaikum' Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas limpahan karunia-Nya telah memberikan kesehatan kepada kita semua. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad Shallallahu Alaihi wa sallam. Sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini dengan judul “Penerapan Analisis *Break Even Point* dalam Menentukan Perencanaan Laba Penjualan Sandal pada UMKM Elgon Tahun 2022” yang dimaksud sebagai satu syarat untuk menyelesaikan program studi Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Akuntansi dan Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Pakuan.

Selama penyusunan proposal penelitian ini penulis ingin mengucapkan terima kasih atas bantuan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, dengan kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua, Bapak Wahid Umar Al Ansori dan Ibu Yanti Yulianti serta Kakak tercinta Friska Anindiya Utami yang telah memberikan dukungan baik do'a, moril, pikiran, dan materi yang diberikan dengan tulus kepada penulis.
2. Prof. Dr. Ir. H. Didik Notosudjono, M.Sc. selaku Rektor Universitas Pakuan.
3. Bapak Towaf Totok Irawan, S.E., M.E., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pakuan Bogor.
4. Bapak Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA, CMA, CCSA, CA, CSEP, QIA, CFE, CGCAE selaku Ketua Program Studi Akuntansi.
5. Bapak Ketut Sunarta, Ak.,MM. CA.,PIA selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan memberikan arahan serta bimbingan kepada saya selama penulisan penelitian ini.
6. Ibu Amelia Rahmi, SE., M.AK., AWP selaku Anggota Komisi yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga dalam memberikan bimbingan dan pengarahan selama penulisan penelitian ini.
7. Seluruh Dosen, Staf Tata Usaha, dan Karyawan Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan yang telah memberikan kemudahan atas fasilitas-fasilitas yang mendukung dalam penulisan penelitian ini.
8. Kepada Muhammad Indi Surya Gemilang yang telah kebersamai penulis pada hari-hari yang tidak mudah selama proses penelitian ini dan yang selalu memberikan dukungan semangat agar tetap terus maju.
9. Kepada *genk gpp* tercinta (Nikhita Rahmadhani, Rafli Ramadhani, Giani Putri Ayuning Asih, Nabila Nawawi, Febi Adilla Hasanah), yang selalu menemani selama

masa kuliah yang sulit ini dan selalu memberikan dukungan dalam penulisan penelitian ini.

10. Seluruh teman-teman kelas C Akuntansi angkatan 2020 yang selama ini belajar dan berjuang bersama – sama dari awal hingga akhir perkuliahan. Demikian juga kepada semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang dengan tulus memberikan semangat dan doa dalam menyelesaikan penulisan penelitian ini.

Semoga Allah SWT memberikan semua kebaikan kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan penelitian ini. Meskipun telah berusaha menyelesaikan skripsi ini sebaik mungkin, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penelitian ini.

Akhir kata, semoga penulisan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan berbagai pihak yang memerlukan.

Wasalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Bogor, 19 Januari 2024

Adisti Zalfa Firyal

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah	4
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	4
1.2.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.3.1 Maksud Penelitian.....	4
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian	5
1.4.1 Kegunaan Praktis	5
1.4.2 Kegunaan Akademis.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Akuntansi Manajemen	6
2.1.1 Pengertian Akuntansi Manajemen.....	6
2.1.2 Proses Manajemen	6
2.2 Konsep Biaya.....	8
2.3 <i>Break Even Point</i> atau Analisis Biaya Volume Laba	11
2.3.1 Definisi Analisis Kos Volume Laba	11
2.3.2 Margin Kontribusi.....	12
2.3.3 Definisi <i>Break Even Point</i>	13
2.4 Target Laba	18
2.5 Hubungan Antara Perencanaan Laba Dengan Analisis <i>Break Even Point</i>	19
2.6 Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran	20
2.6.1 Penelitian Sebelumnya	20
2.5.2 Kerangka Pemikiran.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	32

3.1 Jenis Penelitian	32
3.2 Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian	32
3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	32
3.4 Operasional Variabel.....	33
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	33
3.6 Metode Pengolahan/Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN.....	36
4.1 Gambaran Umum UMKM Elgon	36
4.1.1. Struktur Organisasi.....	36
4.2 Analisis Data.....	37
4.2.1 Penerimaan Pendapatan	37
4.2.2. Pengklasifikasi Biaya Tetap dan Biaya Variabel pada UMKM Elgon	39
4.2.3 Penerapan <i>Break Even Point</i> pada UMKM Elgon	44
4.2.3 Perencanaan Laba serta Perhitungan Produk yang Terjual untuk Memperoleh Laba yang Diinginkan	54
4.3 Pembahasan	58
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Simpulan	64
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	69
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan, Total Biaya Produksi, dan Laba UMKM Elgon.....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	33
Tabel 4. 1 Volume, Harga Jual, dan Penjualan Produk Sandal Jepit Gunung UMKM Elgon	37
Tabel 4. 2 Volume, Harga Jual, dan Penjualan Produk Sandal Gunung UMKM Elgon	37
Tabel 4. 3 Daftar Pendapatan Penjualan Tahun 2022 UMKM Elgon	38
Tabel 4. 4 Daftar Hasil Produksi Tahun 2022 UMKM Elgon.....	38
Tabel 4. 5 Biaya Bahan Baku Sandal Jepit Gunung UMKM Elgon Tahun 2022	39
Tabel 4. 6 Biaya Bahan Baku Sandal Gunung UMKM Elgon Tahun 2022	40
Tabel 4. 7 Biaya Perlengkapan untuk Sandal Jepit Gunung UMKM Elgon Tahun 2022	40
Tabel 4. 8 Biaya Perlengkapan untuk Sandal Gunung UMKM Elgon Tahun 2022.....	40
Tabel 4. 9 Biaya Gaji Karyawan UMKM Elgon Tahun 2022	41
Tabel 4. 10 Biaya Pengiriman UMKM Elgon Tahun 2022.....	41
Tabel 4. 11 Biaya Listrik UMKM Elgon Tahun 2022.....	42
Tabel 4. 12 Total Biaya untuk Memproduksi Sandal Jepit Gunung dan Sandal Gunung UMKM Elgon.....	43
Tabel 4. 13 Alokasi Biaya Tenaga Kerja untuk Produk UMKM Elgon Tahun 2022	43
Tabel 4. 14 Alokasi Biaya Pengiriman untuk Produk UMKM Elgon.....	43
Tabel 4. 15 Alokasi Biaya Penyusutan untuk Produk UMKM Elgon Tahun 2022	44
Tabel 4. 16 Alokasi Biaya Listrik untuk Produk UMKM Elgon.....	44
Tabel 4. 17 Alokasi Biaya Sewa Bangunan untuk Produk UMKM Elgon Tahun 2022.....	44
Tabel 4. 18 Rincian Biaya Variabel dan Biaya Tetap UMKM Elgon Tahun 2022.....	45
Tabel 4. 19 Perhitungan Biaya Variabel Produk Terjual UMKM Elgon Tahun 2022	45
Tabel 4. 20 Perhitungan Biaya Tetap Terjual UMKM Elgon Tahun 2022	45
Tabel 4. 21 Laporan Laba Rugi Tahun 2022 UMKM Elgon.....	46
Tabel 4. 22 Laporan Laba Rugi Tahun 2022 UMKM Elgon.....	46
Tabel 4. 23 Laporan Laba Rugi Tahun 2022 UMKM Elgon.....	47
Tabel 4. 24 Laporan Laba Rugi Tahun 2022 UMKM Elgon.....	47
Tabel 4. 25 Perhitungan Margin Kontribusi UMKM Elgon Tahun 2022.....	48
Tabel 4. 26 Perhitungan Rasio Margin Kontribusi UMKM Elgon Tahun 2022	48
Tabel 4. 27 Perhitungan Break Even Point Per Unit UMKM Elgon Tahun 2022.....	49
Tabel 4. 28 Perhitungan Break Even Point dalam Rupiah UMKM Elgon.....	49
Tabel 4. 29 Laporan Laba Rugi Tahun 2022 UMKM Elgon.....	50
Tabel 4. 30 Laporan Laba Rugi Tahun 2022 UMKM Elgon.....	50
Tabel 4. 31 Laporan Laba Rugi Tahun 2022 UMKM Elgon.....	51
Tabel 4. 32 Laporan Laba Rugi Tahun 2022 UMKM Elgon.....	52
Tabel 4. 33 Perhitungan Margin Of Safety UMKM Elgon	52
Tabel 4. 34 Perhitungan Penjualan dalam Unit UMKM Elgon Tahun 2022.....	54
Tabel 4. 35 Perhitungan Penjualan dalam Rupiah UMKM Elgon Tahun 2022	54
Tabel 4. 36 Laporan Laba Rugi (dengan laba yang diinginkan) UMKM Elgon Tahun 2023	56
Tabel 4. 37 Laporan Laba Rugi (dengan laba yang diinginkan) UMKM Elgon Tahun 2023	57
Tabel 4. 38 Laporan Laba Rugi (dengan laba yang diinginkan) UMKM Elgon Tahun 2023	57
Tabel 4. 39 Laporan Laba Rugi (dengan laba yang diinginkan) UMKM Elgon Tahun 2023	58

Tabel 4. 40 Biaya Tetap pada UMKM Elgon Tahun 2022	59
Tabel 4. 41 Alokasi Biaya Tetap Pada Produk Sandal UMKM Elgon	59
Tabel 4. 42 Biaya Variabel pada UMKM Elgon Tahun 2022.....	59
Tabel 4. 43 Alokasi Biaya Variabel Produk Sandal UMKM Elgon	60
Tabel 4. 44 Penerapan <i>Break Even Point</i> pada Produk Sandal Jepit Gunung.....	60
Tabel 4. 45 Penerapan Break Even Point pada Produk Sandal Gunung	61
Tabel 4. 46 Penerapan Perencanaan Laba pada Produk Sandal Jepit Gunung.....	62
Tabel 4. 47 Penerapan Perencanaan Laba pada Produk Sandal Gunung	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pendapatan Penjualan UMKM Elgon	70
Lampiran 2 Daftar Hasil Produksi UMKM Elgon.....	70
Lampiran 3 Daftar Rincian Biaya Variabel dan Biaya Tetap	71
Lampiran 4 Proses Wawancara	71
Lampiran 5 Mesin-Mesin yang Digunakan Selama Proses Produksi	72
Lampiran 6 Bahan-Bahan untuk Proses Produksi.....	73
Lampiran 7 Produk jadi	74

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pasca pandemi covid-19 Indonesia mempercepat pemulihan ekonomi dengan mulai bertransformasi pada ekonomi digital. Pengembangan ekonomi digital sudah tidak terhindarkan lagi karena adanya perubahan perilaku masyarakat yang meninggalkan pola belanja konvensional menuju pola belanja menggunakan platform digital. Menurut data Google Temasek & Bain, valuasi ekonomi digital Indonesia mengalami pertumbuhan sebesar 22% pada tahun 2022, mencapai US\$77 miliar, dan diprediksi akan meningkat menjadi US\$130 miliar pada tahun 2025. Pertumbuhan yang signifikan ini tidak terlepas dari perkembangan e-commerce yang tumbuh sebesar 22%, serta layanan transportasi dan pengiriman makanan yang mengalami kenaikan sebesar 19% pada tahun 2021.

Perkembangan ekonomi digital tidak terlepas dari para pelaku UMKM itu sendiri, pertumbuhan UMKM di Indonesia memiliki tren yang positif dengan jumlahnya yang terus bertambah setiap tahunnya. Hal ini sangat berdampak baik bagi perekonomian Indonesia. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil.

Peningkatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang pesat menyerap tenaga kerja yang tinggi, Indonesia memiliki potensi basis ekonomi nasional yang kuat. Semakin banyak UMKM yang berkembang setiap tahunnya, semakin sedikit pengangguran di Indonesia. Karena UMKM telah berkontribusi besar terhadap produk domestik bruto (PDB), banyak menyerap tenaga kerja, merupakan pasar potensial bagi industri jasa keuangan, dan menyerap kredit terbesar. UMKM memiliki peranan besar dalam menghadapi resesi global. Oleh karena itu, kebijakan dan regulasi pemerintah harus meningkatkan kesadaran akan peran UMKM dalam menghadapi resesi global.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menghadapi situasi krisis. UMKM telah terbukti dapat bertahan dan bahkan tetap kokoh melalui berbagai tantangan, termasuk krisis moneter pada tahun 1998 dan pandemi COVID-19. Keberadaan UMKM sebagai tulang punggung ekonomi memberikan ketahanan dan keberagaman yang diperlukan untuk mengatasi dampak buruk dari krisis-krisis tersebut. Dengan dukungan yang tepat, UMKM dapat menjadi motor penggerak

ekonomi yang mendorong pemulihan dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Dilihat dari tiga peranan UMKM terhadap perekonomian Indonesia, yaitu sebagai sarana untuk memperluas pemerataan tingkat ekonomi masyarakat kecil, mengurangi tingkat kemiskinan, dan memberikan sumber penghasilan, UMKM memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Kegiatan bisnis khususnya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki tujuan yang mengarah pada suatu tujuan yaitu peningkatan laba. Menurut (Nainggolan & Lastari, 2019), “laba didefinisikan sebagai selisih antara pendapatan yang direalisasikan dari transaksi selama suatu periode dan relatif terhadap biaya historis”.

Ukuran kesuksesan suatu manajemen dapat diukur dengan besar kecilnya perolehan laba atau keuntungan pada perusahaan. Untuk itu perlu adanya perencanaan laba yang baik agar tidak terjadinya sebuah kerugian. Menurut (Rusmayanti, 2021) Perencanaan laba yang efektif memiliki dampak besar terhadap kesuksesan perusahaan dalam mencapai target laba yang ditetapkan. Merencanakan laba merupakan langkah penting karena hal ini memungkinkan perusahaan untuk memproyeksikan peningkatan kinerja dan mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilannya. Dengan melakukan perencanaan laba, perusahaan dapat menilai apakah mereka berhasil meningkatkan kinerja mereka dan bagaimana penilaian atas keberhasilan mereka berdasarkan kelangsungan operasi bisnis mereka. Ketika laba yang diperoleh sudah sesuai dengan target perusahaan, maka perusahaan semakin kuat untuk bersaing dengan perusahaan lainnya dan sebaliknya jika perusahaan tidak mendapatkan keuntungan sesuai target maka perusahaan akan mengalami kerugian.

Berdasarkan tujuan perusahaan untuk mendapatkan laba, maka perlu diketahui terlebih dahulu jumlah volume penjualan minimum yang perlu dicapai perusahaan agar tidak mengalami kerugian. Salah satu alat pengukur dalam perencanaan laba bagi perusahaan yaitu menggunakan analisis *break even point* atau titik impas. Menurut (Gayatri & Amrita, 2019) *break even point* adalah alat evaluasi yang memungkinkan perusahaan menentukan apakah mereka berada pada titik impas, di mana tidak menghasilkan keuntungan atau kerugian. Analisis BEP membantu manajer merencanakan laba dengan efektif, terutama dalam kaitannya dengan pengelolaan biaya tetap dan variabel. Dalam keadaan *break even point*, perusahaan tidak mengalami kerugian, sehingga analisis ini memainkan peran penting dalam perencanaan keuangan dan pengambilan keputusan.

Analisis *Break Even Point* menyajikan informasi mengenai hubungan biaya, volume dan laba kepada manajemen yang dapat mempermudah untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi laba perusahaan di masa yang akan datang. Pada UMKM memiliki beberapa keuntungan atau manfaat yang berguna bagi perusahaan seperti (Laili Rahmiyati, 2020) : 1. Menjadi landasan untuk perencanaan kegiatan

operasional guna mencapai target laba yang ditetapkan. 2. Berperan sebagai dasar untuk mengawasi dan mengontrol aktivitas yang sedang berlangsung dalam perusahaan. 3. Menyediakan informasi yang penting dalam menetapkan harga jual produk atau jasa. 4. Menjadi dasar pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan perusahaan.

Objek dalam penelitian ini UMKM Elgon merupakan sebuah usaha manufaktur yang bergerak di bidang aksesoris *fashion* yang memproduksi sandal. Usaha ini berada di Jalan Kampung Sawah Hilir No.10 Ciomas Bogor, Jawa Barat. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan bahwa UMKM Elgon belum melakukan perencanaan laba yang terstruktur, sehingga belum mengetahui tingkat penjualan yang diperlukan untuk mencapai target laba. Oleh karena itu, sangat penting untuk memiliki perencanaan laba yang terstruktur untuk memastikan produksi berjalan lancar dan mencapai laba sesuai dengan target yang ditetapkan. Berikut ini merupakan tabel yang berisikan jumlah penjualan, biaya produksi, dan pendapatan yang dihasilkan oleh UMKM Elgon selama 11 bulan pada tahun 2022.

Tabel 1. 1
Data Penjualan, Total Biaya Produksi, dan Laba UMKM Elgon

Bulan	Penjualan (Rp)	Biaya Produksi (Rp)	Laba (Rp)
Februari	7.680.000	6.670.000	1.010.000
Maret	44.450.000	27.242.500	17.207.500
April	73.210.000	46.232.500	26.977.500
Mei	16.260.000	13.000.000	3.260.000
Juni	29.860.000	19.330.000	10.530.000
Juli	26.378.000	24.077.500	2.300.500
Agustus	13.500.000	9.835.000	3.665.000
September	16.250.000	11.417.500	4.832.500
Oktober	20.020.000	13.000.000	7.020.000
November	29.020.000	19.330.000	9.690.000
Desember	22.710.000	14.582.500	8.127.500
Total	299.338.000	204.717.500	94.620.500

Sumber : Elgon

Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa laba yang diperoleh setiap bulannya mengalami fluktuatif, dapat dilihat pada bulan Mei yaitu Rp3.260.000, sedangkan pada bulan Juni mengalami peningkatan dengan perolehan laba Rp10.530.000 dan pada bulan Juli mengalami penurunan laba sebesar Rp2.300.500.

Kenaikan dan penurunan laba tidak sesuai dengan teori Menurut (Rusmayanti, 2021) yaitu "Suatu perusahaan dapat menentukan volume penjualan minimum yang harus dicapai untuk mencapai titik impas. Artinya, agar perusahaan memperoleh laba,

volume penjualan harus melebihi ambang yang telah ditentukan sebelumnya. Dengan demikian, walaupun produk atau layanan baru diproduksi, analisis BEP akan membantu manajemen dalam menetapkan target jumlah produksi yang harus dicapai.”

UMKM Elgon belum melakukan perencanaan penjualan yang efektif sehingga penurunan dan kenaikan laba terjadi, sehingga dibutuhkan Analisis *Break Even Point* sebagai alat perencanaan laba oleh manajemen agar sesuai dengan laba yang diinginkan dan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengangkat judul mengenai “PENERAPAN ANALISIS *BREAK EVEN POINT* DALAM MENENTUKAN PERENCANAAN LABA PENJUALAN SANDAL PADA UMKM ELGON TAHUN 2022”.

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diidentifikasi bahwa permasalahan pada penelitian ini adalah belum adanya analisis *break even point*, yang menyebabkan kurangnya pemahaman perusahaan terhadap batas aman penjualan perusahaan.

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, maka penulis merumuskan masalah yang akan dibahas sebagai berikut :

1. Berapa besarnya biaya tetap dan biaya variabel pada UMKM Elgon tahun 2022?
2. Bagaimana penerapan analisis *break even point* pada produk sandal pada UMKM Elgon tahun 2022?
3. Bagaimana perencanaan laba penjualan pada produk sandal pada UMKM Elgon tahun 2023?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari dilakukannya penelitian ini untuk menganalisis *break even point* sebagai alat perencanaan laba pada UMKM Elgon tahun 2023 sehingga UMKM Elgon dapat mengetahui batas titik impas penjualan produk sandal dan agar tidak mengalami kerugian.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan maka tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu :

1. Untuk menghitung besarnya biaya tetap dan biaya variabel UMKM Elgon tahun 2022.
2. Untuk mengetahui penerapan analisis *break even point* pada produk sandal pada UMKM Elgon tahun 2022.
3. Untuk menganalisis perencanaan laba penjualan pada produk sandal pada UMKM Elgon tahun 2023.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi yang bermanfaat dan memberikan kontribusi positif mengenai perhitungan perencanaan laba, terutama dengan penerapan metode perhitungan *break even point* khususnya pada perencanaan laba pada UMKM Elgon tahun 2023.

