

BREAK EVEN POINT ANALYSIS AND PROFIT PLANNING IN DECISION MAKING IN DAPOER HnH

ANALISIS BREAK EVEN POINT DAN PERENCANAAN LABA DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PADA DAPOER HnH

Mega Rahmi¹, Ilas Ramadhani², Kamila Alhumairo³, Lidia Safitri⁴, Putri Amanda⁵, Yosep Eka Putra⁶

Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar

*megarahmi@uinmybatusangkar.ac.id¹, ilasramadhani6@gmail.com², kamilaalhumairi@gmail.com³, lidiasafitri875@gmail.com⁴, putriamandaaa11@gmail.com⁵, yosepekaputra@akbpstie.ac.id⁶

*Corresponding Author

ABSTRACT

This research aims to analyze the application of Break Even Point (BEP) and Profit Planning in supporting business decision making at Dapoer HnH, which is located in Jorong Kubu Rajo, Limo Kaum Village, Limo Kaum District, Tanah Datar Regency. BEP is used to determine the break-even point, namely the condition where revenue is equal to total costs so that there is no profit or loss. Contribution margin is used to measure the contribution of each sales unit in covering fixed costs and generating profits. This research method is quantitative descriptive, with relevant financial data collected from Dapoer HnH. Data is analyzed to calculate BEP, contribution margin, and profit changes based on various sales volume scenarios. This approach evaluates the relationship between costs, sales volume and profit, thereby helping Dapoer HnH in developing more effective business strategies. The research results show that implementing BEP helps Dapoer HnH determine minimum sales targets to achieve break-even, while profit planning provides insight into the impact of changes in sales volume on profitability. The application of these two concepts allows Dapoer HnH to design more informed financial strategies, optimize operations and increase profits. It is hoped that this research can make a significant contribution to Dapoer HnH's financial management and become a practical reference for other business actors.

Keywords: *Break Even Point; Profit Planning; Business Decision Making*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan *Break Even Point* (BEP) dan Perencanaan Laba dalam mendukung pengambilan keputusan bisnis di Dapoer HnH, yang berlokasi di Jorong Kubu Rajo, Kelurahan Limo Kaum, Kecamatan Limo Kaum, Kabupaten Tanah Datar. BEP digunakan untuk menentukan titik impas, yaitu kondisi di mana pendapatan sama dengan total biaya sehingga tidak ada laba atau rugi. Margin kontribusi digunakan untuk mengukur kontribusi setiap unit penjualan dalam menutup biaya tetap dan menghasilkan laba. Metode penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif, dengan pengumpulan data keuangan dari Dapoer HnH yang relevan. Data dianalisis untuk menghitung BEP, margin kontribusi, serta perubahan laba berdasarkan berbagai skenario volume penjualan. Pendekatan ini mengevaluasi hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba, sehingga membantu Dapoer HnH dalam menyusun strategi bisnis yang lebih efektif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan BEP membantu Dapoer HnH menentukan target penjualan minimum untuk mencapai impas, sementara perencanaan laba memberikan wawasan mengenai dampak perubahan volume penjualan terhadap profitabilitas. Penerapan kedua konsep ini memungkinkan Dapoer HnH merancang strategi keuangan yang lebih terinformasi, mengoptimalkan operasional, dan meningkatkan laba. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan bagi pengelolaan keuangan Dapoer HnH dan menjadi referensi praktis bagi pelaku usaha lain.

Kata Kunci: *Break Even Point; Perencanaan Laba; Pengambilan Keputusan Bisnis*

1. PENDAHULUAN

Dapoer HnH, sebuah usaha kecil yang berlokasi di Jorong Kubu Rajo, Kelurahan Limo Kaum, Kabupaten Tanah Datar, menghadapi tantangan dalam mengelola keuangan dan pengambilan keputusan strategis untuk mencapai target pertumbuhan. Sebagai usaha kecil yang bergerak di bidang kuliner, Dapoer HnH memiliki potensi pasar yang menjanjikan, namun di sisi lain juga menghadapi tekanan seperti perubahan permintaan pasar, persaingan usaha, dan keterbatasan sumber daya. Salah satu tujuan strategis Dapoer HnH adalah mencapai target laba sebesar Rp 10.000.000 pada bulan berikutnya. Namun, untuk mencapai target ini, diperlukan pemahaman yang mendalam mengenai hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba. Kurangnya pemahaman mengenai dinamika ini dapat menghambat usaha dalam menentukan strategi yang tepat, baik dalam aspek produksi, penjualan, maupun pengendalian biaya.

Menurut Kamaruddin Ahmad (2017), BEP berfungsi sebagai dasar untuk menyusun strategi keuangan yang efektif, terutama dalam pengambilan keputusan terkait perencanaan laba dan pengendalian biaya. Dengan menerapkan analisis ini, Dapoer HnH dapat meningkatkan efisiensi operasional sekaligus memitigasi risiko yang dapat menghambat perkembangan usaha (Ahmad, K., 2017).

