

ANALISIS *BREAK-EVEN POINT* SEBAGAI ALAT PERENCANAAN PENJUALAN DAN LABA TERHADAP USAHA MIKRO DI AMBON (Studi Pada Usaha Mikro Minuman Boba Kedai Tosca OSM Kota Ambon)

J. Vonny Litamahuputty¹, Julie.Th Pelamonia², Telly Nanlohy³

¹²³Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Ambon
Email Korespondensi : vonnylita77@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is to identify Break-Even Point (BEP) to create a sales and company profit plan at Tosca OSM Shop in Ambon as a boba beverage microenterprise. This study is done by interview and direct observation research. The data will be arranged depends on research needs and processed in several steps : calculating total sales in month, cost, contribution margin ratio, break-even point, sales and profit plan, and margin of safety. The result showed that break-even point to June 2022 in the amounts of sales Rp. 2.460.812,662 or 117 unit of products. In calculating the sales planning using the least square method on July 2022 were obtained at Rp 11.536.000 or 549 unit of products. The profit planning were obtained at Rp. 5.966.000 and margin of safety 78,67%. This shows that the Tosca OSM Shop as a boba beverage microenterprise can sell more than break-even point and has a high level of safety, so it is far from the losses that may be suffered.

Keywords : *Break-even Point, Sales and Profit*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *Break-Even Point* sebagai alat perencanaan penjualan dan laba yang dilakukan pada usaha mikro minuman boba Kedai Tosca OSM di Kota Ambon. Data penelitian bersumber dari data primer yang diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung pada objek penelitian. Data disusun berdasarkan kebutuhan penelitian dan diolah dalam beberapa tahap yaitu menghitung total penjualan, biaya, *contribution margin ratio*, analisis *break-even point*, merencanakan penjualan dan laba serta *margin of safety*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Usaha mikro minuman boba Kedai Tosca OSM mencapai titik impas (*break-even point*) untuk bulan Juni 2022 pada penjualan sebesar Rp. 2.460.812,662 atau sebanyak 117 unit produk dengan harga jual sebesar Rp 21.000. Dalam perhitungan perencanaan penjualan bulan Juli dengan menggunakan metode *least square*, diperoleh penjualan adalah Rp. 11.536.000, atau 549 unit produk pada harga jual yang sama yaitu Rp. 21.000. . Laba operasi yang dicapai sebesar Rp. 5.966.000 dengan *margin of safety* 78,67%. Hal ini menunjukkan bahwa usaha mikro minuman boba Kedai Tosca OSM dapat melakukan penjualan lebih dari titik impas pada bulan Juli 2022 dan memiliki tingkat keamanan yang tinggi sehingga jauh dari kerugian yang mungkin diderita.

Kata Kunci : *Break-even Point, Penjualan dan Laba*

PENDAHULUAN

Usaha mikro merupakan salah satu usaha yang dapat bertahan dalam masa pandemic covid-19. Usaha mikro adalah badan usaha perorangan yang memiliki asset atau kekayaan bersih hingga Rp. 50.000.000, tidak termasuk tanah atau bangunan tempat usaha, atau

memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000 (UU Nomor 20 Tahun 2008). Berdasarkan perkembangannya, usaha mikro diklasifikasikan menjadi dua yaitu *livelihood* dan *micro*. *Livelihood* yaitu usaha mikro yang sifatnya untuk mencari nafkah semata, contohnya pedagang kaki lima. Sedangkan *micro* yaitu usaha yang sudah cukup berkembang, namun memiliki sifat kewirausahaan dan belum dapat menerima pekerjaan subkontraktor serta belum dapat melakukan kegiatan ekspor.

Usaha mikro sebagai entitas bisnis memiliki bentuk perizinan yaitu Izin Usaha Mikro Kecil (UMK) dan diharuskan membayar pajak penghasilan (PPh) yang sifatnya final. Pajak untuk usaha mikro ini diatur dalam peraturan pemerintah (PP) nomor 46 tahun 2013. Besaran tarif PPh final bagi usaha mikro adalah sebesar 1%. Tujuan mendirikan usaha mikro adalah memperoleh keuntungan yang dapat digunakan untuk kelangsungan hidup pemilik maupun usahanya. Tingkat persaingan usaha mikro mendorong pemilik usaha untuk meningkatkan penjualan guna mendapatkan laba yang lebih besar.

Laba dipengaruhi oleh tiga faktor utama yaitu biaya, harga jual dan volume penjualan (Mulyadi, 2010). Biaya yang timbul dari mengelola suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk. Harga jual produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan. Besarnya volume penjualan berpengaruh pada volume produksi, selanjutnya volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi. Oleh karena itu dalam perencanaan, hubungan antara biaya, volume dan laba memegang peranan yang sangat penting.