1.4.2 Kegunaan Akademis

Beberapa kegunaan akademis yang diharapkan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Hasil dari penelitian dapat memperluas pemahaman dalam bidang teori dan praktik, serta memberikan kontribusi terhadap pengetahuan akademis. Selain itu, penelitian ini juga dapat meningkatkan pemahaman dan wawasan mengenai topik *break even point* dalam bidang akuntansi. Hal ini juga dapat menjadi bahan yang berharga dalam penulisan skripsi, yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana.

2. Bagi Pembaca

Peneliti berharap bahwa temuan dari penelitian ini dapat memberikan tambahan informasi yang bermanfaat bagi pembaca, terutama dalam memahami penggunaan analisis *break even point* sebagai alat perencanaan laba. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi yang berguna bagi penelitian-penelitian mendatang dalam bidang yang sama

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Akuntansi Manajemen

2.1.1 Pengertian Akuntansi Manajemen

“Akuntansi manajemen adalah sebuah sistem informasi yang memberikan informasi yang dibutuhkan oleh manajemen. Fokus utama sistem informasi akuntansi manajemen (SIAM) adalah proses yang terlibat dalam pengumpulan, pengukuran, penyimpanan, analisis, laporan, dan manajemen data. Pemrosesan data ekonomi menghasilkan produk yang memenuhi kebutuhan manajemen.” (Narsa, 2019).

Menurut (Narsa, 2019) Tujuan utama akuntansi manajemen adalah sebagai berikut:

1. Memberikan informasi untuk melakukan perencanaan, pengendalian, dan perbaikan terus-menerus; dan
2. Memberikan informasi untuk menghitung biaya produk dan jasa, serta biaya lain yang menjadi perhatian manajemen.
3. Memberikan informasi untuk pengukuran, evaluasi, dan pengambilan keputusan.

Akuntan manajemen memiliki peran khusus dalam organisasi karena mereka memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pengambilan keputusan manajemen melalui informasi yang mereka berikan dan berbagai alternatif keputusan yang mereka sajikan. Oleh karena itu, untuk menjalankan peran ini dengan baik, akuntan manajemen harus menghindari segala bentuk perilaku yang tidak etis, dan harus berkomitmen untuk menjaga reputasi dan keamanan jangka panjang organisasi.

2.1.2 Proses Manajemen

Menurut Made Narsa (Narsa, 2019) Dalam suatu organisasi, manajemen melibatkan serangkaian kegiatan yang mencakup perencanaan, pengendalian, pengambilan keputusan, pengukuran, evaluasi kinerja, dan perbaikan berkelanjutan. Semua tahapan ini memerlukan kontribusi dari akuntansi manajemen untuk membantu manajemen dalam menjalankan tugasnya.

- a. Perencanaan (*Planning*) merupakan tahap di mana tujuan organisasi atau perusahaan dirumuskan secara jelas, dan kemudian diikuti dengan penjabaran program, taktik, dan tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut secara keseluruhan. Oleh karena itu, elemen utama perencanaan terdiri dari hal-hal berikut:
 1. Identifikasi tujuan yang ingin dicapai.
 2. Memilih dan menentukan pendekatan yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut.

3. Langkah-langkah atau upaya yang dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut.

Dalam tahap perencanaan, akuntansi manajemen berperan dalam membantu manajemen melalui penyusunan anggaran yang mencakup anggaran operasional dan keuangan. Agar seluruh proses organisasi berjalan dengan baik, tahap perencanaan sangat penting. Manfaat perencanaan dapat dijelaskan di bawah ini.

1. Terdapat pengarahaan dan tahapan yang jelas, pelaksanaan kegiatan dapat diupayakan berjalan dengan efektif dan efisien.
 2. Jika terjadi penyimpangan dari rencana, penyimpangan dapat dikoreksi secepat mungkin.
 3. Dapat dengan cepat mengenali hambatan dan mengambil langkah untuk mengatasi tantangan dan ancaman itu.
 4. Mencegah pertumbuhan dan perubahan yang tidak terkendali dan tidak terarah dalam kegiatan.
- b. Pengendalian (*Controlling*) adalah suatu proses pengawasan dan pengendalian untuk memastikan bahwa semua tindakan dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan dan mencapai tujuan organisasi. Secara sederhana, kontrol kerja melibatkan pengaturan tindakan yang sedang dilaksanakan dan mengevaluasi hasilnya, sehingga dapat segera diperbaiki atau diperbaiki ketika terjadi masalah. Fungsi ini membutuhkan manajer untuk menemukan masalah apa pun yang terjadi dalam operasi organisasi dan menyelesaikannya sebelum masalah itu menjadi lebih parah. Tiga prinsip utama membentuk pengendalian yang efektif:
1. Titik kontrol (*Point of control*), di mana pengendalian harus memperhatikan poin penting selama kegiatan berlangsung. Dalam kebanyakan kasus, kita harus memberi perhatian khusus pada unit kegiatan yang membutuhkan sumber daya terbesar atau unit strategis yang berpengaruh pada proses mendatang.
 2. Pengendalian diri (*Self control*), yang berarti proses pengendalian harus memiliki kemampuan untuk melakukan pengendalian sendiri atau pengawasan internal, yang diawasi secara internal oleh pelaksana tugas. Dalam hal ini, pengendalian tidak diperlukan oleh pihak lain atau atasan. Prinsip dasar ini sangat penting dan paling efektif karena memungkinkan setiap unit untuk mengawasi sendiri akan memungkinkan koreksi segera jika ada kesalahan.
 3. *Personal control* adalah metode pengawasan yang dibuat melalui pembagian wewenang antara atasan dan bawahan, yang mencakup persetujuan tentang standar dan metrik kinerja. Ada kemungkinan bahwa prinsip akan berfungsi dengan baik dan efisien.
- c. Pengambilan keputusan (*decision making*) adalah hasil (*outcome*) dari proses mental atau kognitif yang menghasilkan pemilihan pilihan terbaik dari

berbagai alternatif yang bersaing. Dalam konteks sosial ekonomi dan bisnis, proses pengambilan keputusan umumnya melibatkan kombinasi yang kompleks antara intuisi, pengalaman, fakta, wewenang, dan logika.

- d. Pengukuran dan Evaluasi Kinerja (*Performance measurement and evaluation*) berkaitan dengan manajemen pencapaian yang melibatkan pendekatan komprehensif untuk mengarahkan organisasi pada pencapaian misi, tujuan, dan targetnya. Pengukuran ini memiliki signifikansi yang besar karena apa yang diukur akan menjadi perhatian publik. Tanpa pengukuran, kendali tidak dapat dilaksanakan..
- e. Perbaikan Berkesinambungan (*Continuous Improvement*) Perbaikan berkesinambungan adalah konsep yang mengacu pada upaya untuk terus-menerus meningkatkan kesuksesan dan mengurangi kegagalan melalui serangkaian inisiatif perbaikan (Deming, 2000). Perbaikan berkelanjutan adalah budaya di mana sistem, proses, dan kegiatan organisasi secara konsisten mengurangi pemborosan. Terdapat berbagai alat dan pendekatan yang digunakan untuk mengidentifikasi masalah, pemborosan, dan penyimpangan, serta mencari cara untuk menguranginya, sehingga mencapai perbaikan dalam skala bisnis. Metode terkemuka seperti *Lean Six Sigma*, *The Balanced Scorecard*, dan *Lean Manufacturing Six Sigma* telah dikembangkan dan diterapkan di seluruh dunia untuk tujuan tersebut.

2.2 Konsep Biaya

a) Pengertian Biaya Dalam Akuntansi

Menurut (Aripin & Negara M, 2021)Biaya sebagai elemen penting dalam operasional bisnis, merujuk pada alokasi sumber daya ekonomi yang diperlukan untuk menjaga kelangsungan bisnis. Selain bertujuan untuk menjalankan operasional, biaya juga merupakan investasi untuk memperoleh keuntungan atau manfaat ekonomis yang berkelanjutan di masa yang akan datang. Dalam konteks akuntansi, biaya juga dapat diinterpretasikan sebagai pengeluaran yang berdampak pada nilai total aset perusahaan. Sebagai contoh, ketika sebuah perusahaan membeli aset, biaya pembelian tersebut dicatat dalam akun kas dan secara berdampak akan mengurangi nilai kas yang tersedia. Namun, diharapkan bahwa investasi tersebut akan memberikan manfaat ekonomis yang lebih besar di masa depan, yang tercermin dalam peningkatan nilai aset.

b) Jenis Biaya Berdasarkan Tujuan Pengambilan Keputusan

Menurut tujuan pengambilan keputusan manajemen, biaya dapat digolongkan ke dalam kategori berikut:

1. Biaya Relevan (*relevant cost*)

Biaya relevan adalah biaya yang terjadi hanya pada satu pilihan tindakan tertentu dan tidak terjadi pada pilihan tindakan lainnya. Biaya ini mempengaruhi

pengambilan keputusan, sehingga harus dipertimbangkan dengan serius saat membuat keputusan.

2. Biaya Tidak Relevan (*irrelevant cost*)

Biaya tidak relevan adalah biaya yang tidak berubah antara berbagai pilihan tindakan yang tersedia. Biaya ini tidak mempengaruhi keputusan dan jumlahnya tetap tidak berubah, tidak peduli alternatif yang dipilih. Oleh karena itu, biaya ini tidak perlu dipertimbangkan saat membuat keputusan.

c) Jenis Biaya Berdasarkan Perilaku

Selain itu, berdasarkan perilakunya, biaya dapat dibagi menjadi jenis-jenis berikut:

1. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap konstan dan tidak dipengaruhi oleh perubahan dalam volume aktivitas atau kegiatan sampai batas tertentu.

2. Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Biaya variabel adalah biaya yang totalnya berubah sebanding dengan perubahan dalam volume aktivitas atau kegiatan.

d) Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya adalah proses pengelompokan biaya berdasarkan tujuan informasi biaya yang ingin disajikan. Untuk memudahkan pencatatan biaya, menyusun laporan keuangan yang tepat, dan memberikan gambaran yang akurat kepada manajemen, komponen biaya dikelompokkan dalam beberapa akun dengan klasifikasi sebagai berikut.

1) Berdasarkan Fungsi Utama dari Aktivitas Perusahaan

- a. Biaya Produksi (*Production Cost*) adalah akumulasi dari semua biaya yang diperlukan dalam proses produksi untuk menghasilkan produk atau barang. Biaya ini termasuk biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya operasional pabrik, dan sebagainya.
- b. Biaya Pemasaran (*Marketing Expenses*) adalah biaya yang dikeluarkan untuk memastikan produk tersedia dan dibeli oleh konsumen. Contoh biaya pemasaran termasuk biaya promosi, iklan, dan sejenisnya.
- c. Biaya Administrasi & Umum (*General Administration Expenses*) adalah biaya yang digunakan untuk kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contohnya termasuk biaya gaji karyawan, biaya *overhead* kantor, dan biaya terkait lainnya.

2) Berdasarkan Aktivitas atau Volume Produksi

- a. Biaya Variabel (*Variable Cost*) adalah biaya yang fluktuatif sesuai dengan volume produksi yang dihasilkan. Semakin tinggi volume penjualan, semakin besar biaya yang harus dikeluarkan. Sebagai contoh, biaya bahan

baku dan biaya tenaga kerja dalam produksi sepatu. Jika biaya kulit sepatu adalah Rp2.000 per pasang dan biaya tenaga kerja adalah Rp500 per sepatu, maka total biaya produksi untuk satu pasang sepatu adalah Rp2.500. Biaya ini berubah-ubah tergantung pada jumlah sepatu yang diproduksi dalam satu periode, dan disebut sebagai biaya variabel.

- b. Biaya Tetap (*Fixed Cost*) adalah biaya yang tetap dan tidak terpengaruh oleh volume produksi. Biaya tetap memiliki dua karakteristik: tidak berubah dari waktu ke waktu atau tidak dipengaruhi oleh aktivitas tertentu, dan biaya per unitnya berbanding terbalik dengan perubahan volume produksi. Sebagai contoh, gaji karyawan toko komputer per bulan adalah Rp800.000. Biaya ini tetap Rp800.000 baik toko tersebut melayani 10 atau 30 pembelian dalam satu bulan. Biaya tetap ini disebut sebagai biaya tetap.
- 3) Berdasarkan Objek yang Dibiayai
- a. Biaya Langsung (*Direct Cost*) adalah biaya yang secara langsung terkait dengan produksi barang atau objek tertentu. Contohnya adalah biaya tenaga kerja langsung dan biaya bahan baku yang digunakan secara langsung dalam proses produksi.
 - b. Biaya Tidak Langsung (*Indirect Cost*) adalah biaya yang tidak dapat diidentifikasi secara langsung dengan produksi barang secara keseluruhan. Contohnya adalah biaya listrik, penyusutan mesin, upah mandor, dan biaya administrasi pabrik.
- 4) Berdasarkan Pembebanan Periode Akuntansi
- a. Pengeluaran Modal (*Capital Expenditure*) adalah biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan atau meningkatkan aktiva tetap, meningkatkan efisiensi operasional dan kapasitas produksi aktiva tetap, serta memperpanjang masa manfaat aktiva tetap. Sebagai contoh, pembelian mesin pabrik yang memiliki masa penyusutan selama 5 tahun adalah pengeluaran modal.
 - b. Pengeluaran Penghasilan (*Revenue Expenditure*) merujuk pada biaya-biaya yang memberikan manfaat hanya dalam periode berjalan. Biaya-biaya ini tidak dimasukkan sebagai aset tetap dalam neraca, melainkan langsung dibebankan sebagai beban dalam laporan laba rugi pada periode ketika biaya tersebut terjadi.

e) *Biaya Overhead*

Biaya Overhead adalah pengeluaran tambahan yang tidak secara langsung terkait dengan proses bisnis atau produksi. Contohnya termasuk pajak, asuransi karyawan, sewa tempat, perlengkapan kantor, dan gaji penjaga keamanan. Dalam akuntansi, biaya overhead harus dimasukkan dalam anggaran bisnis.

Untuk menghitung biaya overhead, langkah-langkahnya sebagai berikut:

- 1) Memisahkan Biaya *Overhead*
Pertama, identifikasi pengeluaran mana yang termasuk biaya langsung dan mana yang termasuk biaya *overhead*. Setelah itu, kategorikan biaya *overhead* sesuai dengan klasifikasinya untuk mempermudah pembacaan laporan keuangan.
- 2) Menghitung Persentase Biaya *Overhead*
Langkah kedua adalah mencari persentase biaya *overhead* per kategori, yang dibandingkan dengan total biaya *overhead*. Misalnya, untuk menghitung persentase biaya *overhead* untuk tenaga kerja bulanan, rumusnya adalah: Biaya tenaga kerja bulanan dibagi dengan total biaya *overhead* bulanan, kemudian hasilnya dikalikan dengan 100%.
- 3) Mencari Nilai Efisiensi Biaya *Overhead*
Untuk mengevaluasi efisiensi biaya *overhead*, bandingkan biaya *overhead* keseluruhan dengan sumber daya yang digunakan, seperti upah tenaga kerja atau pendapatan. Misalnya, untuk menghitung efisiensi biaya *overhead*, bagi total biaya *overhead* dengan upah tenaga kerja, kemudian hasilnya dikalikan dengan 100%. Rumus yang sama juga digunakan untuk menghitung efisiensi biaya *overhead* menggunakan pendapatan, hanya saja bagian upah tenaga kerja diganti dengan pendapatan yang diterima.

2.3 Break Even Point atau Analisis Biaya Volume Laba

2.3.1 Definisi Analisis Kos Volume Laba

Menurut (Narsa, 2019) Analisis Kos Volume Laba (KVL) atau Analisis Biaya-Volume-Laba (CVP) merupakan sebuah alat perencanaan dan pengambilan keputusan manajemen yang vital dalam konteks jangka pendek. Fokus utamanya adalah pada hubungan antara biaya, volume penjualan, dan harga jual, yang memberikan wawasan keuangan yang komprehensif terkait dengan bidang pemasaran, produksi, dan administrasi.

Penggunaan analisis KVL sangat penting untuk memahami interaksi antara biaya, volume penjualan, dan harga jual karena informasi ini penting dalam membuat keputusan bisnis yang efektif. Ini membantu manajemen dalam menentukan jumlah dan jenis produk atau jasa yang dihasilkan, menetapkan harga jual produk, merancang strategi pemasaran, dan mengatur penggunaan fasilitas produksi.

Beberapa masalah yang diungkapkan dalam Analisis KVL meliputi penentuan jumlah unit yang harus dijual untuk mencapai titik impas (*break-even point*), efek dari perubahan biaya tetap terhadap titik impas, serta dampak kenaikan harga terhadap titik impas. Oleh karena itu, Analisis KVL seringkali dianggap memiliki kesamaan dengan Analisis Titik Impas (BEP). Selain itu, alat ini juga membantu manajer dalam mengidentifikasi dampak dari variasi harga atau biaya terhadap tingkat keuntungan,

yang memungkinkan mereka untuk melakukan analisis sensitivitas dan membuat keputusan yang lebih baik.

Menurut (Kartika & Sunarka, 2019) Analisis biaya volume laba (CVP) adalah suatu metode untuk menilai bagaimana berbagai keputusan operasi dan pemasaran akan mempengaruhi laba. Beberapa contoh analisis CVP termasuk menetapkan harga jual produk dan jasa, memperkenalkan produk dan jasa baru, mengganti peralatan, dan menentukan titik impas.

Alat analisis bagi manajer untuk melakukan perhitungan antara biaya, volume, dan laba mulai dengan menetapkan titik impas atau jumlah pendapatan sama dengan biaya yang digunakan, analisis ini seringkali disebut dengan analisis biaya volume dan laba (Hariyani, 2018). Berikut format laporan laba rugi secara umum antara lain sebagai berikut:

Laporan Laba Rugi	
Penjualan	xxxxx
Dikurangi: Biaya Variabel	<u>(xxxxx)</u>
Margin Kontribusi	xxxxx
Dikurangi: Biaya Tetap	<u>(xxxxx)</u>
Laba Usaha	xxxxx

2.3.2 Margin Kontribusi

Margin kontribusi merujuk pada selisih antara pendapatan dari penjualan dengan biaya variabel. Secara bertahap, margin kontribusi akan digunakan untuk menutup biaya tetap dan mencapai keuntungan perusahaan (Narsa, 2019). Namun, Menurut (Gayatri & Amrita, 2019) Margin kontribusi merupakan sisa pendapatan setelah dikurangi dengan biaya variabel. Oleh karena itu, merupakan jumlah yang dapat digunakan untuk menutup biaya tetap dan, jika melebihi itu, menjadi laba untuk periode tersebut.

Menurut (Sujarweni, 2019) Margin kontribusi adalah perbedaan antara pendapatan dari penjualan dan total biaya variabel yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan. Ketika margin kontribusi positif, itu menandakan bahwa pendapatan dari penjualan dapat menutup semua biaya variabel serta sebagian atau seluruh biaya tetap. Jika margin kontribusi melebihi total biaya tetap, kelebihan tersebut merupakan laba yang diperoleh oleh perusahaan.

Untuk memahami *Margin Contribution* (MK), ada dua hal yang sangat penting. Pertama, biaya harus dipisahkan antara biaya tetap dan variabel. Kedua, laporan yang disajikan tidak sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan yang berlaku untuk kepentingan manajemen.

Biaya yang meningkat seiring dengan penjualan unit disebut biaya variabel; ini termasuk bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, overhead variabel, dan biaya penjualan dan administratif variabel. Biaya tetap termasuk overhead tetap dan biaya penjualan dan administratif tetap. Pembersihan dilakukan oleh perusahaan yang membedakan bagian biaya tetap dan variabel.