Analisis *Break-Even Point* (BEP) menjadi salah satu alat yang relevan untuk membantu Dapoer HnH memahami titik impas, yaitu saat pendapatan penjualan mampu menutupi seluruh biaya operasional. Dengan analisis BEP, Dapoer HnH dapat menentukan jumlah minimal penjualan yang diperlukan untuk mencapai target laba, sekaligus menyusun strategi keuangan yang lebih efektif. Selain itu, hasil analisis ini bisa dimanfaatkan untuk mengidentifikasi peluang peningkatan efisiensi operasional dan mengurangi risiko keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis BEP pada Dapoer HnH sebagai dasar perencanaan laba yang efektif dalam pengambilan keputusan strategis. Dengan memahami faktor-faktor kunci seperti biaya tetap, biaya variabel, dan volume penjualan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis untuk mendukung keberlanjutan dan pengembangan usaha.

2. KAJIAN PUSTAKA

Sri Adella Fitri (2023) mendefinisikan akuntansi sebagai serangkaian proses yang meliputi identifikasi, pengukuran, dan penyampaian data ekonomi. Proses ini menghasilkan informasi yang memungkinkan pengguna untuk melakukan penilaian dan mengambil keputusan dengan lebih akurat dan tegas. Definisi ini menekankan peran akuntansi dalam menyediakan informasi keuangan yang bermanfaat dan dapat diandalkan bagi berbagai pihak yang membutuhkan untuk membuat keputusan (Fitri, S. A., 2023).

Slamet Sugiri dan Bogat Agus Riyono (2007) mendefinisikan akuntansi sebagai serangkaian kegiatan yang melibatkan identifikasi, pencatatan, dan penyampaian data ekonomi. Tujuan dari proses ini adalah untuk menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh berbagai pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan. Definisi ini menekankan peran akuntansi sebagai alat untuk mengolah dan menyajikan informasi keuangan yang berguna bagi pengambilan keputusan (Sugiri, S., 2007). Rudianto menawarkan definisi akuntansi yang mencakup serangkaian aktivitas komprehensif dalam pengelolaan data keuangan perusahaan. Menurut pandangannya, akuntansi melibatkan proses pengumpulan, analisis, dan penyajian informasi keuangan dalam bentuk angka. Lebih lanjut, definisi ini mencakup tahapan klasifikasi, pencatatan, dan peringkasan data, yang kemudian diakhiri dengan pelaporan aktivitas atau transaksi perusahaan. Seluruh proses ini bertujuan untuk menghasilkan informasi keuangan yang terorganisir dan dapat digunakan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan bisnis yang tepat (Rudianto, 2013).

Akuntansi manajemen menurut Armila Krisna Warindrani, adalah sistem informasi yang digunakan untuk mendukung proses perencanaan, pengendalian, evaluasi, dan

pengambilan keputusan di dalam organisasi (Warindrani, A. K., 2006). Definisi akuntansi manajemen menurut Kamaruddin Ahmad adalah sistem informasi yang menyediakan data dan analisis untuk membantu manajer dalam pengambilan keputusan, perencanaan, dan pengendalian operasional perusahaan. Akuntansi manajemen berfokus pada penyediaan informasi yang relevan dan tepat waktu untuk membantu manajemen dalam mencapai tujuan organisasi, termasuk perencanaan, penganggaran, analisis biaya, dan penilaian kinerja (Ahmad, 2011). Menurut Kamaruddin Ahmad akuntansi manajemen dapat diartikan sebagai suatu sistem informasi yang memberikan data dan analisis keuangan serta operasional kepada manajemen untuk mendukung proses perencanaan, pengendalian, serta pengambilan keputusan dalam organisasi. Akuntansi manajemen menitikberatkan pada penyediaan informasi yang relevan untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan mencapai sasaran strategis perusahaan (Ahmad, K., 1996).

Rina Lidia Assa (2013) menyoroti persamaan antara akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen. Kedua cabang akuntansi ini, berfungsi sebagai sistem pengelolaan keuangan yang menghasilkan laporan keuangan. Lebih lanjut, ia menekankan bahwa output dari kedua jenis akuntansi ini memiliki peran penting sebagai fondasi informasi yang dapat diandalkan. Informasi yang dihasilkan, baik dari akuntansi keuangan maupun akuntansi manajemen, menjadi landasan krusial bagi para pengguna dalam proses pengambilan keputusan yang efektif dan tepat sasaran (Assa, 2013).