Analisis hubungan biaya, volume dan laba atau analisis impas (*break-even*) merupakan teknik untuk menggabungkan, mengkoordinasikan dan menafsirkan data produksi dan distribusi untuk membantu manajemen dalam mengambil keputusan. Keadaan suatu usaha yang tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi, atau dengan kata lain jumlah pendapatan sama dengan jumlah biaya disebut titik impas (*break-even point*). Analisis *Break-even Point* (BEP) juga memberikan informasi tentang *margin of safety* yang mempunyai kegunaan sebagai indikasi dan gambaran kepada pemilik usaha tentang seberapa jauh penjualan bisa turun sehingga usaha tidak menderita rugi. Analisis *break-even point* sangat penting dilakukan oleh pelaku usaha mikro dalam merencanakan laba dan berusaha mempertahankan usahanya ditengah pandemi covid-19. Bertolak dari pentingnya analisis tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang Analisis *Break-even Point* Sebagai Alat Perencanaan Pendapatan dan Laba Pada Usaha Mikro Minuman Boba Kedai Tosca OSM Di Kecamatan Nusaniwe Kota Ambon.

KERANGKA TEORI

Perencanaan merupakan langkah awal dalam menjalankan suatu usaha sebelum melakukan pengambilan keputusan. Pada dasarnya perencanaan merupakan fungsi manajemen yang berhubungan dengan pemilihan berbagai alternatif tindakan dan perumusan kebijakan. Perencanaan adalah memilih dan menghubungkan fakta-fakta, membuat serta menggunakan asumsi-asumsi yang berkaitan dengan masa datang, dengan menggambarkan dan merumuskan kegiatan-kegiatan tertentu yang diyakini diperlukan untuk mencapai suatu hasil (G.R Terry dalam Kusmiadi, 1995). Langkah-langkah dalam menyusun perencanaan adalah *forecasting*, *establishing objective*, *programming*, *scheduling*, *budgeting*, *prosedur*, *establishing* dan *interpreting policy* serta *implementation* (Widodo, 1993). Dalam perencanaan seorang manajer harus berhati-hati sebab dengan adanya sedikit kesalahan akan berakibat fatal dan mengakibatkan usaha mengalami kerugian.

Umumnya perusahaan didirikan untuk memperoleh laba yang optimal dengan pengorbanan yang maksimal. Menurut Halim dan Supomo (2005), laba merupakan pusat pertanggungjawaban yang masukan dan keluarannya diukur dengan menghitung selisih antara pendapatan dan biaya. Nafarin (2007) mendefinisikan laba sebagai perbedaan antara pendapatan dengan keseimbangan biaya-biaya dan pengeluaran untuk periode tertentu. Sedangkan Kuswadi (2005) menyatakan bahwa perhitungan laba diperoleh dari pendapatan dikurangi semua biaya. Berdasarkan pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa laba merupakan hasil dari seluruh total pendapatan dikurangi dengan total biaya. Dengan demikian untuk memperoleh laba, total pendapatan harus lebih besar dari total biaya yang dikeluarkan. Agar perusahaan dapat memperoleh laba dan membiayai seluruh kegiatan secara terus menerus diperlukan perencanaan laba dan pengendalian dalam setiap aktivitas usahanya.

Perencanaan laba (*profit planning*) adalah perencanaan yang digambarkan secara kuantitatif dalam keuangan dan ukuran lainnya, didalamnya ditentukan tujuan laba yang dicapai oleh perusahaan (Supriyono, 2010). Sedangkan menurut Carter dkk (2002), perencanaan laba merupakan rencana kerja yang telah diperhitungkan dengan cermat dimana implikasi keuangannya dinyatakan dalam bentuk proyeksi perhitungan rugi laba, neraca, kas dan modal kerja untuk jangka panjang dan jangka pendek. Dalam menentukan sasaran atau tujuan laba, manajemen sebaiknya memperhatikan faktor-faktor sebagai berikut (Carter dkk, 2002) :

1. Laba atau rugi yang diakibatkan dari volume penjualan tertentu.
2. Volume penjualan yang diperlukan untuk menutup semua biaya dan menghasilkan laba yang mencukupi untuk membayar deviden serta menyediakan kebutuhan kegiatan masa depan.
3. *Break-even Point*.
4. Volume penjualan yang dapat dicapai dengan kapasitas operasi sekarang.
5. Kapasitas operasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan laba.
6. Pengembalian atas modal yang digunakan.

Perencanaan laba memiliki manfaat atau keuntungan yaitu (Carter dkk, 2002) :

1. Perencanaan laba menyediakan suatu pendekatan yang disiplin atas identifikasi dan penyelesaian masalah.
2. Perencanaan laba menyediakan pengarahan ke semua tingkatan manajemen.
3. Perencanaan laba meningkatkan koordinasi antar sesama manajer.
4. Perencanaan laba menyediakan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerja sama dari setiap tingkatan manajemen.
5. Anggaran menyediakan suatu tolak ukur untuk mengevaluasi kinerja aktual dan meningkatkan kemampuan dari individu-individu.