Dalam laporan laba rugi dengan pendekatan margin kontribusi, semua biaya diklasifikasikan menurut perilaku, yaitu biaya variabel dan biaya tetap. Ini berbeda dari laporan laba rugi akuntansi keuangan karena semua biaya diklasifikasikan menurut fungsi, seperti administrasi dan umum, produksi, dan pemasaran. Biaya variabel dapat dikendalikan oleh manajemen.

$$\text{Margin Kontribusi} = \text{Harga jual per unit} - \text{Biaya variabel per unit}$$

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = 1 - \frac{\text{Biaya variabel per unit}}{\text{Harga jual per unit}}$$

2.3.3 Definisi *Break Even Point*

Pada tingkat aktivitas mana perusahaan tidak mencapai keuntungan atau kerugian, manajemen perusahaan ingin tahu. Analisis Titik Impas (ATI) adalah ketika biaya dan pendapatan sama, yang berarti perusahaan tidak memperoleh laba atau rugi. Dengan kata lain, unit yang dijual di atas titik impas akan menghasilkan keuntungan. Analisis Titik Impas (ATI) biasanya dikaitkan dengan analisis Biaya Volume Laba (BVL), tetapi beberapa ahli berpendapat bahwa ATI adalah salah satu bagian dari analisis BVL. Titik impas dapat ditunjukkan dalam satuan unit produk atau mata uang. (Narsa, 2019)

Menurut (Rizky, 2022) ketika semua biaya penjualan sama dengan semua penerimaan atau keuntungan dari penjualan, *break even point* terjadi. Namun, menurut (Maruta, 2018) *Break Even Point* (BEP) adalah titik di mana perusahaan tidak menghasilkan keuntungan atau kerugian dalam operasionalnya. Dengan kata lain, dalam kondisi yang sama, tidak ada laba antara pendapatan dan biaya. Analisis *Break Even Point* (BEP) adalah salah satu cara untuk mengetahui hubungan antara profitabilitas dan volume penjualan. Analisa ini, juga disebut sebagai analisa impas, menentukan kapan penjualan dapat menutup biaya dan juga menunjukkan berapa banyak keuntungan atau kerugian perusahaan jika penjualan melampaui atau di bawah batas tertentu.

Menurut (Putri et al., 2019) menyatakan bahwa BEP (*Break-Even Point*) adalah titik di mana sebuah perusahaan tidak menghasilkan keuntungan maupun mengalami kerugian dari kegiatan operasionalnya. Hal ini terjadi ketika pendapatan dari penjualan sama dengan total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Dari beberapa pernyataan para ahli, dapat ditarik kesimpulan bahwa *break even point* adalah suatu keadaan di mana perusahaan tidak mengalami kerugian maupun keuntungan yang diperoleh.

Untuk menemukan titik impas, terdapat tiga pendekatan yang umum digunakan: Pendekatan laba operasional (*Operating-income approach*), Pendekatan margin kontribusi (*Contribution-margin approach*), dan Pendekatan grafis (*Graphical approach*).

1) Pendekatan laba operasi

Pendekatan laba operasional mengacu pada rumus yang berasal dari struktur laporan laba rugi, yang dapat disusun sebagai berikut:

$$\text{Laba Operasi} = \text{Biaya Variabel} - \text{Biaya Tetap}$$

Berdasarkan hubungan matematis Laporan Laba Rugi maka dapat disederhanakan sebagai berikut:

Jika: $P = \text{Pendapatan} = KH$

$$K = \text{Kuantitas}$$

$$H = \text{Harga Jual}$$

$$V = \text{Biaya variabel per unit}$$

$$T = \text{Total biaya tetap}$$

$$L = \text{Laba bersih}$$

Maka: $P = T + V + L$

$$L = P - (V+T)$$

Jika dalam jumlah total maka H harus dikalikan dengan K (kuantitas) yang dijual

$$KH = T + VK + L, \text{ jika fokus pada Laba}$$

$$L = KH - (VK+T)$$

Dalam kondisi impas laba = 0 maka:

$$= K(H-V) + T$$

$$K_{TI} = T/(H-V)$$

Hasil perhitungan terakhir ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$TI \text{ (Kuantitas)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{(H - V)}$$

Bila titik impas dinyatakan dalam unit satuan moneter (Rupiah) maka K_{TI} harus dikalikan dengan H (Harga), sehingga menjadi sebagai berikut.

$$[K_{TI} = T/(H-V)] \times H$$

$$HK_{TI} = TH/(H-V)$$

$$P = [TH/(H-V)] \times 1/H \rightarrow (\text{ruas kanan dibagi } H \text{ atau dikalikan } 1/H)$$

$$P = (TH/H)/(H/H-V/H)$$

$$P = T/(1-V/H)$$

Dari hasil perkalian rumus TI dengan Harga, maka dapat dirumuskan TI dalam rupiah sebagai berikut:

$$\text{Titik Impas (Nilai Uang)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{(1 - \frac{V}{H})}$$

2) Pendekatan Margin Kontribusi

Pendekatan margin kontribusi sebenarnya adalah evolusi dari pendekatan laba operasional, dengan penekanan khusus pada bagian penyebut. Dalam rumus di atas, penyebut yang disebut sebagai H-V adalah margin kontribusi per unit, di mana H adalah harga jual per unit dan V adalah biaya variabel per unit. Jika H-V diganti dengan margin kontribusi per unit, maka hasilnya akan menjadi pendekatan margin kontribusi sebagai berikut.

$$\text{Titik Impas (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{(\text{Margin Kontribusi per unit})}$$

Sementara penyebut pada rumus di atas adalah $1 - V/H$, di mana $1 - V/H$ adalah rasio margin kontribusi. Dengan demikian, dapat dikonversi menjadi pendekatan margin kontribusi seperti berikut ini.

$$\text{Titik Impas (Rupiah)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{(\text{Rasio Margin Kontribusi})}$$

Dua metode ini bertujuan untuk menentukan titik impas kuantitas dan rupiah. Ketika perusahaan memproduksi berbagai produk, pendekatan *operating income* lebih mudah digunakan. Selain itu memungkinkan untuk menghitung berapa keuntungan yang ingin diperoleh. Apabila perusahaan telah menetapkan proyeksi tingkat penjualan, maka nilai titik impas kuantitas dapat dipergunakan untuk menentukan nilai margin pengaman.

3) Pendekatan Grafik

Dengan menghubungkan antara garis total biaya dan penjualan ke garis total, grafik KVL dapat menunjukkan hubungan antara biaya, volume, dan laba operasi. Untuk membuat hubungan yang lebih jelas, sangat penting untuk membedakan antara dua garis tersebut. Ini akan menunjukkan di mana titik impas kuantitas dan dollar.

Penghitungan titik impas rupiah ini mengabaikan informasi tentang kinerja setiap produk atau jasa, seperti halnya penghitungan titik impas kuantitas.

1. Struktur Biaya dan *Degree of Operation Leverage* (DOL)

Jika dua perusahaan dibandingkan berdasarkan struktur biaya mereka, perusahaan dengan komposisi biaya tetap yang lebih tinggi akan lebih rentan terhadap perubahan pendapatan. Dengan kata lain, jika pendapatan kedua perusahaan naik dalam jumlah yang sama, kenaikan laba pada perusahaan dengan komposisi biaya tetap yang lebih tinggi akan lebih besar daripada kenaikan pada perusahaan dengan komposisi biaya tetap yang lebih rendah. Sebaliknya, jika pendapatan Hal ini berkaitan erat dengan kekuatan operasional perusahaan.

2. Risiko dan Ketidakpastian

Harga dan biaya adalah salah satu asumsi analisis Biaya Volume Laba (BVL), tidak ada perusahaan yang tidak pernah menghadapi risiko dan ketidakpastian. Ini adalah beberapa cara yang paling umum.

- a. Manajer perlu menguasai dan memahami ketidakpastian yang terkait dengan harga, biaya, dan kuantitas di masa mendatang.

- b. Manajer tidak hanya mempertimbangkan titik impas, tetapi juga menganalisis data ketika kuantitas penjualan melebihi atau kurang dari titik impas.
- c. Manajer dapat melakukan analisis sensitivitas, yang juga dikenal sebagai "analisis bagaimana-jika". Analisis ini mempertimbangkan dampak perubahan biaya dan kuantitas penjualan terhadap bisnis. Dengan demikian, analisis ini dapat memberikan pemahaman kuantitatif kepada manajer tentang berbagai kemungkinan skenario penjualan dan dampaknya terhadap target laba dari kegiatan operasional perusahaan di masa mendatang.

Manajer dapat menggunakan dua ide yang berguna untuk mengukur ketidakpastian; keduanya memerlukan pemahaman tentang biaya tetap dan biaya variabel.

a. Margin Pengaman (*Margin of Safety*)

Margin of safety adalah jumlah unit yang berhasil terjual atau pendapatan yang diperoleh di atas titik impas, baik dalam hal kuantitas maupun dalam nilai rupiah.

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

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

Margin of Safety dianggap sebagai indikator risiko karena ada kemungkinan bahwa suatu perusahaan akan mengalami situasi yang mengakibatkan penurunan penjualan di bawah proyeksi yang diharapkan. Manajer yang menyadari rendahnya *margin of safety* seharusnya segera mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan penjualan atau mengurangi biaya guna meningkatkan *margin of safety* dan mengurangi risiko kerugian saat terjadi penurunan penjualan.

b. *Degree of Operation Leverage*

Degree of Operation Leverage (DOL) adalah penggunaan biaya tetap untuk meningkatkan laba. Perusahaan dengan leverage tinggi cenderung mendapatkan keuntungan yang lebih besar saat terjadi penurunan penjualan, dan sebaliknya. Dikarenakan tingginya *Degree of Operation Leverage*, manajer harus memahami timbulnya peningkatan risiko yang terkait. Tingkat *operation leverage* merupakan perbandingan antara margin kontribusi dan laba bersih.

$$DOL = \frac{\text{Margin Kontirubusi}}{\text{Laba Bersih}}$$

Tingkat *operation leverage* dapat menghitung dampak kenaikan atau penurunan penjualan terhadap laba operasi. Setelah kenaikan, laba sebelumnya ditambahkan dengan (DOL x % kenaikan x laba sebelumnya).

2.4 Target Laba

Menurut (Sumarni, 2020) Perencanaan laba yang juga dikenal sebagai optimalisasi profitabilitas adalah proses menyusun rencana kerja untuk operasi suatu perusahaan yang direpresentasikan dalam bentuk perhitungan. Ini membantu manajemen dalam mencapai tujuan perusahaan dengan mengelola anggaran, merencanakan, dan membuat keputusan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Perencanaan laba memiliki peran yang sangat penting karena membantu mengevaluasi kinerja perusahaan serta mengukur kesuksesan dalam menjalankan operasi bisnisnya. Hal ini terkait erat dengan penilaian terhadap keberlangsungan usaha perusahaan. Salah satu pendekatan dalam perencanaan laba adalah menggunakan analisis *Break Even Point* (BEP), yang memungkinkan perusahaan untuk merencanakan laba dengan lebih efektif. Dengan melakukan perhitungan BEP, perusahaan dapat melakukan perencanaan laba secara optimal. Ketika perencanaan laba dilakukan dengan baik, ini dapat meningkatkan profitabilitas dan kinerja keseluruhan perusahaan (Hassanah & Daud, 2019).

Menurut (Narsa, 2019) Analisis Titik Impas (ATI) adalah metode yang sangat bermanfaat bagi manajemen untuk mendapatkan data. Hasil ATI akan meningkatkan pemikiran manajemen tentang laba perusahaan di atas titik impas sebagai bagian dari analisis BVL. Akibatnya, manajemen pasti akan menetapkan tujuan keuntungan untuk periode berikutnya. Target laba dapat ditetapkan dalam satuan mata uang (Rp) atau dalam satuan unit. Tiga jenis target dapat ditetapkan secara keseluruhan:

1. Menetapkan target laba dalam jumlah nominal tertentu,
2. Menetapkan target laba sebagai persentase tertentu dari pendapatan,
3. Menetapkan target laba dalam jumlah tertentu setelah penghitungan pajak.

Manajemen dapat mengambil berbagai tindakan untuk mencapai laba yang besar, baik dalam rencana maupun realisasinya. Langkah-langkah berikut diambil:

- a) Menjaga tingkat harga jual dan volume penjualan saat ini dengan menurunkan biaya produksi dan operasi serendah mungkin;
- b) Menentukan harga jual yang sesuai dengan laba yang diinginkan;
- c) Meningkatkan volume penjualan sebanyak mungkin.

Metode ini memasukkan target laba ke dalam rumus margin kontribusi. Rumusnya adalah seperti berikut:

$$\begin{aligned} & \textit{Target Penjualan (unit)} \\ & = \frac{\textit{Beban Tetap} + \textit{Target Laba}}{\textit{Rasio Margin Kontribusi}} \end{aligned}$$

$$\textit{Target Penjualan (rupiah)} = \frac{\textit{Beban Tetap} + \textit{Target Laba}}{\textit{Rasio Margin Kontribusi}}$$

2.5 Hubungan Antara Perencanaan Laba Dengan Analisis *Break Even Point*

Menurut (Siswanto et al., 2018) menyatakan bahwa anggaran adalah masalah utama dalam perencanaan laba. Biaya menentukan harga jual, volume penjualan mempengaruhi harga jual, dan biaya mempengaruhi volume penjualan karena anggaran meliputi semua biaya industri yang relevan.

Analisis *break even point* dan perencanaan laba sangat terkait karena keduanya berbicara tentang anggaran, yang mencakup biaya, harga produk, dan volume penjualan, yang menghasilkan perolehan laba. Oleh karena itu, dalam perencanaan, analisis *break even point* harus diterapkan atau digunakan untuk meningkatkan perolehan laba di masa depan. Jika kita menginginkan suatu keuntungan tertentu, kita dapat menggunakan analisis titik impas untuk menentukan jumlah minimum produk yang harus dijual dan harga jual yang diperlukan. Selain mengetahui jumlah produk yang harus dijual, penting juga untuk mengetahui margin keamanan yang harus dipertahankan (Afriyola, 2023).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Ananda, 2019), analisis BEP dan perencanaan laba sangat terkait karena keduanya berbicara tentang anggaran, yang meliputi biaya, harga produk, dan volume penjualan. Untuk menghasilkan perkembangan ke arah masa depan dan perolehan laba, perencanaan laba harus menggunakan analisis *break even point*, yang juga dapat membantu.

Analisis BEP dan perencanaan laba mempunyai keterkaitan yang erat. Hal ini karena baik analisis BEP maupun perencanaan laba merupakan anggaran yang mencakup biaya, harga produk, volume penjualan, dan lain-lain, dan semuanya mengarah pada perolehan laba. Oleh karena itu, ketika membuat rencana laba, perlu menggunakan analisis titik impas untuk merencanakan pengembangan dan perolehan laba di masa depan. Analisis ini juga berguna dalam merencanakan kegiatan dan dapat digunakan untuk menetapkan target penjualan optimal guna mencapai tujuan perusahaan, seperti mencapai laba maksimal, meningkatkan laba, atau mengurangi kerugian (Ananda, 2019).

2.6 Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran

2.6.1 Penelitian Sebelumnya

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Nama Peneliti: Heru Maruta Tahun : 2018 Judul Penelitian : Analisis <i>Break Even Point</i> (BEP) Sebagai Dasar Perencanaan Laba Bagi Manajemen	Variabel Independen : <i>Break Even Point</i> Variabel Dependen : Perencanaan Laba	<i>Break even point</i> , titik impas, perencanaan laba	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis titik impas (BEP) bertujuan untuk memberikan informasi yang digunakan oleh manajemen dalam menghitung biaya tetap, biaya variabel, harga jual, dan kapasitas maksimum. Perhitungan BEP dilakukan melalui metode persamaan serta metode kontribusi margin, dan keduanya menghasilkan nilai yang serupa, meskipun terdapat kelemahan tertentu pada kedua metode tersebut.
2	Nama Peneliti : Nadia Putri Anggraeni Tahun : 2019 Judul Penelitian : Penerapan Analisis <i>Break Even Point</i> Dalam Menentukan Perencanaan Laba Penjualan Kue Pada Rahimah Cake Banjarmasin	Variabel Independen : <i>Break Even Point</i> Variabel Dependen : Perencanaan Laba	Analisis <i>break even point</i> , biaya variabel, biaya tetap, perencanaan laba	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Rahimah Cake Banjarmasin telah berhasil mengoptimalkan kinerjanya sehingga penjualan telah melampaui titik impas. Untuk melakukan perencanaan laba yang lebih baik, perusahaan harus mengklasifikasikan biaya sesuai dengan perilaku biaya yang tepat.
3	Nama Peneliti : Edah Jubaedah Tahun : 2020 Judul Penelitian : Analisis <i>Break</i>	Variabel Independen : <i>Break Even Point</i> Variabel	<i>Break Even Point</i>	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Dirgantara Indonesia tidak melakukan

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	<i>Even Point</i> Dalam Perencanaan Laba (Studi Kasus PT Dirgantara Indonesia)	Dependen : Perencanaan Laba			penggolongan biaya tetap dan variabel yang merupakan komponen kunci dalam analisis <i>break even point</i> .
4	Nama Peneliti : Astrin Kusumwardani, Muhammad Iqbal Alamsyah Tahun : 2020 Judul Penelitian : Analisis Perhitungan BEP (<i>Break-Even Point</i>) Dan <i>Margin Of Safety</i> Dalam Penentuan Harga Jual Pada Usaha Kecil Menengah	Variabel Independen : Perhitungan <i>Break Even Point Margin Of Safety</i> Variabel Dependen : Perencanaan Laba	UKM, <i>break-even point</i> (BEP), <i>margin of safety</i> (MOS), Pengambilan Keputusan Harga Jual	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penentuan harga jual layak digunakan dengan metode BEP dan MOS, dengan MOS sebesar 46%.
5	Nama Peneliti : Maulia Ayi Agustin, Sri Madona Saleh, dan Atika Amor, Tahun : 2021 Judul Penelitian : Analisis <i>Break Even Point</i> Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada UMKM Muthia Bakery Di Kabupaten Tanah datar	Variabel Independen : Analisis <i>Break Even Point</i> Variabel Dependen : Perencanaan Laba	<i>Break even point</i> , perencanaan laba, <i>margin of safety</i>	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Muthia Bakery dapat merencanakan laba dan mengetahui volume penjualan untuk mencapai laba yang diinginkan dari periode sebelumnya. Selain itu, mereka dapat menunjukkan margin keamanan yang cukup tinggi untuk periode 2022.
6	Nama Peneliti : Anis Feblin, Gitta Destalya Andrian Nova, dan Meli Kontesa Tahun : 2021	Variabel Independen : <i>Break Even Point</i> Variabel Dependen :	<i>Break even point, profit planning</i>	Deskriptif Kuantitatif	Hasil analisis menunjukkan bahwa, meskipun ukuran keripik tempe, keripik bayam, dan keripik cimping kadang-kadang berubah,

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Judul Penelitian : Analisis <i>Break Even Point</i> Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba Pada Usaha Bran Mang Dendi	Perencanaan Laba			keuntungan penjualan tetap menghasilkan keuntungan setiap tahun. Faktor ekonomi seperti peningkatan bahan baku yang tidak pasti menyebabkan perubahan ini, dan keripik bayam menghasilkan keuntungan tertinggi jika dibandingkan dengan keripik tempe, dan keripik cimping.
7	Nama Peneliti : Felicia Rascha Avila Farwahnisa Tahun : 2022 Judul Penelitian : Analisis <i>Break Even Point</i> Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Pabrik Mini Pengolahan <i>High Free Fatty Acid Crude Palm Oil</i> Bangka Belitung Tahun 2022	Variabel Independen : Analisis <i>Break Even Point</i> Variabel Dependen : Perencanaan Laba	<i>Break even point, perencanaan laba, margin contribution, margin of safety</i>	Deskriptif Eksploratif	Disebabkan oleh perbedaan besar dalam biaya yang dikeluarkan pabrik setiap bulan, hasil penelitian menunjukkan bahwa ada perbedaan antara pencapaian titik impas dalam rupiah dan kuantitas setiap bulan.
8	Nama Peneliti : Chairunnisa Simamora, Muliyani Tahun : 2022 Judul Penelitian : Analisis <i>Break Even Point</i> (BEP) Dalam Strategi Perencanaan Laba dan Perencanaan Penjualan Bagi UMKM	Variabel Independen : <i>Break Even Point</i> Variabel Dependen : Strategi Perencanaan Laba	<i>Break even point, profit, profit planning, sales planning</i>	Deskriptif Kualitatif	Berdasarkan hasil observasi, penjualan Warkop Bangsa selama satu bulan adalah sebagai berikut: 1.000 porsi Indomie Bangladesh senilai Rp11.000.000, 750 porsi Mie Aceh senilai Rp9.750.000, 750 porsi TST senilai Rp9.750.000, dan 300 porsi Kopi Sanger senilai Rp3.900.000. Dari analisis <i>Break Even Point</i> (BEP),