Lina (2024) menguraikan perbedaan utama antara akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen. Salah satu perbedaan utama yang ia soroti adalah terkait dengan target pengguna laporan keuangan. Menurut Lina, output dari akuntansi keuangan, yaitu laporan keuangan, ditujukan untuk konsumsi pihak internal perusahaan. Lebih lanjut, Lina mengidentifikasi perbedaan signifikan lainnya yang terletak pada orientasi waktu dari informasi yang dihasilkan. Ia menjelaskan bahwa akuntansi keuangan memiliki fokus retrospektif, dengan orientasi pada peristiwa dan data keuangan masa lalu. Sebaliknya, akuntansi manajemen mengadopsi pendekatan yang lebih prospektif, dengan orientasi pada perencanaan dan proyeksi keuangan untuk masa depan. Dengan demikian, Lina menekankan bahwa meskipun kedua cabang akuntansi ini sama-sama penting dalam pengelolaan keuangan perusahaan, mereka memiliki perbedaan mendasar dalam hal audiens target dan perspektif waktu yang menjadi fokus analisis mereka (Lina, 2024).

Konsep biaya menurut Mega Rahmi (2024), biaya sebagai bentuk pengorbanan yang ditandai dengan berkurangnya aset atau bertambahnya kewajiban dalam proses produksi, yang diukur dalam satuan keuangan (Rahmi. M., 2024). Di sisi lain, Darsono Prawironegoro (2005) menawarkan definisi yang lebih luas, menggambarkan biaya sebagai pengorbanan sumber daya ekonomi yang diukur secara moneter untuk memperoleh manfaat tertentu. Prawironegoro tidak berhenti pada definisi semata, tetapi juga mengklasifikasikan biaya ke dalam beberapa kategori. Ia mengelompokkan biaya berdasarkan fungsinya menjadi biaya produksi, administrasi, dan pemasaran. Dari segi sifatnya, biaya dibagi menjadi biaya langsung dan tidak langsung. Sementara itu, berdasarkan perilakunya, biaya dikategorikan menjadi biaya tetap dan variabel. Melalui definisi dan klasifikasi ini, Prawironegoro memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang konsep biaya dalam konteks manajemen keuangan, memungkinkan para praktisi dan akademisi untuk menganalisis dan mengelola biaya dengan lebih efektif dalam berbagai aspek operasional perusahaan (Prawironegoro, 2005).

IBM Wiyasha (2014) menjelaskan konsep biaya tetap sebagai komponen pengeluaran yang tidak fluktuatif meskipun terjadi perubahan dalam volume aktivitas selama periode tertentu. Karakteristik utama dari biaya tetap adalah konsistensinya, di mana jumlahnya tetap stabil tanpa terpengaruh oleh peningkatan atau penurunan jumlah produk atau layanan yang dihasilkan. Untuk memberikan pemahaman yang lebih konkret, Wiyasha menyertakan beberapa contoh biaya tetap yang umum ditemui dalam operasional bisnis, seperti biaya sewa bangunan, gaji yang dibayarkan kepada karyawan tetap, serta premi asuransi (Wiyasha, I., 2014).

Mulyadi (2001) memaparkan konsep biaya variabel sebagai komponen pengeluaran yang memiliki karakteristik dinamis. Menurut definisinya, jumlah total biaya variabel berfluktuasi secara proporsional mengikuti perubahan dalam volume aktivitas atau tingkat output yang dihasilkan. Esensi dari biaya variabel terletak pada sifatnya yang responsif terhadap skala produksi; ketika volume produksi meningkat, biaya variabel pun turut naik, dan sebaliknya, biaya ini akan menurun saat produksi berkurang (Mulyadi, 2001).

Maryene M. Mowen, Don R Hansen, dan L. Haitger (2019) mereka berpendapat bahwa CVP merupakan pendekatan yang sangat efisien dan banyak diadopsi oleh para profesional di bidang akuntansi manajemen. Lebih lanjut, para ahli ini menyoroti peran penting CVP dalam proses pengambilan keputusan manajerial. Metode ini dipandang sebagai alat yang sangat bermanfaat, memberikan wawasan yang diperlukan bagi para manajer dalam mengevaluasi berbagai opsi dan skenario bisnis. Dengan kata lain, CVP tidak hanya dianggap sebagai teknik analisis yang efektif, tetapi juga sebagai pendekatan yang telah terbukti nilai praktisnya dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Kemampuannya untuk menyederhanakan hubungan kompleks antara biaya, volume, dan laba menjadikannya alat yang tak ternilai bagi para pengambil keputusan di berbagai tingkatan manajemen. Singkatnya, pernyataan ini menegaskan bahwa CVP adalah metode yang telah teruji, diadopsi secara luas, dan sangat diandalkan dalam praktek akuntansi manajemen modern, terutama ketika berhadapan dengan keputusan-keputusan strategis yang memerlukan pemahaman mendalam tentang dinamika keuangan perusahaan (Mowen, M. M; Hansen, D. R; Heitger, L., 2019)