Berdasarkan manfaat tersebut diatas, maka pihak manajemen berusaha agar perencanaan laba tersebut dapat berhasil dan berdampak pada keberhasilan usaha. Dalam membuat perencanaan laba, pihak manajemen juga harus mengantisipasi atau menghindari beberapa keterbatasan atau kekurangan dari perencanaan laba yaitu :

1. Prediksi bukanlah suatu ilmu pasti, karena terdapat sejumlah pertimbangan atau estimasi yang dibuat. Hal ini disebabkan karena perencanaan didasarkan pada prediksi atau kejadian masa depan. Oleh karenanya perlu dilakukan revisi atau modifikasi jika terjadi perubahan dalam rencana.
2. Anggaran dapat memfokuskan perhatian manajemen dalam cita-cita yang tidak selalu sesuai dengan tujuan keseluruhan dari perusahaan atau organisasi.

3. Perencanaan laba harus memperoleh komitmen dari manajemen puncak dan Kerjasama dari semua anggota manajemen.
4. Penggunaan anggaran secara berlebihan sebagai alat evaluasi dapat menyebabkan perilaku disfungsional. Manajer mungkin mencoba menggunakan anggaran untuk mencapai anggaran pribadi.
5. Perencanaan laba tidak menghilangkan atau menggantikan peran administrasi.
6. Penyusunan memakan waktu.

Untuk menentukan besarnya perolehan laba dalam membuat perencanaan laba, maka suatu usaha atau organisasi harus mengetahui terlebih dahulu berapa titik impasnya (*break-even point*). *Break-even point* adalah titik dimana perusahaan atau organisasi tidak mengalami kerugian maupun keuntungan (Kasmir, 2010). Dengan kata lain, pada posisi *break-even point*, total biaya sama dengan total penghasilan.

Menurut Riyanto (2001), Analisis *Break-even Point* adalah suatu teknik analisa untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan. Mulyadi (2010) dalam bukunya Akuntansi Manajemen mendefinisikan analisis titik impas adalah suatu cara untuk mengetahui berapa volume penjualan minimum agar suatu perusahaan tidak menderita rugi, tetapi juga belum memperoleh laba (laba=0).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa titik impas (*break-even point*) adalah suatu kondisi atau posisi dimana total penjualan sama besar dengan total biaya. Sedangkan analisis *break-even point* adalah suatu teknik analisa yang digunakan untuk merencanakan tingkat penghasilan agar dapat menutupi seluruh biaya, sehingga perusahaan atau organisasi tidak mengalami kerugian dan tidak pula memperoleh laba.

Menurut Harmony (2021), tujuan yang ingin dicapai dalam penggunaan titik impas adalah sebagai berikut :

1. Untuk menekan biaya produksi dan operasional dan membuatnya serendah mungkin tanpa mengesampingkan kualitas dan kuantitas.
2. Untuk mempertahankan tingkat harga pokok perusahaan.
3. Untuk menentukan harga produk dengan penuh perhitungan sehingga harga produk sesuai dengan keuntungan dan target yang telah direncanakan.
4. Untuk meningkatkan volume kegiatan semaksimal mungkin.

Melalui analisis *break-even point*, dapat diketahui bagaimana hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, tingkat keuntungan yang diharapkan dan volume kegiatan (penjualan atau produksi). Oleh karena itu, analisis *break-even point* juga sering disebut *cost profit volume analysis*. Jumlah produksi yang akan dijual berkaitan erat dengan biaya yang dikeluarkan, dan pada akhirnya akan berpengaruh dalam menentukan harga jual produk tersebut. Penggolongan biaya sesuai tendensi perubahannya terhadap aktivitas atau kegiatan atau volume dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*variable cost*). Mulyadi (2014) mendefinisikan biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang jumlahnya tetap dalam kisaran volume tertentu. Sedangkan biaya variabel (*variable cost*) adalah biaya yang secara total berubah sesuai dengan volume produksi dan penjualan. Makin tinggi tingkat produksi penjualan maka makin besar pula biaya variabel yang harus dikeluarkan.

Untuk mengetahui *break-even point* dapat menggunakan beberapa model rumus yang pemakaiannya disesuaikan dengan keinginan dan tujuan pemakai. Masing-masing rumus yang digunakan memiliki keuntungan dan kelebihan masing-masing. Misalnya rumus matematika dengan grafik tentu memberikan informasi yang berbeda dalam hal lengkap atau tidaknya informasi yang diberikan dan kemudahan dalam menggunakannya. Contohnya, dengan model matematik, dapat diketahui titik impas suatu produk dengan mudah.