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					Warkop Bangsa tidak akan mengalami keuntungan atau kerugian dalam periode tersebut.
9	Nama Peneliti : Anisatun Nadhiroh, Kurniawan M. Nur, dan Sari Wiji Utami Tahun : 2022 Judul Penelitian : Analisis <i>Break Even Point</i> Sebagai Perencanaan Laba Pada UD. Silvia Food	Variabel Independen : <i>Break Even Point</i> Variabel Dependen : Perencanaan Laba	<i>Break Even Point, margin kontribusi, perencanaan laba, UD. Silvia Food.</i>	Deskriptif Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan selama periode tiga tahun dari 2018 hingga 2020, total pendapatan yang diperoleh oleh UD. Silvia Food telah mencapai titik impas. Hal ini terlihat dari fakta bahwa jumlah pendapatan melebihi jumlah titik impas (BEP) baik dalam nilai rupiah maupun unit. Misalnya, untuk kemasan 250 gram, pendapatan mencapai Rp. 579.400.000, yang lebih tinggi daripada titik impas sebesar Rp. 83.170.250, dengan selisih 57.940 unit yang juga melebihi jumlah titik impas sebesar 8.317 unit. Demikian pula, untuk kemasan 500 gram, pendapatan mencapai Rp. 713.600.000, yang juga melebihi titik impas sebesar Rp. 76.614.882, dengan selisih 35.680 unit yang lebih besar dari jumlah titik impas sebesar 3.831 unit.
10	Nama Peneliti : Asprizal Rizky Tahun : 2022 Judul Penelitian : Analisis <i>Break Even Point</i> (BEP) Sebagai	Variabel Independen : Break Even Point Variabel Dependen :	<i>Break even point (BEP), perencanaan laba</i>	Deskriptif Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa margin kontribusi di UD. Pokujon telah berhasil mencakup biaya tetap untuk menghasilkan laba

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Alat Perencanaan Laba Pada UD. Pokujon	Perencanaan Laba			bersih, dan titik impas telah terlewati pada bulan Juli, Agustus, dan September 2021, baik dalam nilai unit maupun nilai rupiah. Ini menandakan bahwa perusahaan telah mencapai laba dari kegiatan produksinya. Meskipun demikian, persentase <i>Margin of Safety</i> yang dihasilkan oleh UD. Pokujon dari bulan Juli hingga September 2021 menunjukkan penurunan, terutama pada bulan September, di mana <i>Margin of Safety</i> mencapai 42 persen. Penurunan ini mengindikasikan bahwa kondisi perusahaan menjadi lebih rentan terhadap kerugian karena <i>Margin of Safety</i> lebih rendah daripada bulan sebelumnya.
11	Nama Peneliti : Nur Khofifah, Beby Hilda Agustin, dan Muhammad Alfa Niam Tahun : 2024 Judul Penelitian : Analisis Penerapan Biaya Volume Laba (<i>Cost Volume Profit</i>) dalam Perencanaan Harga Jual untuk Mencapai Laba yang	Variabel Independen : Biaya Volume Laba (<i>Cost Volume Profit</i>) Variabel Dependen : Perencanaan Laba	<i>cost volume profit (cost volume profit, selling price planning, profit</i>	Deskriptif Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan Margin of Safety (MOS) pada tahun 2022 sebesar 16,94% dan pada tahun 2023 sebesar 50,15%. Perhitungan <i>Degree of Operating Leverage/DOL</i> pada tahun 2022 sebesar 3,37, dan untuk tahun berjalan diketahui nilai DOL sebesar 2,17. Artinya, setiap perubahan 1 pada

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Optimal pada CV Satria Jaya				penjualan akan mengakibatkan perubahan laba kena pajak perusahaan pada tahun berjalan sebesar 3,37 dan 2,17, masing-masing. Perusahaan dapat menggunakan analisis ini untuk membuat keputusan harga dan penjualan yang lebih baik.
12	Nama Peneliti : Faizal Akbar, Beby Hilda Agustin, dan Dewi Wungkus Antasari Tahun : 2022 Judul Penelitian : Analisis <i>Break Even Point</i> Sebagai Dasar Dalam Menyusun Anggaran Penjualan Dan Perencanaan Laba (Studi Kasus pada Pabrik Rokok Semanggi Mas Tulungagung)	Variabel Independen : <i>Break Even Point</i> Variabel Dependen : Perencanaan Laba	<i>Break Even Point</i> , Anggaran Penjualan, Perencanaan Laba.	Deskriptif Kuantitatif	Hasil analisis dan diskusi yang telah dilakukan menunjukkan bahwa perencanaan laba kedua produk tersebut juga kurang maksimal, yang berarti bahwa kedua produk tersebut masih mungkin mengalami kerugian, terutama untuk produk rokok Bio Mild. Secara keseluruhan, penerapan analisis <i>Break Even Point</i> belum mampu memberikan gambaran kepada perusahaan tentang cara menyusun anggaran penjualan untuk tahun 2019 dan tahun berikutnya, terutama mengingat pencapaian yang telah dicapai.

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
13	Nama Peneliti : Siti Rodiah Rukmana, Roni Marsiana Suhendi, dan Ali Muhidin Tahun : 2022 Judul Penelitian : Penerapan <i>Break Even Point</i> dalam Perencanaan Laba (Studi Kasus pada CV. Sandy Persada Banjar)	Variabel Independen : <i>Break Even Point</i> Variabel Dependen : Perencanaan Laba	<i>Break Even Point</i> , Perencanaan Laba	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan <i>Break Even Point</i> sangat penting dalam perencanaan laba. Hal ini dikarenakan penerapan <i>Break Even Point</i> mempunyai keterkaitan dengan biaya tetap, biaya variabel, dan harga jual. Hal Ini membantu manajer membuat keputusan tentang bagaimana merencanakan laba di masa depan dengan membuat anggaran yang mencakup biaya, harga produk, dan volume penjualan, yang pada dapat menghasilkan perolehan laba.
14	Nama Peneliti : Meylan F. Palenteng, Herman Karamoy, dan Robert Lambey Tahun : 2022 Judul Penelitian : Penerapan Analisis <i>Break Even Point</i> Dan <i>Margin Of Safety</i> Sebagai Alat Bantu Manajerial Untuk Perencanaan Laba Pada De	Variabel Independen : <i>Break Even Point</i> Variabel Dependen : Perencanaan Laba	<i>Analisis cost volume profit</i> (CVP), perencanaan laba, <i>Break Even Point</i> , <i>Margin Of Safety</i>	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa De Nearby Hotel harus menggunakan perhitungan biaya tetap dan biaya variable dalam perencanaan laba untuk menentukan <i>Break Even Point</i> , <i>Margin Of Safety</i> , pendapatan yang terjadi, dan laba yang terjadi.

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Nearby Hotel Manado				
15	Nama Peneliti : Meggy Melita Supit, Hendrik Gameliel, dan Sintje Nelly Rondonuwu Tahun : 2022 Judul Penelitian : Analisis Penerapan <i>Target Costing</i> Dan <i>Cost-Volume-Profit</i> Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Perencanaan Laba Saat <i>Low Season</i> Pada Hotel Sintesa Peninsula Manado	Variabel Independen : <i>Target Costing</i> dan <i>Cost-Volume-profit</i> Variabel Dependen : Perencanaan Laba	<i>Analysis, Decision Making, target costing, cost-volume-profit</i>	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hotel Sintesa Peninsula Manado menggunakan metode analisis biaya-volume-laba untuk membuat perencanaan laba. Metode ini digunakan untuk menentukan titik impas atau <i>break even point</i> , volume penjualan, dan tingkat margin keamanan yang diperlukan untuk menghindari kerugian. Perhitungan <i>break even point</i> atau titik impas dalam rupiah untuk 2019 sebesar 5.373.564.259, 2020 sebesar 4.005.143.266, dan 2021 sebesar 4.029.601.017.
16	Nama Peneliti : Siska Agustini, Emma Lilianti dan Andri Eko Putra Tahun : 2024 Judul Penelitian : Analisis Perhitungan <i>Cost Volume Profit</i> Sebagai Dasar	Variabel Independen : <i>Cost-Volume-profit</i> Variabel Dependen : Perencanaan Laba	<i>Cost Volume Profit, Perencanaan Laba</i>	Deskriptif Kualitatif	Berdasarkan hasil penelitian Penjualan perusahaan selalu di atas nilai titik impas, menurut hasil analisis CVP. Selama periode tersebut, kontribusi margin telah cukup untuk menutupi biaya tetap. Penulis menyarankan bahwa

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Perencanaan Laba pada PT Mulia Boga Raya TBK yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia				perusahaan harus meningkatkan dan menerapkan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada tahun-tahun berikutnya karena operasi <i>leverage</i> 2018-2021 menurun, meskipun pada tahun 2018 masih di atas 2%.
17	Nama Peneliti : Anida Anida, Ade Budi Setiawan, dan M Nur Afif Tahun : 2023 Judul Penelitian : Analisis <i>Break Even Point</i> Sebagai Alat Perencanaan Laba pada PT. Cidas Supra Metalindo	Variabel Independen : <i>Break Even Point</i> Variabel Dependen : Perencanaan Laba	<i>Break Even Point, Contribution Margin, Biaya Produksi, Volume Produksi dan Perencanaan Laba</i>	Deskriptif Kuantitatif	Hasil menunjukkan bahwa PT. Cidas Supra Metalindo menggunakan sistem pengelolaan biaya yang memasukkan biaya tetap dan variabel. Kemerostan keuntungan PT. Cidas Supra Metalindo dapat disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kenaikan biaya produksi tanpa disertai dengan peningkatan volume output. Selain itu, perusahaan tidak memutuskan untuk menaikkan harga jual produknya, yang mengakibatkan penurunan pertumbuhan laba karena kenaikan biaya produksi. Selain itu, semakin

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					<p>banyak perusahaan yang terlibat secara aktif dalam industri trafo memproduksi berbagai jenis trafo dengan berbagai harga. Dengan adanya opsi ini, pelanggan dapat memilih trafo yang paling sesuai dengan kebutuhan khusus mereka.</p>
18	<p>Nama Peneliti : Alex Simon, Tian Septiana, dan Rama Gita Suci Tahun : 2020 Judul Penelitian : Analisis <i>Cost Volume Profit</i> Sebagai Dasar Perencanaan Laba Perusahaan Yang Diharapkan (Studi Kasus Sultan's <i>Barbershop</i>)</p>	<p>Variabel Independen : <i>Cost Volume Profit</i> Variabel Dependen : Perencanaan Laba</p>	<p><i>Cost – Volume Profit</i></p>	<p>Deskriptif dengan pendekatan studi kasus</p>	<p>Hasil Penelitian dalam triwulan pertama, hasil penelitian menunjukkan margin kontribusi sebesar Rp 32.424.125, penjualan minimum sebesar Rp 19.330.018, dan titik impas sebesar Rp 39.838.182. Perusahaan menetapkan margin keuntungan sebesar dua puluh persen dari triwulan awal. Penjualan target sebesar Rp 62.775.909 untuk mencapai laba yang diharapkan. pada triwulan kedua tahun fiskal. Analisis CVP dapat digunakan oleh manajemen untuk membantu dalam menghitung laba</p>

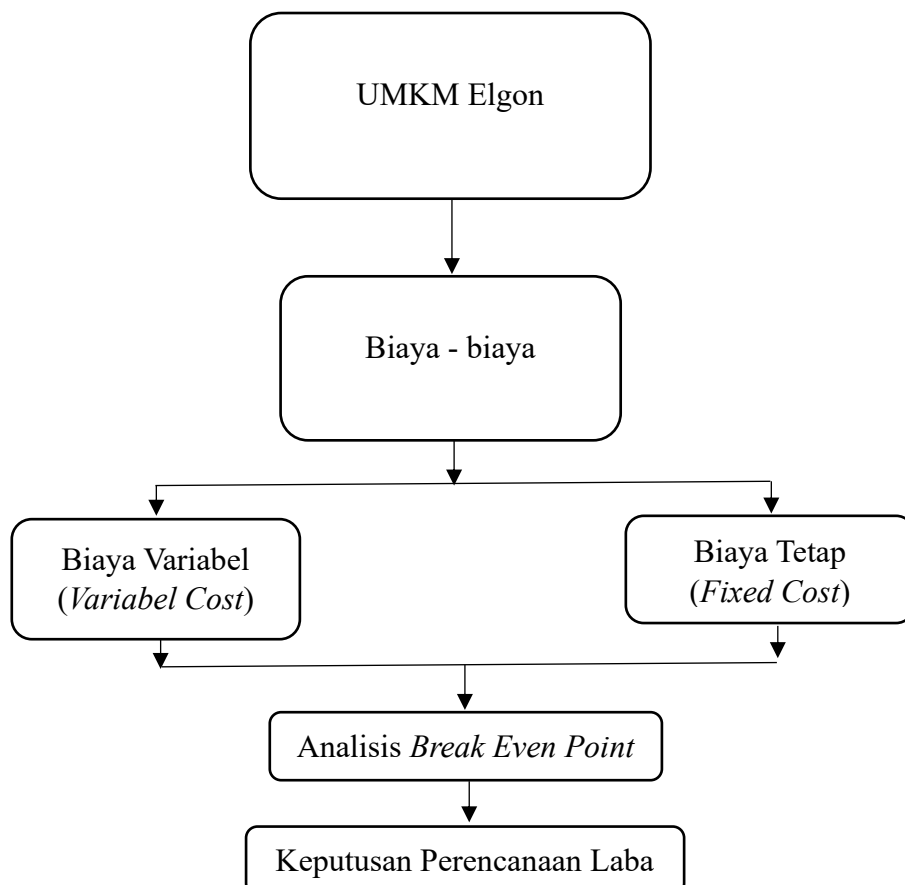
No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					untuk triwulan berikutnya.

2.5.2 Kerangka Pemikiran

Perencanaan laba sangat membantu dalam pengambilan keputusan dalam pengubahan rencana produksi agar tercapainya laba yang diinginkan, perhitungan laba ini dapat diperoleh menggunakan *break even point*. Menurut (Rusmayanti, 2021) perkembangan perencanaan laba yang efektif akan mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan untuk mencapai laba yang diinginkan. Perencanaan laba sangat penting untuk dilakukan karena dengan melakukannya, dapat ditaksir apakah perusahaan berhasil meningkatkan kinerjanya serta kaitannya dengan penilaian kesuksesan dari keberlangsungan usaha yang dilakukan oleh perusahaan.

Berdasarkan teori yang telah diuraikan dapat disimpulkan bahwa analisis *break even point* sebagai alat perencanaan laba yang bertujuan sebagai informasi mengenai biaya variabel, biaya tetap, harga jual, volume penjualan yang telah dikeluarkan. Berikut ini merupakan skema kerangka pemikiran UMKM Elgon.

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran



Dapat dilihat dalam kerangka pemikiran di atas bahwa diperlukan biaya tetap, biaya variabel, jumlah produksi dan harga per unit dalam menghitung *break even point*. Analisis *break even point* bertujuan untuk menganalisis laba perusahaan di masa mendatang, laba dihasilkan dari total pendapatan dikurangi total pengeluaran. Total pendapatan didapatkan jumlah produksi dan harga per unit sedangkan total pengeluaran didapatkan dari biaya variabel dan biaya tetap. Adanya analisis *break even point* untuk mendapatkan titik impas produk dan menjadi tolak ukur dalam menentukan laba yang ingin dicapai perusahaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif dengan jenis penelitian yang mengklasifikasi data yang dikumpulkan dari subjek penelitian dengan menjelaskan variabel penelitian, yaitu perhitungan *break even point* dan perencanaan laba yang berkaitan dengan penyelesaian masalah yang dihadapi subjek penelitian. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian di mana datanya tidak berbentuk angka, tetapi hanya kata-kata atau kalimat (Abubakar, 2021).

Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan deskriptif dengan tujuan untuk memberikan gambaran lengkap tentang situasi sosial yang berkaitan dengan masalah yang dihadapi oleh UMKM Elgon. Menurut (Abubakar, 2021) Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk meneliti variabel mandiri tanpa membandingkannya atau mengaitkannya dengan variabel lain, sehingga variabel tersebut dianggap mandiri. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi karakteristik, keadaan, gejala, atau kelompok tertentu atau untuk menentukan frekuensi.

3.2 Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian pada penelitian ini yaitu *break even point* dan perencanaan laba pada UMKM Elgon.

Unit analisis pada penelitian ini berupa individual. Penggunaan unit analisis individual dikarenakan pada penelitian hanya mengenai satu individu saja yang terdapat dalam UMKM Elgon.

Penelitian akan dilaksanakan pada UMKM Elgon yang berlokasi di Jalan Kampung Sawah Hilir No.10 Ciomas Bogor, Jawa Barat.

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Menurut (Abubakar, 2021) jenis penelitian dilihat dari jenis data yang akan diperoleh dibagi ke dalam dua jenis:

1. Penelitian kuantitatif mengumpulkan data dalam bentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan, seperti skala pengukuran.
2. Penelitian kualitatif mengumpulkan data dalam bentuk kata-kata atau kalimat, bukan angka.

Berdasarkan ciri-ciri di atas, penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dan kuantitatif. Jenis data kuantitatif berdasarkan penelitian ini terdapat pada biaya produksi, harga jual, harga beli untuk produk sandal pada UMKM Elgon dan jenis data kualitatif pada penelitian ini yaitu profil UMKM Elgon.

Pengumpulan data yang diperoleh yaitu data primer. Data primer adalah data yang belum diolah dan diperoleh dari lapangan.

Secara umum pengumpulan data dari data sekunder relatif lebih mudah dibandingkan dengan data primer. Artinya dalam hal pengumpulan data karena cukup memperoleh atau mengambil dari berbagai perusahaan atau lembaga tertentu, sesuai dengan data yang diinginkan. (Kasmir, 2022)

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu dengan metode wawancara tatap muka secara langsung dan observasi dengan pihak UMKM Elgon dan menggunakan data sekunder yaitu bersumber dari literatur penelitian terdahulu, internet yang berkaitan dengan penelitian

3.4 Operasional Variabel

Operasional variabel pada “Penerapan Analisis *Break Even Point* dalam Menentukan Perencanaan Laba Penjualan Pada UMKM Elgon tahun 2022”

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel (Dimensi)	Indikator	Skala
<i>Break Even Point</i> (X)	1. Biaya Tetap 2. Biaya Variabel 3. Harga Jual	$\text{Titik Impas (Unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{(\text{Harga Jual} - \text{Variabel})}$ $\text{Titik Impas (Rp)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{(1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}})}$	Rasio
Target Laba (Y)	1. Laba 2. BEP	$\text{Target Laba (Unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba}}{\text{Margin Kontribusi}}$ $\text{Target Laba (Rp)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$	Rasio

3.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti melakukan beberapa pengumpulan data sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan ketika seorang peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk mengidentifikasi masalah yang perlu diteliti. Selain itu, wawancara juga berguna jika peneliti ingin mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang pandangan, pengalaman, atau persepsi responden, terutama ketika jumlah respondennya sedikit atau terbatas. Dengan berkomunikasi langsung dengan responden, peneliti dapat mengeksplorasi berbagai aspek dari subjek penelitian secara lebih rinci dan mendalam (Sugiyono, 2021). Peneliti melakukan wawancara tatap muka langsung dengan pemilik usaha.