Mukhzarudfa (2019), Analisis Biaya-Volume-Laba, atau lebih dikenal dengan CVP, merupakan instrumen vital dalam proses perencanaan dan pengambilan keputusan bisnis. Metode ini memberikan pemahaman mendalam kepada para manajer tentang keterkaitan yang rumit antara berbagai elemen finansial, meliputi biaya tetap, biaya variabel, jumlah penjualan, dan keuntungan yang dihasilkan. CVP memiliki beberapa fungsi utama. Pertama, ia membantu para pengambil keputusan dalam menentukan target penjualan yang diperlukan untuk mencapai tingkat laba yang diinginkan. Kedua, metode ini memungkinkan perhitungan titik impas dengan akurat. Ketiga, CVP memfasilitasi evaluasi dampak perubahan biaya atau harga terhadap profitabilitas perusahaan. Dengan memanfaatkan analisis ini, para manajer dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas tentang kondisi keuangan perusahaan. Hal ini memungkinkan mereka untuk membuat keputusan yang lebih tepat dan berbasis data dalam berbagai aspek operasional, seperti strategi penetapan harga, perencanaan volume produksi, serta pengelolaan dan optimalisasi biaya. Singkatnya, CVP berfungsi sebagai lensa yang mempertajam pemahaman tentang dinamika keuangan perusahaan. Dengan demikian, ia menjadi alat yang tak tergantikan bagi para eksekutif dalam merumuskan strategi bisnis yang lebih efektif dan efisien, serta dalam mengambil keputusan yang lebih terinformasi dan berorientasi pada peningkatan profitabilitas (Mukhzarudfa, 2019).

Elemen-elemen Analisis CVP

1. Analisis Kontribusi Margin

Margin kontribusi merujuk pada sisa pendapatan yang diperoleh dari penjualan setelah semua biaya variabel telah diperhitungkan. Konsep ini menggambarkan porsi penghasilan yang tersedia untuk menutupi biaya tetap dan potensial menghasilkan laba operasional. Dengan kata lain, margin kontribusi adalah selisih antara total pendapatan penjualan dan total biaya variabel. Angka ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan pendapatan tambahan yang dapat dialokasikan untuk menutup pengeluaran tetap dan menghasilkan keuntungan. Dalam konteks analisis keuangan, margin kontribusi menjadi indikator penting yang menggambarkan efisiensi operasional perusahaan. Ia mencerminkan seberapa efektif perusahaan mengelola biaya variabelnya dan seberapa besar potensi keuntungan yang dapat dihasilkan dari setiap unit penjualan. Secara sederhana, margin kontribusi dapat dipahami sebagai dana yang “berkontribusi” terhadap pembiayaan

beban tetap dan pembentukan laba operasi setelah semua biaya variabel terpenuhi. Konsep ini sangat berguna dalam pengambilan keputusan manajerial, terutama dalam hal penetapan harga, perencanaan produksi, dan analisis profitabilitas produk (Mowen, 2019). Menurut Garrison, Noreen, dan Brewer (2018) menjelaskan bahwa kontribusi margin mengurangi biaya tetap dan dapat meningkatkan laba per unit (Garrison; Noreen; Brewer, 2018).

Menghitung margin kontribusi:

$$\frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Margin Kontribusi PerUnit}}$$

2. Analisis Operating Leverage

Operating Leverage didefinisikan sebagai tingkat penggunaan biaya tetap dalam operasional suatu perusahaan. Konsep ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara besarnya biaya tetap dengan tingkat Operating Leverage. Konsekuensinya, ketika Operating Leverage meningkat, sensitivitas laba bersih terhadap fluktuasi penjualan juga semakin tinggi. Dengan kata lain, perusahaan dengan biaya tetap yang lebih besar cenderung mengalami perubahan laba bersih yang lebih signifikan sebagai respon terhadap perubahan volume penjualan. Hal ini mengindikasikan bahwa manajemen biaya tetap memiliki peran krusial dalam menentukan stabilitas dan potensi pertumbuhan laba perusahaan (Sugiri, S., 1999).

Garrison (1987) menjelaskan bahwa Operating Leverage atau Leverage Operasional merupakan indikator yang menggambarkan sejauh mana biaya tetap mendominasi struktur biaya sebuah perusahaan. Konsep ini menerangkan bagaimana fluktuasi penjualan dapat menghasilkan perubahan yang lebih besar pada laba operasional. Tingkat leverage operasional yang tinggi mengindikasikan bahwa perubahan volume penjualan akan berdampak lebih signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Hal ini disebabkan oleh besarnya porsi biaya tetap dalam komposisi biaya keseluruhan perusahaan. Dengan demikian, leverage operasional menjadi alat ukur yang efektif untuk memahami risiko operasional yang dihadapi perusahaan, terutama dalam menghadapi ketidakstabilan penjualan. Dalam konteks ini, leverage operasional berfungsi sebagai cerminan dari potensi volatilitas laba perusahaan sebagai respons terhadap perubahan dalam aktivitas penjualan. Semakin tinggi leverage operasional, semakin besar pula potensi fluktuasi laba yang mungkin dialami perusahaan ketika terjadi perubahan dalam volume penjualan. Konsep ini menjadi penting dalam analisis risiko dan perencanaan strategis perusahaan, mengingat implikasinya terhadap stabilitas keuangan dan kemampuan perusahaan dalam menghadapi dinamika pasar (Garrison, 1987).

Menghitung Operating Leverage:

$$\frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Laba Bersih}}$$

3. Analisis Break Event Point

Titik impas, yang umumnya dikenal sebagai *Break Even Point* (BEP), merupakan suatu kondisi di mana total pendapatan penjualan perusahaan setara dengan total biaya yang dikeluarkan, sehingga menghasilkan laba nol. Konsep ini menggambarkan batas minimum penjualan yang harus dicapai agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

Dalam praktiknya, terdapat dua pendekatan yang dapat digunakan untuk menghitung titik impas ini. Pertama, metode persamaan, yang melibatkan analisis hubungan antara pendapatan, biaya variabel, dan biaya tetap. Kedua, metode margin kontribusi, yang berfokus pada selisih antara harga jual per unit dan biaya variabel per unit.

Meskipun menggunakan pendekatan yang berbeda, kedua metode ini dirancang untuk menghasilkan output yang identik. Pemilihan metode dapat disesuaikan dengan preferensi analis atau ketersediaan data, namun keduanya bertujuan untuk memberikan pemahaman yang akurat tentang titik di mana perusahaan mulai menghasilkan keuntungan setelah menutup seluruh biayanya.

Pemahaman tentang BEP ini sangat penting dalam perencanaan keuangan dan pengambilan keputusan bisnis, karena memberikan dasar untuk menentukan target penjualan minimum dan strategi penetapan harga yang efektif (Garrison; Noreen; Brewer, 2006).

Menghitung BEP: $\text{Penjualan} = \text{Biaya variable} + \text{biaya tetap} + \text{laba}$

4. *Margin of Safety*

Margin of safety dapat didefinisikan sebagai selisih antara tingkat penjualan aktual dan volume penjualan pada titik impas (*Break Even Point* atau BEP). Konsep ini berfungsi sebagai indikator yang menunjukkan sejauh mana penjualan dapat mengalami penurunan tanpa menyebabkan perusahaan memasuki zona kerugian. Dengan kata lain, *margin of safety* memberikan gambaran tentang batas aman penurunan penjualan yang dapat ditoleransi oleh perusahaan. Ini merupakan ukuran fleksibilitas operasional yang penting, menggambarkan seberapa jauh perusahaan berada di atas ambang batas keuntungan minimalnya.

Konsep ini sangat bermanfaat bagi manajemen dalam menilai risiko operasional dan ketahanan finansial perusahaan. Semakin besar *margin of safety*, semakin kuat posisi perusahaan dalam menghadapi fluktuasi pasar atau penurunan penjualan yang tidak terduga. Sebaliknya, *margin of safety* yang kecil mengindikasikan bahwa perusahaan beroperasi dekat dengan titik impasnya, yang berarti lebih rentan terhadap perubahan negatif dalam penjualan.

Pemahaman dan perhitungan *margin of safety* ini menjadi alat penting dalam perencanaan strategis dan pengambilan keputusan manajerial, terutama dalam konteks manajemen risiko dan perencanaan kontingensi bisnis (Warindrani, A. K., 2006).

Menghitung *margin of safety*:

$$\frac{\text{Penjualan titik normal} - \text{penjualan titik impas}}{\text{Harga Jual PerUnit}}$$

Laba yang diinginkan atau diproyeksikan dari suatu investasi biasa disebut sebagai target laba. Dalam konteks perencanaan keuangan dan strategi bisnis, analisis target laba menjadi instrumen yang sangat berharga. Metode ini memungkinkan perusahaan untuk menghitung dengan tepat kuantitas produk yang perlu dijual guna mencapai tingkat keuntungan yang diharapkan. Dengan menggunakan analisis target laba, manajemen dapat menetapkan tujuan penjualan yang spesifik dan terukur. Pendekatan ini membantu dalam menerjemahkan aspirasi finansial menjadi target operasional yang konkret, yaitu jumlah unit produk yang harus terjual. Proses ini melibatkan perhitungan mundur dari laba yang diinginkan, dengan mempertimbangkan struktur biaya dan harga jual, untuk menentukan volume penjualan yang diperlukan. Hal ini memberikan panduan yang jelas bagi tim penjualan dan produksi tentang apa yang perlu dicapai untuk memenuhi ekspektasi keuangan perusahaan. Analisis target laba juga berfungsi sebagai alat evaluasi kinerja yang efektif, memungkinkan perusahaan untuk membandingkan hasil aktual dengan proyeksi awal dan melakukan penyesuaian strategi bila diperlukan. Dengan demikian, metode ini tidak hanya membantu dalam perencanaan, tetapi juga dalam pengendalian dan optimalisasi operasi bisnis secara keseluruhan (Sugiri, S., 1999).