2. Observasi

Observasi merupakan proses pengamatan dan dokumentasi fakta-fakta yang diperlukan oleh seorang peneliti. Hal ini dianggap sebagai fondasi utama dalam ilmu pengetahuan karena para ilmuwan mengandalkan data yang diperoleh dari kegiatan observasi untuk membangun pengetahuan. Data yang dihasilkan melalui observasi merupakan fakta-fakta tentang dunia nyata yang memberikan dasar untuk pemahaman yang lebih baik terhadap fenomena yang diteliti. Sebagai hasil dari observasi ini, para ilmuwan dapat mengembangkan teori, menguji hipotesis, dan menarik kesimpulan yang didasarkan pada bukti empiris yang mereka amati. Dengan demikian, observasi menjadi salah satu cara utama di mana pengetahuan tentang dunia alam dan sosial diperoleh dan diperluas (Abubakar, 2021). Pada penelitian ini peneliti melakukan observasi datang langsung ke UMKM Elgon pada lokasi pembuatan produk.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merujuk pada proses pengumpulan data dan informasi dalam berbagai bentuk, seperti buku, arsip, dokumen tertulis, gambar, laporan, dan keterangan lainnya yang dapat digunakan untuk mendukung penelitian. Studi dokumen dapat digunakan sebagai alternatif untuk metode observasi atau wawancara, di mana data dianalisis dari materi yang telah ada. Dokumen-dokumen ini dapat lebih dipercaya atau kredibel jika disertai dengan foto atau karya tulis yang mendukung, karena hal tersebut memberikan bukti konkret dan visual yang memperkuat validitas temuan dalam penelitian (Sugiyono, 2018). Dokumentasi dalam penelitian ini mengumpulkan dan menganalisis data terutama tentang biaya, harga, dan volume penjualan UMKM Elgon..

3.6 Metode Pengolahan/Analisis Data

Pada Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif untuk menganalisis perhitungan mengenai *Break Even Point* pada UMKM Elgon yang kemudian menjadi landasan perencanaan. Berikut hasil perhitungan yang akan dilakukan oleh penulis sebagai berikut :

1. Mengumpulkan data yang didapatkan dari perusahaan
2. Menghitung biaya
 - a) Menentukan biaya tetap dan biaya variabel
 - b) Menghitung biaya variabel dan biaya tetap
3. Menghitung margin kontribusi.

Margin kontribusi menunjukkan berapa banyak dana yang digunakan untuk menutup biaya tetap dan mencapai laba. Semakin tinggi margin kontribusi, semakin besar kemungkinan perusahaan untuk menutup biaya tetap dan mencapai laba. Persamaan margin kontribusi :

$$\text{Margin Kontribusi} = \text{Harga Jual Per Unit} - \text{Biaya Variabel Per Unit}$$

4. Menghitung rasio margin kontribusi

Rasio margin kontribusi adalah perbandingan antara margin kontribusi dan total penjualan, menunjukkan informasi mengenai penentuan titik impas secara keseluruhan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Rasio margin kontribusi} = 1 - \frac{\text{Biaya Variabel Per Unit}}{\text{Harga Jual Per Unit}}$$

5. Menganalisis *break even point*

a) *Break even point* dalam unit

$$\text{Titik Impas (Unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin Kontribusi Per Unit}}$$

b) *Break even point* dalam rupiah

$$\text{Titik Impas (Rupiah)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$

6. Menghitung *Margin Of Safety*

Untuk memberikan informasi mengenai tingkatan perusahaan untuk melakukan penurunan penjualan agar tidak mengalami kerugian.

$$\text{Mos (\%)} = \frac{\text{Penjualan} - \text{BEP}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

7. Menentukan target laba

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

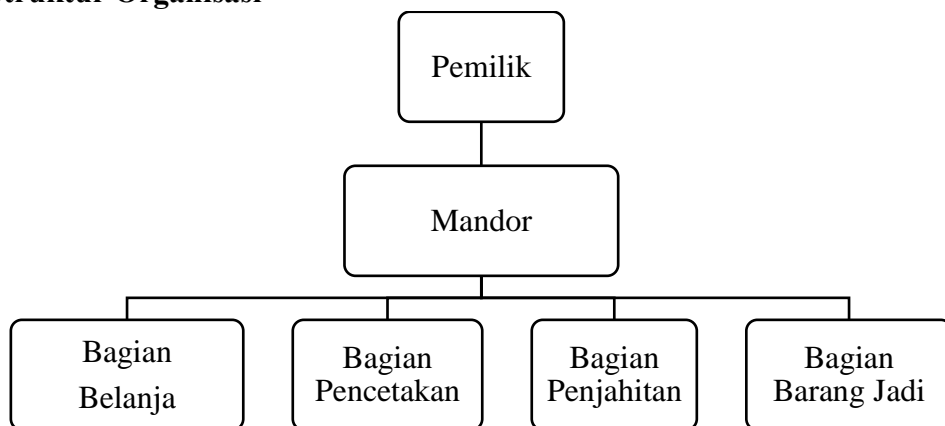
$$\text{Target Penjualan (rupiah)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$

BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum UMKM Elgon

UMKM Elgon merupakan usaha yang bergerak dalam bidang perindustrian yang memproduksi sandal dengan 2 jenis yaitu sandal gunung dan sandal jepit gunung dengan dengan ukuran yang berbeda mulai dari 33 sampai 43 dengan berbagai harga yang berbeda sesuai ukuran. UMKM Elgon berdiri sejak tahun 2018 yang berlokasi di Jalan Kampung Sawah Hilir No.10 Ciomas Bogor, Jawa Barat dengan pemilik Bapak Suhardi. UMKM Elgon hanya menerima barang sesuai pesanan pelanggan dan hanya memproduksi produk lebih pada saat tertentu, tidak hanya itu UMKM Elgon juga menjual secara kodi atau sebanyak 20 buah per pesanan dan tidak menerima dalam bentuk eceran atau pcs. Penjualan UMKM Elgon didistribusikan ke pasar anyar, jatinegara, dan daerah lainnya sesuai dengan pesanan yang masuk.

4.1.1. Struktur Organisasi



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi

Berikut uraian dan tanggung jawab dari masing masing bagian yang terdapat pada struktur organisasi UMKM Elgon sebagai berikut:

a. Pemilik

Pemilik memiliki wewenang serta tanggung serta kebijakan yang tinggi untuk mencapai tujuan dan kemajuan perusahaan.

b. Mandor

Mandor memiliki tugas untuk mengawasi jalannya proses produksi sandal dari barang baku sampai menjadi barang jadi.

c. Bagian Belanja

Bagian belanja memiliki tugas untuk melakukan pembelian bahan-bahan yang dibutuhkan dalam proses pembuatan produk sandal.

d. Bagian Pencetakan

Bagian pencetakan memiliki tugas untuk melaksanakan proses produksi yaitu pembuatan sol sandal.

e. Bagian Penjahitan

Bagian penjahitan memiliki tugas untuk proses produksi yaitu melakukan penjahitan pada sandal.

f. Bagian Barang Jadi

Bagian barang jadi memiliki tugas untuk melakukan pengecekan sandal yang telah diproduksi, proses pengemasan sandal, dan pengiriman pada pelanggan.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Penerimaan Pendapatan

UMKM Elgon memproduksi serta menjual produk untuk keberlangsungan usaha UMKM Elgon. Volume penjualan adalah jumlah banyaknya barang yang terjual sedangkan harga jual adalah harga yang ditetapkan penjual untuk menutupi biaya produksi dan mendapatkan keuntungan. UMKM Elgon memproduksi 2 produk sandal yaitu sandal jepit gunung dan sandal gunung dengan ukuran yang berbeda mulai dari 33 sampai 43.

Adapun rincian volume, harga jual, dan penjualan pada produk sandal jepit gunung dan sandal gunung tahun 2022 :

Tabel 4. 1 Volume, Harga Jual, dan Penjualan Produk Sandal Jepit Gunung UMKM Elgon

Jenis Sandal	Volume	Harga	Penjualan
Sandal Jepit Gunung Uk 33-37	1.980	Rp20.500	Rp 40.590.000
Sandal Jepit Gunung Uk 39-43	5.060	Rp24.000	Rp 121.440.000
Total	7.040		Rp 162.030.000

Sumber : UMKM Elgon (diolah penulis, 2024)

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa UMKM Elgon menjual sandal jepit gunung dengan ukuran 33-43 yaitu sebanyak 7.040 dengan total penjualan Rp162.030.000.

Tabel 4. 2 Volume, Harga Jual, dan Penjualan Produk Sandal Gunung UMKM Elgon

Jenis Sandal	Volume	Harga	Penjualan
Sandal Gunung Uk 33-37	1.080	Rp25.500	Rp 27.540.000
Sandal Gunung Uk 39-43	4.140	Rp29.000	Rp 120.060.000
Total	5.220		Rp 147.600.000

Sumber : UMKM Elgon (diolah penulis, 2024)

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa UMKM Elgon menjual sandal gunung dengan ukuran 33-43 yaitu sebanyak 5.220 dengan total penjualan sebanyak Rp147.600.000.

Dapat disimpulkan dari tabel-tabel tersebut menunjukkan bahwa penjualan terbanyak pada produk sandal UMKM Elgon yaitu pada produk sandal jepit gunung ukuran 39-43 sebanyak 5.060 dan penjualan produk sandal terkecil yaitu sandal gunung ukuran 33-37 sebanyak 1.080.

Data yang diperoleh dengan melakukan observasi dan wawancara terhadap UMKM Elgon, peneliti memperoleh data atas pendapatan dari penjualan serta jumlah produksi sandal yang dilakukan UMKM Elgon secara rinci perbulan berikut data tersebut dari bulan Februari – Desember tahun 2022 dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 4. 3 Daftar Pendapatan Penjualan Tahun 2022 UMKM Elgon

No	Nama Produk	Harga (Pcs)	Periode												Jumlah	Pendapatan Penjualan	Persentase
			Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep	Okt	Nov	Des			
1	Sandal Jepit Gunung Uk 33-37	Rp 20.500			300	380	200	280	320			200	300		1.980	Rp 40.590.000	13,11%
2	Sandal Jepit Gunung Uk 39-43	Rp 24.000		320	460	1.500	500	360	660	200	320	160	400	180	5.060	Rp 121.440.000	39,22%
3	Sandal Gunung Uk 33-37	Rp 25.500				40		320	60		260		20	380	1.080	Rp 27.540.000	8,89%
4	Sandal Gunung Uk 39-43	Rp 29.000			940	980		240	460	300	80	400	440	300	4.140	Rp 120.060.000	38,78%
	Total			320	1.700	2.900	700	1.200	1.500	500	660	760	1.160	860	12.260	Rp 309.630.000	100%

Sumber: Elgon (diolah penulis, 2024)

Tabel 4. 4 Daftar Hasil Produksi Tahun 2022 UMKM Elgon

No	Nama Produk	Periode												Jumlah	Persentase
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep	Okt	Nov	Des		
1	Sandal Jepit Gunung Uk 33-37			300	380	240	280	320			200	300		2.020	15,91%
2	Sandal Jepit Gunung Uk 39-43		400	460	1.500	560	360	660	240	320	200	400	200	5.300	41,73%
3	Sandal Gunung Uk 33-37				40		320	60		260		60	400	1.140	8,98%
4	Sandal Gunung Uk 39-43			940	980		240	460	360	120	400	440	300	4.240	33,39%
	Total		400	1.700	2.900	800	1.200	1.500	600	700	800	1.200	900	12.700	100%

Sumber: Elgon (diolah penulis, 2024)

Dalam penelitian, perencanaan laba menggunakan analisis *Break Even Point* yang dicapai oleh UMKM Elgon menggunakan biaya operasional yang terjadi pada tahun 2022 seperti biaya tetap, biaya variabel, harga penjualan produk, dan volume penjualan.

4.2.2. Pengklasifikasi Biaya Tetap dan Biaya Variabel pada UMKM Elgon

Klasifikasi dan mengelompokan biaya-biaya secara tepat maka dapat membantu UMKM Elgon untuk melakukan perhitungan dalam pencatatan biaya, menyusun laporan keuangan yang tepat dan memberikan gambaran yang akurat kepada manajemen.

Adapun rincian biaya variabel pada UMKM Elgon Tahun 2022 yaitu:

a) Biaya bahan baku dalam pembuatan sandal jepit gunung dan sandal gunung pada UMKM Elgon Tahun 2022

Berdasarkan informasi yang didapat penulis dari UMKM Elgon pada tahun 2022 memproduksi sandal jepit gunung sebanyak 7.320 pcs atau setara dengan 366 kodi.

Tabel 4. 5 Biaya Bahan Baku Sandal Jepit Gunung UMKM Elgon Tahun 2022

No	Nama Bahan Baku	Biaya Bahan Baku Per Kodi	Total Produksi Tahun 2022	Total Biaya Bahan Baku
		a	b	c = a*b
1	Spons (Insole)	Rp 60.000	366	Rp 21.960.000
2	Karet (Outsole)	Rp 100.000	366	Rp 36.600.000
3	Webbing (Tali)	Rp 22.500	366	Rp 8.235.000
4	Lem Kuning	Rp 6.000	366	Rp 2.196.000
5	Benang	Rp 17.000	366	Rp 6.222.000
Total				Rp 75.213.000

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis, 2024)

Berdasarkan informasi yang didapat penulis dari UMKM Elgon pada tahun 2022 memproduksi sandal jepit gunung sebanyak 5.380 pcs atau setara dengan 269 kodi.

Tabel 4. 6 Biaya Bahan Baku Sandal Gunung UMKM Elgon Tahun 2022

No	Nama Bahan Baku	Biaya Bahan Baku Per Kodi	Total Produksi Tahun 2022	Total Biaya Bahan Baku
		a	b	c = a*b
1	Spons (Insole)	Rp 60.000	269	Rp 16.140.000
2	Karet (Outsole)	Rp 100.000	269	Rp 26.900.000
3	Webbing (Tali)	Rp 22.500	269	Rp 6.052.500
4	Lem Kuning	Rp 6.000	269	Rp 1.614.000
5	Benang	Rp 17.000	269	Rp 4.573.000
Total				Rp 55.279.500

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis, 2024)

Berdasarkan perhitungan di atas maka total biaya bahan baku pada UMKM Elgon sebesar Rp130.492.500.

b) Biaya perlengkapan produksi sandal jepit gunung dan sandal gunung pada UMKM Elgon Tahun 2022

Tabel 4. 7 Biaya Perlengkapan untuk Sandal Jepit Gunung UMKM Elgon Tahun 2022

No	Nama	Biaya Perlengkapan Per Kodi	Total Produksi Tahun 2022	Total Biaya Bahan Perlengkapan
		a	b	c=a*b
1	Plastik	Rp 2.500	366	Rp 915.000
2	Label	Rp 3.500	366	Rp 1.281.000
3	Jala	Rp 35.000	366	Rp 12.810.000
Total				Rp 15.006.000

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis, 2024)

Tabel 4. 8 Biaya Perlengkapan untuk Sandal Gunung UMKM Elgon Tahun 2022

No	Nama	Biaya Perlengkapan Per Kodi	Total Produksi Tahun 2022	Total Biaya Bahan Perlengkapan
		a	b	c=a*b
1	Plastik	Rp 2.500	269	Rp 672.500
2	Label	Rp 3.500	269	Rp 941.500
3	Jala	Rp 35.000	269	Rp 9.415.000
Total				Rp 11.029.000

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis, 2024)

Berdasarkan perhitungan di atas maka total biaya perlengkapan pada UMKM Elgon sebesar Rp26.035.000

c) Biaya gaji karyawan UMKM Elgon untuk Tahun 2022

Gaji karyawan UMKM Elgon ditentukan oleh berapa kodi sandal yang diproduksi oleh pekerja pada setiap harinya. Pada tahun 2022 UMKM Elgon memproduksi sebesar 12.700 pcs atau sebesar 635 kodi. Dengan rincian upah tenaga kerja yaitu Rp20.000 upah pekerja dan Rp1.000 uang makan.

Tabel 4. 9 Biaya Gaji Karyawan UMKM Elgon Tahun 2022

No	Keterangan	Jumlah (orang)	Upah Tenaga Kerja Per Kodi	Total Produksi Tahun 2022	Total Upah Tenaga Kerja
			a	b	c=a*b
1	Bagian Belanja	1	Rp 21.000	635	Rp 13.335.000
2	Bagian Pencetakan	1	Rp 21.000	635	Rp 13.335.000
3	Bagian Penjahitan	1	Rp 21.000	635	Rp 13.335.000
4	Bagian Barang Jadi	1	Rp 21.000	635	Rp 13.335.000
Total					Rp53.340.000

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis, 2024)

d) Biaya pengiriman UMKM Elgon Tahun 2022

Biaya pengiriman ditentukan oleh berapa banyak kodi yang diproduksi dan harus dikirimkan kepada pelanggan. Pada tahun 2022 UMKM Elgon memproduksi sebanyak 12.700 pcs atau setara dengan 635 kodi.

Tabel 4. 10 Biaya Pengiriman UMKM Elgon Tahun 2022

Biaya Pengiriman Per Kodi	Total Produksi Tahun 2022	Total Biaya Pengiriman
a	b	c=a*b
Rp 6.000	635	Rp 3.810.000
Total		Rp 3.810.000

Sumber : UMKM Elgon (diolah penulis, 2024)

Adapun rincian biaya tetap pada UMKM Elgon tahun 2022 :

a) Biaya depresiasi aset tetap UMKM Elgon Tahun 2022

Berdasarkan informasi yang didapat dari UMKM Elgon rumus yang digunakan untuk menghitung depresiasi aset tetap dengan menggunakan metode garis lurus sebagai berikut:

$$\text{Depresiasi} = \frac{\text{Harga Perolehan} - \text{Nilai Residu}}{\text{Masa Manfaat Aset}}$$

1. Mesin Cetak Sol

$$\text{Depresiasi} = \frac{\text{Rp}4.500.000 - \text{Rp}0}{10} = \text{Rp}450.000$$
2. Mesin Cetak Spons

$$\text{Depresiasi} = \frac{\text{Rp}3.000.000 - \text{Rp}0}{10} = \text{Rp}300.000$$
3. Mesin Press

$$\text{Depresiasi} = \frac{\text{Rp}1.200.000 - \text{Rp}0}{10} = \text{Rp}120.000$$
4. Mesin Jahit

$$\text{Depresiasi} = \frac{\text{Rp}1.000.000 - \text{Rp}0}{10} = \text{Rp}100.000$$
5. Mesin Potong

$$\text{Depresiasi} = \frac{\text{Rp}2.400.000 - \text{Rp}0}{10} = \text{Rp}240.000$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka total depresiasi aset tetap pada UMKM Elgon sebesar Rp1.210.000

b) Biaya listrik UMKM Elgon Tahun 2022

Biaya listrik pada UMKM Elgon merupakan biaya tetap dengan nominal per bulan sebesar Rp340.000 dan jumlah pemakaian selama 11 bulan periode Februari sampai Desember.

Tabel 4. 11 Biaya Listrik UMKM Elgon Tahun 2022

Biaya Listrik Per Bulan	Jumlah Pemakaian (Bulan)	Total Biaya Listrik
a	b	c=a*b
Rp 340.000	12	Rp 4.080.000
Total		Rp 4.080.000

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis, 2024)

c) Biaya sewa bangunan UMKM Elgon Tahun 2022

Biaya sewa bangunan pada UMKM Elgon merupakan biaya tetap sebesar Rp8.000.000 per tahun.

Adapun daftar total biaya untuk produk sandal jepit gunung dan sandal gunung pada UMKM Elgon Tahun 2022 :

Tabel 4. 12 Total Biaya untuk Memproduksi Sandal Jepit Gunung dan Sandal Gunung UMKM Elgon

No	Unsur Biaya	Jenis Biaya	Total Biaya
1	Biaya Gaji Karyawan	Variabel	Rp 53.340.000
2	Biaya Pengiriman	Variabel	Rp 3.810.000
3	Biaya Penyusutan Mesin	Tetap	Rp 1.210.000
4	Biaya Listrik	Tetap	Rp 4.080.000
5	Biaya Sewa Bangunan	Tetap	Rp 8.000.000
Total			Rp70.440.000

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis,2024)

Pengalokasi biaya variabel dan biaya tetap berdasarkan sandal jepit gunung dan sandal gunung UMKM Elgon Tahun 2022 sebagai berikut :

- a) Alokasi biaya variabel sandal jepit gunung dan sandal gunung UMKM Elgon tahun 2022 sebagai berikut:

Tabel 4. 13 Alokasi Biaya Tenaga Kerja untuk Produk UMKM Elgon Tahun 2022

No	Nama Produk	Tenaga Kerja	Persentase	Biaya Gaji Karyawan
		a	b	c=a*b
1	SJG Uk 33-37	Rp53.340.000	15,91%	Rp 8.484.000
2	SJG Uk 39-43	Rp53.340.000	41,73%	Rp 22.260.000
3	SG Uk 33-37	Rp53.340.000	8,98%	Rp 4.788.000
4	SG Uk 39-43	Rp53.340.000	33,39%	Rp 17.808.000
Total			100%	Rp 53.340.000

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis, 2024)

Tabel 4. 14 Alokasi Biaya Pengiriman untuk Produk UMKM Elgon Tahun 2022

No	Nama Produk	Pengiriman	Persentase	Biaya Pengiriman
		a	b	c=a*b
1	SJG Uk 33-37	Rp 3.810.000	15,91%	Rp 606.000
2	SJG Uk 39-43	Rp 3.810.000	41,73%	Rp 1.590.000
3	SG Uk 33-37	Rp 3.810.000	8,98%	Rp 342.000
4	SG Uk 39-43	Rp 3.810.000	33,39%	Rp 1.272.000
Total			100%	Rp 3.810.000

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis,2024)

Tabel 4. 15 Alokasi Biaya Penyusutan untuk Produk UMKM Elgon Tahun 2022

No	Nama Produk	Penyusutan	Persentase	Biaya Penyusutan Mesin
		a	b	c=a*b
1	SJG Uk 33-37	Rp 1.210.000	15,91%	Rp 192.457
2	SJG Uk 39-43	Rp 1.210.000	41,73%	Rp 504.961
3	SG Uk 33-37	Rp 1.210.000	8,98%	Rp 108.614
4	SG Uk 39-43	Rp 1.210.000	33,39%	Rp 403.969
Total			100%	Rp 1.210.000

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis,2024)

- b) Alokasi biaya tetap sandal jepit gunung dan sandal gunung UMKM Elgon tahun 2022 sebagai berikut:

Tabel 4. 16 Alokasi Biaya Listrik untuk Produk UMKM Elgon Tahun 2022

No	Nama Produk	Listrik	Persentase	Biaya Listrik
		a	b	c=a*b
1	SJG Uk 33-37	Rp 4.080.000	15,91%	Rp 648.945
2	SJG Uk 39-43	Rp 4.080.000	41,73%	Rp 1.702.677
3	SG Uk 33-37	Rp 4.080.000	8,98%	Rp 366.236
4	SG Uk 39-43	Rp 4.080.000	33,39%	Rp 1.362.142
Total			100%	Rp 4.080.000

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis, 2024)

Tabel 4. 17 Alokasi Biaya Sewa Bangunan untuk Produk UMKM Elgon Tahun 2022

No	Nama Produk	Sewa	Persentase	Biaya Sewa Bangunan
		a	b	c=a*b
1	SJG Uk 33-37	Rp 8.000.000	15,91%	Rp 1.272.441
2	SJG Uk 39-43	Rp 8.000.000	41,73%	Rp 3.338.583
3	SG Uk 33-37	Rp 8.000.000	8,98%	Rp 718.110
4	SG Uk 39-43	Rp 8.000.000	33,39%	Rp 2.670.866
Total			100%	Rp 8.000.000

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis, 2024)

4.2.3 Penerapan *Break Even Point* pada UMKM Elgon

Sebelum menghitung titik impas, biaya yang terjadi harus dibagi menjadi dua kategori utama: biaya tetap dan biaya variabel. Biaya variabel adalah biaya yang berubah sesuai dengan volume penjualan atau produksi. Di sisi lain, biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tetap tidak berubah, meskipun jumlah yang diproduksi atau dijual berfluktuasi dalam kapasitas normal.

Berikut adalah rincian biaya variabel dan biaya tetap pada UMKM Elgon sebagai berikut:

Tabel 4. 18 Rincian Biaya Variabel dan Biaya Tetap UMKM Elgon Tahun 2022

No	Unsur Biaya	Biaya Variabel	Biaya Tetap
1	Biaya Gaji Karyawan	Rp 53.340.000	
2	Biaya Pengiriman	Rp 3.810.000	
3	Biaya Bahan Baku	Rp 130.492.500	
4	Perlengkapan Produksi	Rp 26.035.000	
5	Biaya Penyusutan Mesin		Rp 1.210.000
6	Biaya Listrik		Rp 4.080.000
7	Biaya Sewa Bangunan		Rp 8.000.000
	Total	Rp 213.677.500	Rp 13.290.000

Sumber:UMKM Elgon (diolah penulis,2024)

Berikut adalah perhitungan biaya variabel dan biaya tetap berdasarkan produk sandal jepit gunung dan sandal gunung yang terjual periode tahun 2022.

Tabel 4. 19 Perhitungan Biaya Variabel Produk Terjual UMKM Elgon Tahun 2022

No	Nama Produk	Persen	Biaya Variabel	Alokasi Biaya Variabel	Kuantitas Penjualan	Biaya Variabel/unit
		a	b	c=a*b	d	e=c/d
1	SJG Uk 33-37	13,11%	Rp 213.677.500	Rp 28.011.400	1.980	Rp 14.147
2	SJG Uk 39-43	39,22%	Rp 213.677.500	Rp 83.806.464	5.060	Rp 16.563
3	SG Uk 33-37	8,89%	Rp 213.677.500	Rp 19.005.517	1.080	Rp 17.598
4	SG Uk 39-43	38,78%	Rp 213.677.500	Rp 82.854.118	4.140	Rp 20.013
	Total	100%		Rp 213.677.500	12.260	Rp 68.320

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis,2024)

Berikut adalah perhitungan biaya variabel dan biaya tetap berdasarkan produk sandal jepit gunung dan sandal gunung yang terjual periode tahun 2022.

Tabel 4. 20 Perhitungan Biaya Tetap Terjual UMKM Elgon Tahun 2022

No	Nama Produk	Persen	Biaya Tetap	Alokasi Biaya Tetap
		a	b	c = a*b
1	SJG Uk 33-37	13,11%	Rp 13.290.000	Rp 1.742.212
2	SJG Uk 39-43	39,22%	Rp 13.290.000	Rp 5.212.472
3	SG Uk 33-37	8,89%	Rp 13.290.000	Rp 1.182.077
4	SG Uk 39-43	38,78%	Rp 13.290.000	Rp 5.153.239
	Total	100%		Rp 13.290.000

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis,2024)

Adapun laporan laba rugi untuk produk sandal jepit gunung dan sandal gunung UMKM Elgon tahun 2022 adalah sebagai berikut.

a. Sandal Jepit Gunung Uk 33-37

Berikut laporan laba rugi untuk produk sandal jepit gunung ukuran 33-37 tahun 2022 sebagai berikut.

Tabel 4. 21 Laporan Laba Rugi Tahun 2022 UMKM Elgon

Pendapatan penjualan sandal jepit gunung uk 33-37			
1.980	×	Rp20.500	= Rp 40.590.000
Biaya Variabel			
1.980	×	Rp14.147	= <u>Rp 28.011.060</u>
Margin kontribusi			Rp 12.578.940
Biaya tetap			<u>Rp 1.742.212</u>
Laba bersih			Rp 10.836.728

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis,2024)

Tabel di atas menunjukkan bahwa laba produk sandal jepit gunung ukuran 33-37 pada tahun 2022 sebesar Rp10.836.728.

b. Sandal Jepit Gunung Uk 39-43

Berikut laporan laba rugi untuk produk sandal jepit gunung ukuran 39-43 tahun 2022 sebagai berikut.

Tabel 4. 22 Laporan Laba Rugi Tahun 2022 UMKM Elgon

Pendapatan penjualan sandal jepit gunung uk 39-43			
5.060	×	Rp 24.000	= Rp 121.440.000
Biaya Variabel			
5.060	×	Rp 16.563	= <u>Rp 83.808.780</u>
Margin kontribusi			Rp 37.631.220
Biaya tetap			<u>Rp 5.212.472</u>
Laba bersih			Rp 32.418.748

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis,2024)

Tabel di atas menunjukkan bahwa laba produk sandal jepit gunung ukuran 39-43 pada tahun 2022 sebesar Rp32.418.748.

c. Sandal Gunung Uk 33-37

Berikut laporan laba rugi untuk produk sandal gunung ukuran 33-37 tahun 2022 sebagai berikut.

Tabel 4. 23 Laporan Laba Rugi Tahun 2022 UMKM Elgon

Pendapatan penjualan sandal gunung uk 33-37			
1.080	×	Rp 25.500	= Rp 27.540.000
Biaya Variabel			
1.080	×	Rp 17.598	= <u>Rp 19.005.840</u>
Margin kontribusi			Rp 8.534.160
Biaya tetap			<u>Rp 1.182.077</u>
Laba bersih			Rp 7.352.083

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis,2024)

Tabel di atas menunjukkan bahwa laba produk sandal gunung ukuran 33-37 pada tahun 2022 sebesar Rp7.352.083.

d. Sandal Gunung Uk 39-43

Berikut laporan laba rugi untuk produk sandal gunung ukuran 39-43 tahun 2022 sebagai berikut.

Tabel 4. 24 Laporan Laba Rugi Tahun 2022 UMKM Elgon

Pendapatan penjualan sandal gunung uk 39-43			
4.140	×	Rp 29.000	= Rp 120.060.000
Biaya Variabel			
4.140	×	Rp 17.598	= <u>Rp 72.855.720</u>
Margin kontribusi			Rp 47.204.280
Biaya tetap			<u>Rp 5.153.239</u>
Laba bersih			Rp 42.051.041

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis,2024)

Tabel di atas menunjukkan bahwa laba produk sandal gunung ukuran 39-43 pada tahun 2022 sebesar Rp 42.051.041.

Berikut perhitungan margin kontribusi per unit UMKM Elgon tahun 2022 dengan rumus yang digunakan dalam perhitungan margin kontribusi per unit adalah sebagai berikut:

$$\text{Margin Kontribusi} = \text{Harga Jual Per Unit} - \text{Biaya Variabel Per unit}$$

Tabel 4. 25 Perhitungan Margin Kontribusi UMKM Elgon Tahun 2022

No	Nama Produk	Harga Jual	Biaya Variabel per unit	Margin kontribusi per unit
		a	b	c = a-b
1	SJG Uk 33-37	Rp 20.500	Rp 14.147	Rp 6.353
2	SJG Uk 39-43	Rp 24.000	Rp 16.563	Rp 7.437
3	SG Uk 33-37	Rp 25.500	Rp 17.598	Rp 7.902
4	SG Uk 39-43	Rp 29.000	Rp 20.013	Rp 8.987
	Total		Rp 68.320	Rp 30.680

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis, 2024)

Berikut perhitungan rasio margin kontribusi per unit UMKM Elgon Tahun 2022 dengan rumus yang digunakan dalam perhitungan rasio margin kontribusi per unit adalah sebagai berikut:

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = 1 - \frac{\text{Biaya Variabel Per Unit}}{\text{Harga Jual Per Unit}}$$

Tabel 4. 26 Perhitungan Rasio Margin Kontribusi UMKM Elgon Tahun 2022

No	Nama Produk	Harga Jual	Biaya Variabel per unit	Rasio margin kontribusi per unit
		a	b	c = 1-b/a
1	SJG Uk 33-37	Rp 20.500	Rp 14.147	0,3099
2	SJG Uk 39-43	Rp 24.000	Rp 16.563	0,3099
3	SG Uk 33-37	Rp 25.500	Rp 17.598	0,3099
4	SG Uk 39-43	Rp 29.000	Rp 20.013	0,3099
	Total		Rp 68.320	

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis,2024)

Berikut perhitungan *break even point* per unit UMKM Elgon Tahun 2022 dengan rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$\text{Titik impas (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin Kontribusi Per Unit}}$$

Tabel 4. 27 Perhitungan *Break Even Point* Per Unit UMKM Elgon Tahun 2022

No	Nama Produk	Biaya tetap	Margin kontribusi per unit	Jumlah BEP dalam unit	Pembulatan
		a	b	c = a/b	
1	SJG Uk 33-37	Rp 1.742.212	Rp 6.353	274,24	274
2	SJG Uk 39-43	Rp 5.212.472	Rp 7.437	700,84	701
3	SG Uk 33-37	Rp 1.182.077	Rp 7.902	149,59	150
4	SG Uk 39-43	Rp 5.153.239	Rp 8.987	573,41	573
	Total	Rp 13.290.000	Rp 30.680		

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis,2024)

Berikut perhitungan *break even point* dalam rupiah UMKM Elgon Tahun 2022 dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Titik impas (Rupiah)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$

Tabel 4. 28 Perhitungan *Break Even Point* dalam Rupiah UMKM Elgon Tahun 2022

No	Nama Produk	Biaya tetap	Rasio Margin Kontribusi per unit	Jumlah BEP dalam rupiah
		a	b	c = a/b
1	SJG Uk 33-37	Rp 1.742.212	0,3099	Rp 5.621.960
2	SJG Uk 39-43	Rp 5.212.472	0,3099	Rp 16.820.172
3	SG Uk 33-37	Rp 1.182.077	0,3099	Rp 3.814.456
4	SG Uk 39-43	Rp 5.153.239	0,3099	Rp 16.629.034
	Total	Rp 13.290.000		Rp 42.885.623

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis, 2024)

Adapun laporan laba rugi untuk produk sandal jepit gunung dan sandal gunung UMKM Elgon tahun 2022 adalah sebagai berikut.

a. Sandal Jepit Gunung Ukuran 33-37

Berikut laporan laba rugi kontribusi untuk produk sandal jepit gunung ukuran 33-37 tahun 2022 sebagai berikut.

Tabel 4. 29 Laporan Laba Rugi Tahun 2022 UMKM Elgon

Pendapatan penjualan sandal jepit gunung uk 33-37			
274	×	Rp20.500	= Rp 5.621.960
Biaya Variabel			
274	×	Rp14.147	= <u>Rp 3.879.748</u>
Margin kontribusi			
			Rp1.742.212
Biaya tetap			
			<u>Rp1.742.212</u>
Laba bersih			
			Rp 0

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis, 2024)

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa titik *break even point* penjualan sandal jepit gunung ukuran 33-37 sebesar Rp5.621.960 atau sebanyak 274 unit. Jika UMKM Elgon hanya menjual sandal jepit gunung ukuran 33-37 sebanyak 274 unit dengan harga Rp20.500 per unit, maka UMKM Elgon tidak memperoleh laba tetapi juga tidak memperoleh kerugian.

a. Sandal Jepit Gunung Ukuran 39-43

Berikut laporan laba rugi kontribusi untuk produk sandal jepit gunung ukuran 39-43 tahun 2022 sebagai berikut.

Tabel 4. 30 Laporan Laba Rugi Tahun 2022 UMKM Elgon

Pendapatan penjualan sandal jepit gunung uk 39-43			
701	×	Rp24.000	= Rp 16.820.172
Biaya Variabel			
701	×	Rp16.563	= <u>Rp 11.607.701</u>
Margin kontribusi			
			Rp5.212.472
Biaya tetap			
			<u>Rp5.212.472</u>
Laba bersih			
			Rp 0

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis, 2024)

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa titik *break even point* penjualan sandal jepit gunung ukuran 39-43 sebesar Rp16.820.172 atau sebanyak 701 unit. Jika UMKM Elgon hanya menjual sandal jepit gunung ukuran 39-43 sebanyak 701 unit dengan harga Rp24.000 per unit, maka UMKM Elgon tidak memperoleh laba tetapi juga tidak memperoleh kerugian.

b. Sandal Gunung Ukuran 33-37

Berikut laporan laba rugi kontribusi untuk produk sandal gunung ukuran 33-37 tahun 2022 sebagai berikut.

Tabel 4. 31 Laporan Laba Rugi Tahun 2022 UMKM Elgon

Pendapatan penjualan sandal gunung uk 33-37			
150	×	Rp 25.500	= Rp 3.814.456
Biaya Variabel			
150	×	Rp 17.598	= <u>Rp 2.632.379</u>
Margin kontribusi			
			Rp1.182.077
Biaya tetap			
			<u>Rp1.182.077</u>
Laba bersih			
			Rp 0

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis, 2024)

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa titik *break even point* penjualan sandal gunung ukuran 33-37 sebesar Rp3.814.456 atau sebanyak 150 unit. Jika UMKM Elgon hanya menjual sandal gunung ukuran 33-37 sebanyak 150 unit dengan harga Rp25.500 per unit, maka UMKM Elgon tidak memperoleh laba tetapi juga tidak memperoleh kerugian.

c. Sandal Gunung Ukuran 39-43

Berikut laporan laba rugi kontribusi untuk produk sandal gunung ukuran 39-43 tahun 2022 sebagai berikut.

Tabel 4. 32 Laporan Laba Rugi Tahun 2022 UMKM Elgon

Pendapatan penjualan sandal gunung uk 39-43		
573	×	Rp 29.000 = Rp 16.629.034
Biaya Variabel		
573	×	Rp 20.013 = <u>Rp 11.475.795</u>
Margin kontribusi		Rp5.153.239
Biaya tetap		<u>Rp5.153.239</u>
Laba bersih		Rp 0

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis, 2024)

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa titik *break even point* penjualan sandal gunung ukuran 39-43 sebesar Rp16.629.034 atau sebanyak 573 unit. Jika UMKM Elgon hanya menjual sandal gunung ukuran 39-43 sebanyak 573 unit dengan harga Rp29.000 per unit, maka UMKM Elgon tidak memperoleh laba tetapi juga tidak memperoleh kerugian.

Berikut perhitungan *margin of safety* UMKM Elgon Tahun 2022 dengan rumus sebagai berikut:

$$MOS (\%) = \frac{\text{Penjualan} - BEP}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

Tabel 4. 33 Perhitungan *Margin Of Safety* UMKM Elgon Tahun 2022

No	Nama Produk	Penjualan	BEP	MOS (%)	MOS (Rp)
		a	b	c=(a-b)/a	d=a-b
1	SJG Uk 33-37	Rp 40.590.000	Rp 5.621.960	86,15%	Rp 34.968.040
2	SJG Uk 39-43	Rp 121.440.000	Rp 16.820.172	86,15%	Rp 104.619.828
3	SG Uk 33-37	Rp 27.540.000	Rp 3.814.456	86,15%	Rp 23.725.544
4	SG Uk 39-43	Rp 120.060.000	Rp 16.629.034	86,15%	Rp 103.430.966
	Total	Rp 309.630.000	Rp 42.885.623		Rp 266.744.377

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis, 2024)

- Sandal Jepit Gunung Ukuran 33-37

Dari perhitungan *margin of safety* di atas, Dari hasil perhitungan margin of safety di atas, dapat disimpulkan bahwa UMKM Elgon memiliki toleransi penurunan penjualan maksimum sebesar 86,15%, atau setara dengan Rp34.968.040. Dengan kata lain, penjualan UMKM Elgon boleh turun hingga

86,15% dari level normalnya untuk produk sandal jepit ukuran 33-37 agar tetap tidak mengalami kerugian. Jika penurunan penjualan kurang dari 86,15%, UMKM Elgon masih akan memperoleh laba. Namun, jika penurunan penjualan melebihi 86,15%, UMKM Elgon akan mengalami kerugian. Sedangkan saat penjualan mencapai 86,15%, UMKM Elgon akan mencapai titik impas di mana tidak akan mendapatkan laba maupun mengalami kerugian.