Hansen dan Mowen (2005) mendefinisikan target laba sebagai tujuan finansial yang ingin diraih oleh sebuah entitas bisnis dalam jangka waktu tertentu. Penentuan target laba ini tidak dilakukan secara sembarangan, melainkan melalui analisis komprehensif yang

mempertimbangkan berbagai aspek. Faktor-faktor yang dipertimbangkan mencakup pola pendapatan dan pengeluaran di masa lalu, serta perkiraan kondisi ekonomi dan industri di masa mendatang. Para penulis menekankan signifikansi target laba dalam konteks manajemen perusahaan. Mereka berpendapat bahwa target laba bukan sekadar angka, melainkan komponen vital dalam perencanaan operasional dan strategi jangka panjang perusahaan. Target laba berfungsi sebagai panduan utama dalam berbagai aspek pengelolaan bisnis. Lebih lanjut, Hansen dan Mowen menjelaskan bahwa target laba memiliki peran multifungsi dalam manajemen perusahaan. Pertama, ia menjadi acuan penting dalam proses pengambilan keputusan, membantu manajemen dalam menentukan langkah-langkah yang perlu diambil untuk mencapai tujuan finansial. Kedua, target laba menjadi dasar dalam penyusunan anggaran, memastikan bahwa alokasi sumber daya sejalan dengan sasaran keuangan yang ingin dicapai. Terakhir, target laba juga berperan sebagai tolok ukur dalam evaluasi kinerja, memungkinkan perusahaan untuk menilai efektivitas strategi dan operasional mereka dalam mencapai tujuan finansial yang telah ditetapkan. Dengan demikian, konsep target laba yang diuraikan oleh Hansen dan Mowen menekankan pentingnya perencanaan keuangan yang cermat dan terintegrasi dalam manajemen perusahaan modern (Hansen; Mowen, 2005).

Menghitung target laba:

$$\frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Margin Kontribusi PerUnit}}$$

Analisis sensitifitas adalah model yang digunakan untuk mempelajari dampak perubahan variabel independen terhadap target laba sebagai variabel dependen (Sugiri, S., 1999).

Berikut adalah beberapa perubahan variabel independen:

a. Perubahan Harga Jual

Manajer dapat mempertimbangkan kenaikan harga jual sebagai strategi, namun harus memperhitungkan potensi penurunan permintaan akibat resistensi konsumen. Analisis CVP membantu manajer menentukan sejauh mana volume penjualan dapat menurun sambil tetap menutupi biaya tetap total, memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih tepat terkait perubahan harga.

b. Perubahan Biaya Variabel

Untuk mempertahankan atau meningkatkan laba, manajer dapat fokus pada pengurangan biaya daripada menaikkan harga. Strategi ini melibatkan optimalisasi penggunaan bahan baku atau efisiensi proses produksi untuk menekan biaya tenaga kerja langsung. Pendekatan ini bertujuan menurunkan biaya variabel secara keseluruhan.

c. Perubahan Biaya Tetap

Biaya tetap cenderung berfluktuasi dari waktu ke waktu. Manajemen sering mempertimbangkan peningkatan biaya tetap, seperti pengeluaran untuk iklan, pelatihan staf penjualan, atau biaya perjalanan dinas. Analisis dampak perubahan ini terhadap profitabilitas sangat penting dalam pengambilan keputusan.

d. Perubahan beberapa variabel secara bersamaan.

Meskipun jarang terjadi, perubahan simultan pada beberapa variabel biaya dapat terjadi. Analisis CVP memungkinkan manajer untuk mengevaluasi dampak perubahan bersamaan pada berbagai komponen biaya, memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang pengaruhnya terhadap profitabilitas perusahaan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif untuk menganalisis penerapan *Break-Even Point* (BEP) dalam perencanaan laba jangka pendek di Dapoer HnH, yang berlokasi di Jorong Kubu Rajo, Kelurahan Limo Kaum, Kabupaten Tanah Datar. Fokus utama penelitian adalah memahami bagaimana analisis BEP dapat membantu usaha kecil ini mencapai target

laba sebesar Rp 10 juta. Pendekatan ini melibatkan pengumpulan data keuangan sederhana, seperti biaya tetap, biaya variabel, harga jual, dan volume penjualan, melalui wawancara langsung dengan pemilik usaha. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan kerangka teoritis BEP, margin kontribusi, dan target laba untuk menghasilkan kesimpulan yang relevan dan aplikatif.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui dua strategi utama, yaitu penelitian lapangan dan tinjauan dokumen. Penelitian lapangan mencakup pengamatan langsung di lokasi usaha serta wawancara mendalam untuk memahami kondisi operasional dan kendala yang dihadapi. Sementara itu, tinjauan dokumen melibatkan pemeriksaan catatan keuangan sederhana seperti pengeluaran variabel, biaya tetap, dan data lainnya yang mendukung analisis kuantitatif. Kombinasi data kuantitatif dan kualitatif dalam penelitian ini digunakan tidak hanya untuk menghitung BEP, tetapi juga untuk memberikan konteks yang mendukung rekomendasi strategis dalam perencanaan laba jangka pendek Dapoer HnH.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