- Sandal Jepit Gunung Ukuran 39-43

Dari hasil perhitungan *margin of safety* di atas, dapat disimpulkan bahwa UMKM Elgon memiliki toleransi penurunan penjualan maksimum sebesar 86,15%, atau setara dengan Rp104.619.828, untuk produk sandal jepit ukuran 39-43 agar tetap tidak mengalami kerugian. Dengan kata lain, penjualan UMKM Elgon boleh turun hingga 86,15% dari level normalnya untuk produk tersebut. Jika penurunan penjualan kurang dari 86,15%, UMKM Elgon masih akan memperoleh laba. Namun, jika penurunan penjualan melebihi 86,15%, UMKM Elgon akan mengalami kerugian. Sedangkan saat penjualan mencapai 86,15%, UMKM Elgon akan mencapai titik impas di mana tidak akan mendapatkan laba maupun mengalami rugi.

- Sandal Gunung Ukuran 33-37

Dari hasil perhitungan *margin of safety* di atas, terlihat bahwa jumlah maksimum penurunan penjualan UMKM Elgon adalah sebesar 86,15%, atau setara dengan Rp23.725.544, untuk produk sandal gunung ukuran 33-37. Dengan kata lain, penjualan UMKM Elgon boleh turun hingga 86,15% dari level normalnya untuk produk tersebut agar tetap tidak mengalami kerugian. Jika penurunan penjualan kurang dari 86,15%, UMKM Elgon masih akan memperoleh laba. Namun, jika penurunan penjualan melebihi 86,15%, UMKM Elgon akan mengalami kerugian. Sedangkan saat penjualan mencapai 86,15%, UMKM Elgon akan mencapai titik impas di mana tidak akan mendapatkan laba maupun mengalami rugi.

- Sandal Gunung Ukuran 39-43

Dari perhitungan *margin of safety* di atas, terlihat bahwa jumlah maksimum penurunan penjualan UMKM Elgon adalah sebesar 86,15%, atau setara dengan Rp103.430.966, untuk produk sandal gunung ukuran 39-43. Dengan kata lain, penjualan UMKM Elgon boleh turun hingga 86,50% dari level normalnya untuk produk tersebut agar tetap tidak mengalami kerugian. Jika penurunan penjualan kurang dari 86,15%, UMKM Elgon masih akan memperoleh laba. Namun, jika penurunan penjualan melebihi 86,15%, UMKM Elgon akan mengalami kerugian. Sedangkan saat penjualan mencapai 86,15%, UMKM Elgon akan mencapai titik impas di mana tidak akan mendapatkan laba maupun mengalami rugi.

4.2.3 Perencanaan Laba serta Perhitungan Produk yang Terjual untuk Memperoleh Laba yang Diinginkan

Berikut perhitungan penjualan produk per unit UMKM Elgon Tahun 2022 dengan rumus sebagai berikut:

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

Tabel 4. 34 Perhitungan Penjualan dalam Unit UMKM Elgon Tahun 2022

No	Nama Produk	Biaya tetap	Laba	Margin Kontribusi	Penjualan dalam unit	Pembulatan
		a	b	c	d=(a+b)/c	
1	SJG Uk 33-37	Rp 1.742.212	Rp 13.048.645	Rp 6.353	2328,23	2.328
2	SJG Uk 39-43	Rp 5.212.472	Rp 39.035.850	Rp 7.437	5949,39	5.949
3	SG Uk 33-37	Rp 1.182.077	Rp 8.852.741	Rp 7.902	1269,86	1.270
4	SG Uk 39-43	Rp 5.153.239	Rp 50.593.085	Rp 8.987	6203,05	6.203
	Total	Rp 13.290.000	Rp 111.530.320	Rp 30.680		

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis, 2024)

Berikut perhitungan penjualan produk dalam rupiah UMKM Elgon Tahun 2022 dengan rumus sebagai berikut:

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

Tabel 4. 35 Perhitungan Penjualan dalam Rupiah UMKM Elgon Tahun 2022

No	Nama Produk	Biaya tetap	Laba	Rasio Margin Kontribusi	Penjualan dalam rupiah
		a	b	c	d=(a+b)/c
1	SJG Uk 33-37	Rp 1.742.212	Rp 13.048.645	0,3099	Rp 47.728.750
2	SJG Uk 39-43	Rp 5.212.472	Rp 39.035.850	0,3099	Rp 142.785.313
3	SG Uk 33-37	Rp 1.182.077	Rp 8.852.741	0,3099	Rp 32.381.446
4	SG Uk 39-43	Rp 5.153.239	Rp 50.593.085	0,3099	Rp 179.888.324
	Total	Rp 13.290.000	Rp 111.530.320		Rp 402.783.832

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis, 2024)

a. Sandal Jepit Gunung Ukuran 33-37

Jika UMKM Elgon menginginkan laba untuk produk sandal jepit gunung ukuran 33-37 di tahun 2023 sebesar 20% atau sebesar Rp13.048.645 maka jumlah produk yang terjual adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Penjualan (unit)} &= \frac{\text{Rp}1.742.212 + \text{Rp}13.048.645}{\text{Rp}6.353} \\ &= 2.328 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Penjualan (rupiah)} &= \frac{Rp1.742.212 + Rp13.048.645}{0,3099} \\ &= Rp47.728.750 \end{aligned}$$

a. Sandal Jepit Gunung Ukuran 39-43

Jika UMKM Elgon menginginkan laba untuk produk sandal jepit gunung ukuran 39-43 di tahun 2023 sebesar 20% atau sebesar Rp39.035.850 maka jumlah produk yang terjual adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Penjualan (unit)} &= \frac{Rp5.212.472 + Rp39.035.850}{Rp7.437} \\ &= 5.949 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Penjualan (rupiah)} &= \frac{Rp5.212.472 + Rp39.035.850}{0,3099} \\ &= Rp 142.785.313 \end{aligned}$$

b. Sandal Gunung Ukuran 33-37

Jika UMKM Elgon menginginkan laba untuk produk sandal gunung ukuran 33-37 di tahun 2023 sebesar 20% atau sebesar Rp8.852.741 maka jumlah produk yang terjual adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Penjualan (unit)} &= \frac{Rp1.182.077 + Rp8.852.741}{Rp7.902} \\ &= 1.270 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Penjualan (rupiah)} &= \frac{Rp1.182.077 + Rp8.852.741}{0,3099} \\ &= Rp32.381.446 \end{aligned}$$

c. Sandal Gunung Ukuran 39-43

Jika UMKM Elgon menginginkan laba untuk produk sandal gunung ukuran 39-43 di tahun 2023 sebesar 20% atau sebesar Rp50.593.085 maka jumlah produk yang terjual adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Penjualan (unit)} &= \frac{Rp5.153.239 + Rp50.593.085}{Rp8.987} \\ &= 6.203 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Penjualan (rupiah)} &= \frac{\text{Rp}5.153.239 + \text{Rp}50.593.085}{0,3099} \\ &= \text{Rp } 179.888.324 \end{aligned}$$

Adapun laporan laba rugi sandal jepit gunung dan sandal gunung dengan laba yang diinginkan oleh UMKM Elgon adalah sebagai berikut :

a. Sandal Jepit Gunung Ukuran 33-37

Berikut perhitungan laba rugi yang diinginkan untuk produk sandal jepit gunung ukuran 33-37 tahun 2023 sebagai berikut.

Tabel 4. 36 Laporan Laba Rugi (dengan laba yang diinginkan)
UMKM Elgon Tahun 2023

Pendapatan penjualan sandal jepit gunung uk 33-37			
2328	×	Rp20.500	= Rp 47.728.750
Biaya Variabel			
2328	×	Rp14.147	= <u>Rp 32.937.894</u>
Margin kontribusi			Rp14.790.857
Biaya tetap			<u>Rp 1.697.641</u>
Laba bersih			Rp 13.093.216

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis,2024)

Tabel di atas menunjukkan bahwa untuk mencapai laba sebesar Rp13.093.216 UMKM Elgon harus menjual sandal jepit gunung ukuran 33-37 sebanyak 2.328 unit dengan harga jual Rp20.500 atau dengan melakukan penjualan sebesar Rp47.728.750.

b. Sandal Jepit Gunung Ukuran 39-43

Berikut perhitungan laba rugi yang diinginkan untuk produk sandal jepit gunung ukuran 39-43 tahun 2023 sebagai berikut.

Tabel 4. 37 Laporan Laba Rugi (dengan laba yang diinginkan)
UMKM Elgon Tahun 2023

Pendapatan penjualan sandal jepit gunung uk 39-43			
5949	×	Rp 24.000	= Rp 142.785.313
Biaya Variabel			
5949	×	Rp 16.563	= <u>Rp 98.536.991</u>
Margin kontribusi			Rp 44.248.321
Biaya tetap			<u>Rp 5.212.472</u>
Laba bersih			Rp 39.035.849

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis,2024)

Tabel di atas menunjukkan bahwa untuk mencapai laba sebesar Rp38.035.849 UMKM Elgon harus menjual sandal jepit gunung ukuran 39-43 sebanyak 5.949 unit dengan harga jual Rp24.000 atau dengan melakukan penjualan sebesar Rp142.785.313.

c. Sandal Gunung Ukuran 33-37

Berikut perhitungan laba rugi yang diinginkan untuk produk sandal gunung ukuran 33-37 tahun 2023 sebagai berikut.

Tabel 4. 38 Laporan Laba Rugi (dengan laba yang diinginkan)
UMKM Elgon Tahun 2023

Pendapatan penjualan sandal gunung uk 33-37			
1270	×	Rp 25.500	= Rp 32.381.446
Biaya Variabel			
1270	×	Rp 17.598	= <u>Rp 22.346.628</u>
Margin kontribusi			Rp 10.034.818
Biaya tetap			<u>Rp 1.182.077</u>
Laba bersih			Rp 8.852.741

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis, 2024)

Tabel di atas menunjukkan bahwa untuk mencapai laba sebesar Rp8.852.741 UMKM Elgon harus menjual sandal gunung ukuran 33-37 sebanyak 1.270 unit dengan harga jual Rp25.500 atau dengan melakukan penjualan sebesar Rp32.381.446.

d. Sandal Gunung Ukuran 39-43

Berikut perhitungan laba rugi yang diinginkan untuk produk sandal gunung ukuran 39-43 tahun 2023 sebagai berikut.

Tabel 4. 39 Laporan Laba Rugi (dengan laba yang diinginkan)
UMKM Elgon Tahun 2023

Pendapatan penjualan sandal gunung uk 39-43			
6203	×	Rp 29.000	= Rp 179.888.324
Biaya Variabel			
6203	×	Rp 20.013	= <u>Rp 124.141.999</u>
Margin kontribusi			Rp 55.746.324
Biaya tetap			<u>Rp 5.153.239</u>
Laba bersih			Rp 50.593.085

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis,2024)

Tabel di atas menunjukkan bahwa untuk mencapai laba sebesar Rp50.593.085 UMKM Elgon harus menjual sandal gunung ukuran 39-43 sebanyak 6.203 unit dengan harga jual Rp29.000 atau dengan melakukan penjualan sebesar Rp179.888.324.

4.3 Pembahasan

Dari perhitungan yang telah dilakukan mengenai analisis *Break Even Point* dalam menentukan perencanaan laba pada UMKM Elgon sebagai berikut :

1. Menghitung besarnya biaya tetap dan biaya variabel pada UMKM Elgon tahun 2022

Biaya tetap dan biaya variabel dikelompokan berdasarkan karakteristik biaya tersebut. Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap konstan dan tidak dipengaruhi oleh perubahan dalam volume aktivitas. Sedangkan biaya variabel adalah biaya yang totalnya berubah sebanding dengan perubahan dalam volume aktivitas.

Pada penelitian ini yang termasuk ke dalam biaya tetap pada UMKM Elgon yaitu biaya penyusutan, biaya listrik dan biaya sewa bangunan. Adapun rincian dari biaya tetap yaitu sebagai berikut :

Tabel 4. 40 Biaya Tetap pada UMKM Elgon Tahun 2022

No	Unsur Biaya	Jenis Biaya	Total Biaya
1	Biaya Penyusutan Mesin	Tetap	Rp 1.210.000
2	Biaya Listrik	Tetap	Rp 4.080.000
3	Biaya Sewa Bangunan	Tetap	Rp 8.000.000
Total			Rp 13.290.000

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis,2024)

Dapat dilihat dari tabel di atas, UMKM Elgon harus mengeluarkan biaya tetap sebesar Rp13.290.000 dalam satu tahun. Biaya tetap ini dikeluarkan oleh UMKM untuk memproduksi dua produk, yaitu sandal gunung jepit dan sandal gunung.

Tabel 4. 41 Alokasi Biaya Tetap Pada Produk Sandal UMKM Elgon

No	Unsur Biaya Tetap	Jenis Produk			
		SJG Uk 33-37	SJG Uk 39-43	SG Uk 33-37	SG Uk 39-43
1	Biaya Penyusutan Mesin	Rp 192.457	Rp 504.961	Rp 108.614	Rp 403.969
2	Listrik	Rp 648.945	Rp 1.702.677	Rp 366.236	Rp 1.362.142
3	Biaya Sewa Bangunan	Rp 1.272.441	Rp 3.338.583	Rp 718.110	Rp 2.670.866
Total		Rp 2.113.843	Rp 5.546.221	Rp 1.192.960	Rp 4.436.977
					13.290.001

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis,2024)

Dari perhitungan pada tabel di atas menyatakan bahwa pengalokasian biaya tetap yang perlu dikeluarkan oleh UMKM Elgon untuk setiap produknya. UMKM Elgon harus mengeluarkan biaya sebesar Rp2.113.843 untuk produk sandal jepit gunung ukuran 33-37, lalu untuk produk sandal jepit gunung ukuran 39-43 maka UMKM Elgon perlu mengeluarkan biaya sebesar Rp5.546.221. Pada produk sandal gunung ukuran 33-37 UMKM Elgon mengeluarkan biaya sebesar Rp1.192.960 dan untuk sandal gunung ukuran 39-43 UMKM Elgon perlu mengeluarkan biaya sebesar Rp4.436.997.

Pada UMKM Elgon yang termasuk ke dalam biaya variabel yaitu biaya gaji karyawan, biaya pengiriman, biaya bahan baku, dan biaya perlengkapan produksi. Adapun rincian dari biaya variabel pada setiap produk tersebut sebagai berikut :

Tabel 4. 42 Biaya Variabel pada UMKM Elgon Tahun 2022

No	Unsur Biaya	Jenis Biaya	Total Biaya
1	Biaya Gaji Karyawan	Variabel	Rp 53.340.000
2	Biaya Pengiriman	Variabel	Rp 3.810.000
3	Biaya Bahan Baku	Variabel	Rp 130.492.500
4	Perlengkapan Produksi	Variabel	Rp 26.035.000
Total			Rp 213.677.500

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis,2024)

Dapat dilihat dari tabel di atas, biaya variabel yang harus UMKM Elgon keluarkan dalam satu tahun sebesar Rp213.677.500. Biaya variabel ini dikeluarkan oleh UMKM untuk memproduksi dua produk, yaitu sandal gunung jepit dan sandal gunung.

Tabel 4. 43 Alokasi Biaya Variabel Produk Sandal UMKM Elgon

No	Unsur Biaya Tetap	Jenis Produk			
		SJG Uk 33-37	SJG Uk 39-43	SG Uk 33-37	SG Uk 39-43
1	Biaya Gaji Karyawan	Rp 8.484.000	Rp 22.260.000	Rp 4.788.000	Rp 17.808.000
2	Biaya Pengiriman	Rp 606.000	Rp 1.590.000	Rp 342.000	Rp 1.272.000
3	Biaya Bahan Baku	Rp 20.755.500	Rp 54.457.500	Rp 11.713.500	Rp 43.566.000
4	Perlengkapan Produksi	Rp 4.141.000	Rp 10.865.000	Rp 2.337.000	Rp 8.692.000
	Total	Rp 33.986.500	Rp 89.172.500	Rp 19.180.500	Rp 71.338.000
					213.677.500

Sumber: UMKM Elgon (diolah penulis,2024)

Pengalokasian biaya variabel yang perlu dikeluarkan oleh UMKM Elgon untuk setiap produknya. UMKM Elgon harus mengeluarkan biaya sebesar Rp33.986.500 untuk produk sandal jepit gunung ukuran 33-37, lalu untuk produk sandal jepit gunung ukuran 39-43 maka UMKM Elgon perlu mengeluarkan biaya sebesar Rp89.172.500. Pada produk sandal gunung ukuran 33-37 UMKM Elgon mengeluarkan biaya sebesar Rp19.180.500 dan untuk sandal gunung ukuran 39-43 UMKM Elgon perlu mengeluarkan biaya sebesar Rp71.338.000.

2. Analisis Penerapan *Break Even Point* pada UMKM Elgon Tahun 2022

Setelah melakukan pengklasifikasian biaya tetap dan biaya variabel, maka dapat melakukan perhitungan penerapan *break even point* pada UMKM Elgon yaitu sebagai berikut :

a) Sandal Jepit Gunung

Tabel 4. 44 Penerapan *Break Even Point* pada Produk Sandal Jepit Gunung

Keterangan	Jenis Produk	
	SJG Uk 33-37	SJG Uk 39-43
Margin Kontribusi	6.353	7.437
Rasio Margin Kontribusi	0.3099	0.3099
<i>Break Even Point</i> (Unit)	274	701
<i>Break Even Point</i> (Rp)	5.621.960	16.820.172
<i>Margin of Safety</i>	34.968.040	104.619.828
<i>Margin of Safety</i> (%)	86,15%	86,15%

Pada tabel di atas menunjukkan perhitungan *break even point* pada UMKM Elgon yang meliputi margin kontribusi dan *margin of safety*. Hasil dari perhitungan tersebut yaitu margin kontribusi pada produk sandal jepit gunung ukuran 33-37 sebesar 6.353 unit dan rasio margin kontribusi sebesar 0,3099%, dengan kata lain jumlah margin kontribusi ini menutup biaya tetap dan lebihnya menjadi laba. Penerapan *break*

even point pada produk sandal jepit gunung ukuran 33-37 yaitu sebesar 274 unit atau sebesar Rp5.621.960 artinya jika UMKM Elgon menjual sebesar 274 unit sebesar Rp5.621.960 maka UMKM Elgon tidak mendapatkan laba dan juga tidak mengalami kerugian dan penerapan *margin of safety* pada UMKM Elgon menyatakan bahwa penurunan maksimum sebesar 86,15% atau sebesar Rp34.968.040 dengan kata lain penjualan UMKM Elgon boleh turun sampai 86,15% atau sebesar Rp34.968.040 agar tidak mengalami kerugian. Jika melebihi 86,15% atau sebesar Rp34.968.040 maka UMKM Elgon akan mengalami kerugian dan jika berada pada 86,15% atau sebesar Rp34.968.040 maka berada di titik impas

Pada produk sandal jepit gunung ukuran 39-43 perhitungan margin kontribusi yang diperoleh sebesar 7.437 unit dan rasio margin kontribusi sebesar 0.3099%, dengan kata lain jumlah margin kontribusi tersebut menutup biaya tetap dan lebihnya menjadi laba bagi UMKM Elgon. Penerapan *break even point* pada sandal jepit gunung ukuran 39-43 yaitu 701 unit atau sebesar Rp16.820.172 dengan kata lain bahwa jika UMKM Elgon menjual sebesar 701 unit atau sebesar Rp16.820.172 maka UMKM Elgon berada di titik impas yaitu keadaan dimana UMKM Elgon tidak mendapatkan keuntungan dan juga tidak mengalami kerugian. Pada *margin of safety* menyatakan bahwa penurunan maksimum sebesar 86,15% atau sebesar Rp104.619.828 artinya bahwa penjualan UMKM Elgon boleh turun sampai 86,15% atau sebesar Rp104.619.828 agar tidak mengalami kerugian. Jika melebihi 86,15% atau sebesar Rp104.619.828 maka UMKM Elgon akan mengalami kerugian dan jika berada pada 86,15% atau sebesar Rp104.619.828 maka berada di titik impas.

b) Sandal Gunung

Tabel 4. 45 Penerapan *Break Even Point* pada Produk Sandal Gunung

Keterangan	Jenis Produk	
	SG Uk 33-37	SG Uk 39-43
Margin Kontribusi	7.902	8.987
Rasio Margin Kontribusi	0.3099	0.3099
<i>Break Even Point</i> (Unit)	150	573
<i>Break Even Point</i> (Rp)	3.814.456	16.629.034
<i>Margin of Safety</i>	23.725.544	103.430.966
<i>Margin of Safety</i> (%)	86,15%	86,15%

Pada tabel di atas menunjukkan perhitungan *break even point* pada UMKM Elgon yang meliputi margin kontribusi dan *margin of safety*. Hasil dari perhitungan tersebut yaitu pada produk sandal gunung ukuran 33-37 margin kontribusi sebesar 7.902 unit dan rasio margin kontribusi sebesar 0,3099%, dengan kata lain jumlah margin kontribusi ini menutup biaya tetap dan lebihnya menjadi laba. Penerapan *break even point* pada produk sandal gunung ukuran 33-37 yaitu sebesar 150 unit atau sebesar Rp3.814.456 artinya jika UMKM Elgon menjual sebesar 150 unit atau sebesar Rp3.814.456 maka UMKM Elgon tidak mendapatkan laba dan juga tidak mengalami kerugian dan penerapan *margin of safety* pada UMKM Elgon menyatakan bahwa

penurunan maksimum sebesar 86,15% atau sebesar Rp23.725.554 dengan kata lain penjualan UMKM Elgon boleh turun sampai 86,15% atau sebesar Rp23.725.554 agar tidak mengalami kerugian. Jika melebihi maka UMKM Elgon akan mengalami kerugian dan jika berada pada 86,15% atau sebesar Rp23.725.554 maka UMKM Elgon berada di titik impas.