1. Harga Jual Per Unit Rp 3.000
2. Penjualan hanya 5 hari dalam seminggu
3. Penjualan perhari 100 unit
4. Bahan yang digunakan untuk produksi sehari:

Tabel 1. Daftar Harga dan Kuantitas Barang

Nama Barang	Banyak	Harga Satuan	Total	Harga PeUnit
Tepung Segitiga Biru	2kg	Rp 14.000	Rp 28.000	Rp 280
Tepung Panir	1kg	Rp 20.000	Rp 20.000	Rp 200
Telur	20 butir	Rp 2.000	Rp 40.000	Rp 400
Sosis	1 pack	Rp 20.000	Rp 20.000	Rp 200
Lada Bubuk	1 bungkus	Rp 1.000	Rp 1.000	Rp 10
Mayonaise	1kg/5hari	Rp 33.000	Rp 6.600	Rp 66
Saos	1kg/20hari	Rp 44.000	Rp 2.200	Rp 22
Susu Kental Manis	1 Kaleng/20 hari	Rp 14.000	Rp 700	Rp 7
Garam	1 bungkus/20 hari	Rp 2.500	Rp 125	Rp 1
Minyak Goreng	2kg/5 hari	Rp 15.000	Rp 6.000	Rp 60
Total			Rp 124.625	Rp 1.246

Tabel 2. Laporan Laba Rugi Dapoer HnH dalam satu bulan

Keterangan	Jumlah (Rp)
Penjualan	Rp 6.000.000
Biaya Variabel:	(Rp 2.492.000)
- Tepung Segitiga Biru	Rp 560.000
- Tepung Panir	Rp 400.000
- Telur	Rp 800.000
- Sosis	Rp 400.000
- Lada Bubuk	Rp 20.000
- Mayonaise	Rp 132.000
- Saos	Rp 44.000
- Susu Kental Manis	Rp 14.000
- Garam	Rp 2.000
- Minyak Goreng	Rp 120.000

Margin Kontribusi	Rp 3.508.000
Biaya Tetap:	(Rp 766.666)
- Beban Gaji	Rp 600.000
- Beban Listrik	Rp 100.000
- Beban Penyusutan Kulkas	Rp 41.667
- Beban Penyusutan Mixer	Rp 8.333
- Beban Penyusutan Kompor	Rp 8.333
- Beban Penyusutan Peralatan	Rp 8.333
Gas	
Wajan	
Penjepit Gorengan	
Toples	
Sendok	
Laba Operasional	Rp 2.741.334

a. Analisis Break Event Point (BEP)

$$\text{Margin Kontribusi} = \frac{\text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel}}{\text{Margin Kontribusi}} = \frac{\text{Unit} - \text{Unit}}{\text{Unit}} = \frac{\text{Rp 3.000} - \text{(Rp 1.246)}}{\text{Rp 1.754}}$$

Pendekatan Margin Kontribusi

$$\frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin Kontribusi PerUnit}} = \frac{\text{Rp 766.666}}{\text{Rp 1.754}} = \text{Rp 437*}$$

	2.000 Unit
Penjualan	Rp 6.000.000
(Biaya Variabel)	(Rp 2.492.000)
Margin Kontribusi	Rp 3.508.000
(Biaya Tetap)	(Rp 766.666)
Laba Operasional	Rp 2.741.334
Break Event Point	
Penjualan	Rp 1.311.000
(Biaya Variabel)	(Rp 544.502)
Margin Kontribusi	Rp 766.498
(Biaya Tetap)	(Rp 766.666)
Laba	Rp = 0*

b. Analisis penambahan laba

Dapoer HnH menargetkan laba terhadap penjualan sebesar Rp 10.000.000 pada bulan berikutnya. Untuk mendapatkan laba yang diharapkan, maka dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$\frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Margin Kontribusi PerUnit}} = \frac{\text{Rp 766.666} + \text{Rp 10.000.000}}{\text{Rp 1.754}} = 6.138$$

Penjualan	Rp 18.414.000
(Biaya Variabel)	(Rp 7.647.948)
Margin Kontribusi	Rp 10.766.052
(Biaya Tetap)	(Rp 766.666)

Laba Rp 10.000.000*

Untuk mendapatkan laba yang diharapkan oleh Dapoer HnH maka penjualan harus ditingkatkan menjadi 6.138 unit.

c. Analisis Perubahan Biaya Variabel Per Unit

Pada bulan April 2024 harga tepung segitiga biru naik menjadi Rp 15.000/kg, harga minyak goreng naik menjadi Rp 16.000/kg dan harga telur naik menjadi Rp 2.500/butir.