Pada produk sandal jepit gunung ukuran 39-43 perhitungan margin kontribusi yang diperoleh sebesar 8.987 unit dan rasio margin kontribusi sebesar 0,3099%, dengan kata lain jumlah margin kontribusi tersebut menutup biaya tetap dan lebihnya menjadi laba bagi UMKM Elgon. Penerapan *break even point* yaitu 573 unit atau sebesar Rp16.629.034 dengan kata lain bahwa jika UMKM Elgon menjual sebesar 573 unit atau sebesar Rp16.629.034 maka UMKM Elgon berada di titik impas yaitu tidak mendapatkan keuntungan dan juga tidak mengalami kerugian. Pada *margin of safety* menyatakan bahwa penurunan maksimum sebesar 86,15% atau sebesar Rp103.430.966 artinya bahwa penjualan UMKM Elgon boleh turun sampai 86,15% agar tidak mengalami kerugian. Jika melebihi maka UMKM Elgon akan mengalami kerugian dan jika berada pada 86,15% atau sebesar Rp103.430.966 maka UMKM Elgon berada di titik impas.

3. Penerapan Perencanaan Laba pada UMKM Elgon tahun 2023

a) Sandal Jepit Gunung

Tabel 4. 46 Penerapan Perencanaan Laba pada Produk Sandal Jepit Gunung

Jenis Produk	Laba Yang Diinginkan	Perencanaan Laba	
		Penjualan (Unit)	Penjualan (Rp)
SJG Uk 33-37	Rp 13.048.645	2.328	Rp 47.728.750
SJG Uk 39-43	Rp 39.035.850	5.949	Rp 142.785.313

Pada perhitungan pada tabel menunjukkan bahwa perhitungan perencanaan laba pada produk sandal jepit gunung ukuran 33-37 jika UMKM Elgon menginginkan laba sebesar Rp13.048.645 maka UMKM Elgon harus menjual sebanyak 2.328 unit atau sebesar Rp47.728.750. Pada sandal jepit gunung ukuran 39-43 laba yang diinginkan adalah Rp39.035.850 maka UMKM Elgon harus menjual sebanyak 5.949 unit atau sebesar Rp.142.785.313.

b) Sandal Gunung

Tabel 4. 47 Penerapan Perencanaan Laba pada Produk Sandal Gunung

Jenis Produk	Laba Yang Diinginkan	Perencanaan Laba	
		Penjualan (Unit)	Penjualan (Rp)
SG Uk 33-37	Rp 8.852.741	1.270	Rp 32.381.446
SG Uk 39-43	Rp 50.593.045	6.203	Rp 179.888.324

Pada perhitungan pada tabel menunjukkan bahwa perhitungan perencanaan laba pada produk sandal gunung ukuran 33-37 jika UMKM Elgon menginginkan laba

sebesar Rp8.852.741 maka UMKM Elgon harus menjual sebesar 1.270 unit atau sebesar Rp32.381.446. Pada sandal gunung ukuran 39-43 laba yang diinginkan adalah Rp50.593.045 maka UMKM Elgon harus menjual sebanyak 6.203 atau sebesar Rp.179.888.324.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Besarnya biaya tetap pada UMKM Elgon tahun 2022 yaitu sebesar Rp 13.290.000 dan biaya variabel pada UMKM Elgon sebesar Rp 213.677.500.
2. Pada tahun 2022, penjualan UMKM Elgon telah berhasil mencapai dan berada di atas titik impas, yang ditandai dengan adanya penjualan yang signifikan. Dalam rincian penjualan yaitu pada sandal jepit gunung ukuran 33-37 tercatat terjual sebanyak 1.980 unit, dengan pendapatan Rp40.590.000 dari titik impas sebanyak 274 unit atau sebesar Rp5.621.960. Sementara itu sandal jepit gunung ukuran 39-43, penjualan mencapai 5.060 unit, menghasilkan pendapatan sebesar Rp121.440.000 dari titik impas sebanyak 701 unit atau sebesar Rp16.820.172. Pada sandal gunung ukuran 33-37, penjualan sebanyak 1080 unit dan pendapatan yang diperoleh sebesar Rp27.540.000 dari titik impas yaitu sebanyak 150 unit atau sebesar Rp3.814.456, dan pada sandal gunung ukuran 39-43 menjual sebanyak 4.140 unit dan memperoleh pendapatan sebesar Rp120.060.000 dari titik impas yaitu sebanyak 573 unit atau sebesar Rp16.629.034. Dengan pencapaian ini, UMKM Elgon tidak hanya dapat menutup biaya tetap dan biaya variabel tetapi juga mendapatkan keuntungan.
3. Pada perencanaan laba tahun 2023, UMKM Elgon menginginkan perencanaan laba sebesar 20% dari penjualan tahun sebelumnya. Penjualan sandal jepit gunung ukuran 33-37 pada tahun 2022 yaitu sebanyak 1.980 unit dan pada perencanaan laba tahun 2023 sebesar 20% UMKM Elgon harus menjual sebanyak 2.328 unit atau sebesar Rp13.048.645, target yang harus dijual oleh UMKM Elgon agar mencapai perencanaan laba tersebut yaitu sebanyak 348 unit dari penjualan tahun 2022. Sementara itu penjualan pada sandal jepit gunung ukuran 39-43 pada tahun 2022 sebanyak 5.060 atau dan pada perencanaan laba tahun 2023 sebesar 20% UMKM Elgon harus menjual sebanyak 5.060 unit atau sebesar Rp32.418.748, target yang harus dijual oleh UMKM Elgon agar mencapai perencanaan laba tersebut yaitu sebanyak 889 unit dari penjualan tahun 2022. Pada penjualan sandal gunung ukuran 33-37 tahun 2022 sebanyak 1.080 unit dan pada perencanaan laba tahun 2023 sebesar 20% UMKM Elgon harus menjual sebanyak 1.270 unit atau sebesar Rp8.852.741, target yang harus dijual oleh UMKM Elgon agar mencapai perencanaan laba tersebut yaitu sebanyak 190 unit dari penjualan tahun 2022 dan pada penjualan sandal gunung ukuran 39-43 tahun 2022 yaitu sebanyak 4.140 unit dan pada perencanaan laba tahun 2023 sebesar 20% UMKM Elgon harus menjual sebanyak 6.203 unit atau sebesar Rp50.593.085, target yang

harus dijual oleh UMKM Elgon agar mencapai perencanaan laba tersebut sebanyak 2.063 unit dari penjualan tahun 2022.

5.2 Saran

Berikut ini beberapa saran yang dapat diberikan penulis sehubungan dengan permasalahan yang dihadapi UMKM Elgon, yaitu:

1. Bagi UMKM Elgon

Sebaiknya UMKM Elgon melakukan perhitungan pengklasifikasian biaya sehingga UMKM dapat menerapkan perhitungan *Break Even Point* dan *Margin of Safety* sebagai alat untuk perencanaan laba karena perencanaan laba sangat penting untuk mengetahui berapa jumlah kuantitas yang harus terjual atau mengetahui berapa hasil penjualan yang harus diterima agar mencapai target yang diinginkan. Selain itu dengan tingkat *margin of safety* yang tinggi pada periode 2022, disarankan bagi UMKM Elgon untuk mempertahankan penjualan produk sandal agar tidak mengalami penurunan di bawah tingkat *margin of safety* tersebut. Hal ini penting karena batas minimum penjualan yang diperbolehkan adalah sebesar *margin of safety* yang telah ditentukan, yang bertujuan agar UMKM Elgon dapat menghindari kerugian. Dengan demikian, mempertahankan penjualan di atau di atas tingkat *margin of safety* akan membantu UMKM Elgon untuk tetap menghasilkan laba dan menghindari potensi kerugian.

2. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan penekanan atau metode khusus dalam penerapan *Break Even Point* serta mengembangkannya.
- b. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan penelitian yaitu faktor-faktor yang memengaruhi perencanaan laba

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian* (Pertama). SUKA-Press.
- Afriyola. (2023). *Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Umkm Kerupuk Kulit Indah*. UIN Mahmud Yunus Batusangkar .
- Agustin, M. A., Saleh, S. M., & Amor, A. (2021). Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Umkm Muthia Bakery Di Kabupaten Tanah Datar. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* , 2(2).
- Agustini, S., Emma Lilianti, & Andri Eko Putra. (2024). Analisis Perhitungan Cost Volume Profit Sebagai Dasar Perencanaan Laba pada PT Mulia Boga Raya TBK yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 10583–10590.
- Akbar Faizal, Beby Hilda Agustin, & Dewi Wungkus Antasari. (2022). Analisis Break Even Point Sebagai Dasar Dalam Menyusun Anggaran Penjualan Dan Perencanaan Laba (Studi Kasus pada Pabrik Rokok Semanggi Mas Tulungagung). *Jurnal Ilmiah Cendekia Akuntansi* , 7(3).
- Ananda, G. 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. *Program Studi Akuntansi*, 13(1).
- Anggraeni, N. P. (2019). *Penerapan Analisis Break Even Point Dalam Menentukan Perencanaan Laba Penjualan Kue Pada Rahimah Cake Banjarmasin*.
- Anida, Ade Budi Setiawan, & M. Nur Afif. (2023). Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba pada PT. Cidas Supra Metalindo. *Jurnal Pendidikan Tambusai* , 7(3), 25041–25054.
- Aripin, Z., & Negara M. (2021). *Akuntansi Manajemen* (1st ed.). Deepublish.
- Edah, J. (2020). Analisis Break Even Point Dalam Perencanaan Laba (Studi Kasus PT Dirgantara Indonesia). *Jurnal INDEPT*, 10(1), 1–100.
- Farwahnisa, F. R. A. (2022). *Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Pabrik Mini Pengolahan High Free Fatty Acid Crude Palm Oil Bangka Belitung Tahun 2022*. Universitas Pakuan.
- Feblin, A., Nova, G. D. A., & Kontesa, M. (n.d.). *Analisis Break Even Point Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba Pada Usaha Bran Mang Dendi*.
- Gayatri, N. A., & Amrita, N. D. A. (2019). Analisis Break Event Point Sebagai Dasar Perencanaan Laba Penjualan Pada CV. OSA Garmen Badung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium* , 5(1), 10–16.

- Hariyani, S. D. (2018). *Akuntansi Manajemen Teori & Aplikasi* (1st ed.). CV. Bakara Media .
- Hassanah, A., & Daud, M. R. (2019). Analisis Cost Volume Profit Sebagai Alat Perencanaan Laba (Studi Kasus Pada Umkm Dendeng Sapi Di Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi* , 4(2), 190–214.
- Kartika, E., & Sunarka, P. S. (2019). Analisis cost-volume-profit untuk perencanaan laba pada ud. budi luhur demak. *Jurnal Ilmiah Aset* , 2(1), 9–17.
- Kasmir. (2022). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Rajawali Pers.
- Kholifah, N., Beby Hilda Agustin, & Muhammad Alfa Niam. (2024). Analisis Penerapan Biaya Volume Laba (Cost Volume Profit) dalam Perencanaan Harga Jual untuk Mencapai Laba yang Optimal pada CV Satria Jaya. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* , 10(10), 625–637.
- Kusumawardani, A., & Alamsyah, M. I. (2020). Analisis Perhitungan Bep (Break-Even Point) Dan Margin Of Safety Dalam Penentuan Harga Jual Pada Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Ilmu Keuangan Dan Perbankan* , 9(2), 117–130.
- Laili Rahmiyati, A. (2020). *Buku Ajar Konsep Dasar Pembiayaan Dan Penganggaran Kesehatan* (N. Pangesti, Ed.). Ahlimedia Press (Anggota IKAPI:264/JTI2020).
- Maruta, H. (2018). *Analisis Break Even Point (Bep) Sebagai Dasar Perencanaan Laba Bagi Manajemen*.
- Nadhiroh, A., Nur, K. M., & Utami, S. W. (2022). Analisis Break Even Point Sebagai Perencanaan Laba Pada UD Silvia Food. *Jurnal Javanica*, 1(1), 56–67. <https://jurnal.poliwangi.ac.id/index.ph>
- Nainggolan, P., & Lastari, W. (2019). Pengaruh Arus Kas Operasi Dan Laba Akuntansi Terhadap Return Saham (Studi Kasus Pada Perusahaan Lq-45 Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018). *Seminar Nasional Multidisplin Ilmu*, 2(1), 429–438.
- Narsa, M. (2019). *Akuntansi Manajemen* (A. Canty & Mailani Hamdani, Eds.; 3rd ed., Vol. 1). Universitas Terbuka .
- Palenteng, M. F., Herman Karamoy, & Robert Lambey. (2022). Penerapan Analisis Break Even Point Dan Margin Of Safety Sebagai Alat Bantu Manajerial Untuk Perencanaan Laba Pada De Nearby Hotel Manado. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, Dan Hukum)* , 6(1), 159–168.
- Putri, D. R., Widyastuti, R., Ramadhayanti, N., & Zaki, H. (2019). Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba (Studi Kasus Usaha Rumahan

- Donat Buk Rum). *Research In Accounting Journal*, 1(2), 215–227.
<http://journal.yrpiiku.com/index.php/raj>
- Rizky, A. (2022). *Analisis break even point (bep) sebagai alat Perencanaan laba pada ud. Pokujon*.
- Rukmana, S. R., Roni Marsiana Suhendi, & Ali Muhidin. (2022). Penerapan Break Even Point dalam Perencanaan Laba (Studi Kasus pada CV. Sandy Persada Banjar). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 4(4).
- Rusmayanti, S. (2021). Break Event Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Jus Jagung Enak. *Akrab Juara*, 6(2), 182–195.
- Simamora, C., & Mulyani. (2022). Analisis Break Even Point (BEP) Dalam Strategi Perencanaan Laba dan Perencanaan Penjualan bagi UMKM. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(6).
- Simon, A., Tian Septiana, & Rama Gita Suci. (2020). Analisis Cost Volume Profit Sebagai Dasar Perencanaan Laba Perusahaan yang Diharapkan (STUDI KASUS SULTAN’S BARBERSHOP). *Research In Accounting Journal*, 1(1), 123–131.
- Siswanto, H. B., Sya’ban, M., & Rusnawati, Z. (2018). *Analisis Break Event Point Terhadap Perencanaan Laba CV. Uul Anugerah Surabaya*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Akuntansi Manajemen Teori dan Aplikasi*. Pustaka Baru Press.
- Sumarni, I. (2020). Optimalisasi Laba Menggunakan Analisis Cost Volume Profit (Pada Umkm Gula Habang Taratau Di Kecamatan Jaro Kabupaten Tabalong). *Jurnal PubBis*, 4(1), 73–81.
- Supit, M. M., Hendrik Gamaliel, & Sintje Nelly Rondonuwu. (2022). Analisis Penerapan Target Costing Dan Cost-Volume-Profit Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Perencanaan Laba Saat Low Season Pada Hotel Sintesa Peninsula Manado. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(5), 2685–2695.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, Pub. L. No. 20 (2008).

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adisti Zalfa Firyal
Alamat : Jl. Sindang Barang Pengkolan RT 01 RW 04, Bogor Barat, 16117
Tempat dan tanggal lahir : Bogor, 25 Agustus 2002
Agama : Islam
Pendidikan

- SD : SDN Sindang Barang 02
- SMP : SMPN 2 Dramaga
- SMA : SMAN 1 Dramaga
- Perguruan Tinggi : Universitas Pakuan

Bogor, 26 Mei 2024

Peneliti,

Adisti Zalfa Firyal

LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pendapatan Penjualan UMKM Elgon

No	Nama Produk	Harga (Pcs)	Periode												Jumlah	Pendapatan Penjualan	Persentase
			Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep	Okt	Nov	Des			
1	Sandal Jepit Gunung Uk 33-37	Rp 20.500			300	380	200	280	320			200	300		1.980	Rp 40.590.000	13,11%
2	Sandal Jepit Gunung Uk 39-43	Rp 24.000		320	460	1.500	500	360	660	200	320	160	400	180	5.060	Rp 121.440.000	39,22%
3	Sandal Gunung Uk 33-37	Rp 25.500				40		320	60		260		20	380	1.080	Rp 27.540.000	8,89%
4	Sandal Gunung Uk 39-43	Rp 29.000			940	980		240	460	300	80	400	440	300	4.140	Rp 120.060.000	38,78%
	Total			320	1.700	2.900	700	1.200	1.500	500	660	760	1.160	860	12.260	Rp 309.630.000	100%

Lampiran 2 Daftar Hasil Produksi UMKM Elgon

No	Nama Produk	Periode												Jumlah	Persentase
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep	Okt	Nov	Des		
1	Sandal Jepit Gunung Uk 33-37			300	380	240	280	320			200	300		2.020	15,91%
2	Sandal Jepit Gunung Uk 39-43		400	460	1.500	560	360	660	240	320	200	400	200	5.300	41,73%
3	Sandal Gunung Uk 33-37				40		320	60		260		60	400	1.140	8,98%
4	Sandal Gunung Uk 39-43			940	980		240	460	360	120	400	440	300	4.240	33,39%
	Total		400	1.700	2.900	800	1.200	1.500	600	700	800	1.200	900	12.700	100%

Lampiran 3 Daftar Rincian Biaya Variabel dan Biaya Tetap

No	Unsur Biaya	Biaya Variabel	Biaya Tetap
1	Biaya Gaji Karyawan	Rp 53.340.000	
2	Biaya Pengiriman	Rp 3.810.000	
3	Biaya Bahan Baku	Rp 130.492.500	
4	Perlengkapan Produksi	Rp 26.035.000	
5	Biaya Penyusutan Mesin		Rp 1.210.000
6	Biaya Listrik		Rp 4.080.000
7	Biaya Sewa Bangunan		Rp 8.000.000
	Total	Rp 213.677.500	Rp 13.290.000

Lampiran 4 Proses Wawancara



Lampiran 5 Mesin-Mesin yang Digunakan Selama Proses Produksi



Lampiran 6 Bahan-Bahan untuk Proses Produksi



Lampiran 7 Produk jadi