Tabel 3. Perubahan Biaya Variabel

Nama Barang	Harga Satuan	Total	Harga PeUnit
Tepung Segitiga Biru	Rp 15.000	Rp 30.000	Rp 300
Tepung Panir	Rp 20.000	Rp 20.000	Rp 200
Telur	Rp 2.500	Rp 50.000	Rp 500
Sosis	Rp 20.000	Rp 20.000	Rp 200
Lada Bubuk	Rp 1.000	Rp 1.000	Rp 10
Mayonaise	Rp 33.000	Rp 6.600	Rp 66
Saos	Rp 44.000	Rp 2.200	Rp 22
Susu Kental Manis	Rp 14.000	Rp 700	Rp 7
Garam	Rp 2.500	Rp 125	Rp 1
Minyak Goreng	Rp 16.000	Rp 6.400	Rp 64
Total		Rp 137.025	Rp 1.370

Perubahan Biaya Variabel PerUnit

Penjualan Rp 3.000

(Biaya Variabel) (Rp 1.370)

Margin Kontribusi Per Unit Rp 1.630

$$\frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin Kontribusi Per Unit}} = \frac{\text{Rp 766.666}}{\text{Rp 1.630}} = 470^*$$

Penjualan Rp 1.410.000

(Biaya Variabel) (Rp 643.900)

Margin Kontribusi Rp 766.100

(Biaya Tetap) (Rp 766.666)

Laba Rp = 0*

5. KESIMPULAN

Dari penelitian yang peneliti lakukan pada usaha Dapoer HnH Kec. Limo Kaum dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengambilan keputusan dalam perencanaan laba UMKM yang efektif merupakan proses yang bertujuan untuk mencapai target UMKM secara optimal. Hal ini dilakukan dengan menggunakan analisis *Break Even Point*, yang memungkinkan UMKM memprediksi pengaruh perubahan biaya, volume penjualan, dan harga jual terhadap laba yang diperoleh.
2. Perusahaan memiliki kebebasan untuk memilih berbagai alternatif tindakan dalam upaya mencapai target laba dimasa mendatang. Perubahan terhadap harga jual, biaya variabel, dan biaya tetap yang akan memberikan pengaruh yang penting terhadap laba yang dapat dicapai oleh UMKM.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, K. (1996). *Akuntansi Manajemen Dasar Konsep Biaya dan Pengambilan Keputusan*. Jakarta. PT RajaGrafindo Persada.
- Ahmad, K. (2011). *Akuntansi Manajemen* (Edisi Revisi). Jakarta Utara. PT RajaGrafindo Persada.
- Ahmad, K. (2017). *Akuntansi Manajemen* (Edisi Revisi 5). Jakarta. RajaGrafindo Persada.
- Assa, R. L. (2013). *Analisis Cost-Volume-Profit (CVP) Dalam Pengambilan Keputusan Perencanaan Laba Pada PT. Tropica Cocoprima. 1*.
- Fitri, S. A; Ramadanis. (2023). *Pengantar Akuntansi*. Yogyakarta. CV. Budi Utama.
- Garrison, R. H. (1987). *Akuntansi Manajemen* (Buku 1 Edisi 3). Yogyakarta. AK Group.
- Garrison; Noreen; Brewer. (2006). *Akuntansi Manajerial* (Edisi 11). Jakarta. Salemba Empat.
- Hansen; Mowen. (2005). *Akuntansi Manajemen* (Edisi 7). Jakarta. Salemba Empat.
- Lina. (2024). *Akuntansi Manajemen*. Jawa Tengah. PT Nasya Expending Manajement.
- Mowen, M. M; Hansen, D. R; Heitger, L. (2019). *Dasar dasar akuntansi manajerial* (Edisi 5). Jakarta Selatan. Salemba Empat.
- Mukhzarudfa. (2019). *Akuntansi Manajemen*. Jakarta. Rajawali Pers.
- Mulyadi. (2001). *Akuntansi Manajemen* (Edisi 3). Jakarta. Salemba Empat.
- Prawironegoro, D. (2005). *Akuntansi Manajemen*. Jakarta. DIADIT MEDIA.
- Rahmi. M; Putri. S.A; Saleh. S. M; Yenti. E. (2024). *Penerapan perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode full costing untuk penentuan harga jual pada usaha kerupuk kulit Peto Guguk Ketitiraan Batusangkar. Jurnal Akuntansi Syariah*.
- Rudianto. (2013). *Akuntansi Manajemen Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategis*. Jakarta. Erlangga.
- Sugiri, S; Riyono, B. A. (2007). *Akuntansi Pengantar* (Edisi 6). Yogyakarta. Unit Penerbit dan Percetakan STIEM YKPN.
- Sugiri, S. (1999). *Akuntansi manajemen* (Edisi Revisi). Yogyakarta. Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN.
- Warindrani, A. K. (2006). *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Wiyasha, I. (2014). *Akuntansi Manajemen Untuk Hotel dan Restoran* (Edisi 2). Yogyakarta. ANDI Yogyakarta.