Sebaliknya dengan menggunakan model grafik, informasi yang diperoleh lebih banyak dan dapat dibuatkan grafik dengan mudah. Rumus *break-even point* yang digunakan dalam penelitian ini adalah (Rudianto, 2009):

$$BEP (Rp) = \frac{\text{Fixed Expenses}}{1 - \frac{\text{Variable Expenses}}{\text{Sales}}}$$

$$BEP (Unit) = \frac{\text{Fixed Expenses}}{\text{Contribution Margin Ratio}}$$

Analisis *break-even point* dapat membantu manajemen dalam perencanaan laba yaitu sebagai dasar penetapan harga jual yang wajar, menetapkan jumlah penjualan minimal yang harus dipertahankan agar perusahaan atau organisasi tidak mengalami kerugian, menentukan jumlah penjualan untuk memperoleh laba dan sebagai dasar atau landasan manajemen dalam merencanakan kegiatan operasional dalam usaha untuk mencapai perolehan laba tertentu.

Secara umum, setiap unit dari produk atau jasa yang dijual harus dapat menutupi seluruh biaya tetap dan laba yang diinginkan yang dikenal dengan kontribusi margin (*margin contribution*). Menurut Supriyono (2010), kontribusi margin adalah pendapatan penjualan dikurangi semua biaya variabel. Kontribusi margin tersebut menunjukkan jumlah yang tersedia untuk menutup semua biaya tetap dan sisanya merupakan keuntungan suatu periode yang bersangkutan. Secara formula, kontribusi margin ini dapat dihitung sebagai berikut :

$$\text{Contribution Margin} = \text{Sales} - \text{Variable Expenses}$$

$$\text{Contribution Margin Ratio} = \frac{\text{contribution margin}}{\text{sales}}$$

Hasil penjualan pada tingkat *break-even point* bila dihubungkan dengan penjualan yang direncanakan atau pada tingkat penjualan tertentu, maka diperoleh informasi tentang berapa jauh volume penjualan boleh turun, sehingga industri tidak rugi. Hubungan atau selisih penjualan yang direncanakan pada tingkat *break-even point* merupakan tingkat keamanan atau *margin of safety (MOS)*. *Margin of safety* seringkali dinyatakan dalam persentase. Rumus yang digunakan untuk mencari tingkat keamanan atau *margin of safety (MOS)* adalah sebagai berikut :

$$\text{Margin of Safety (MOS)} = \frac{\text{Penjualan dianggarkan} - \text{penjualan impas}}{\text{Penjualan dianggarkan}} \times 100\%$$

Margin of safety yang tinggi lebih disukai daripada yang rendah karena makin jauh dari kerugian yang mungkin diderita oleh perusahaan.

METODE

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yang menggambarkan dan meringkas berbagai kondisi, situasi atau variabel. Penelitian deskriptif berkaitan dengan pengumpulan data untuk memberikan gambaran mengenai situasi atau kejadian (Malombeke, 2013).

Penelitian ini menggunakan studi kasus pada usaha minuman boba di kedai Tosca yang merupakan salah satu usaha mikro di Kota Ambon. Pada penelitian ini akan digambarkan keadaan perusahaan pada saat mencapai *break-even point* dan dalam melakukan peramalan (*forecasting*) yang menitikberatkan pada perhitungan-perhitungan angka dengan menggunakan metode statistika.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini berupa *break-even point*, volume penjualan, dan tingkat laba yang diharapkan. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Data berupa catatan keuangan milik usaha mikro yang berkaitan dan data-data lain yang berhubungan dengan keadaan penjualan dan biaya usaha mikro.

Data dapat diperoleh melalui wawancara langsung dan data sederhana yang ada pada usaha mikro minuman boba Bernama “Kedai Tosca OSM” yang bertempat di Jalan Nn. Saar Sopacua, Kelurahan Wainitu Kecamatan Nusaniwe Kota Ambon. Usaha ini berdiri pada awal tahun 2020 dan bergerak dalam bidang pengolahan pangan yaitu minuman boba. Langkah-langkah analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menghitung total produksi yang terjadi pada tiap bulan
2. Menghitung total penjualan yang terjadi pada tiap bulan.
3. Menghitung biaya perbulan, yang meliputi biaya tetap dan biaya variabel, serta menghitung masing-masing tingkat biaya.
4. Menghitung *contribution margin* untuk mengetahui jumlah pendapatan yang tersisa setelah dikurangi biaya variabel.
5. Analisis *Break-even Point* dengan menggunakan rumus matematik, yang dilakukan untuk mendapatkan batas standar minimal suatu penjualan dan produksi yang diperkenankan pada perusahaan.
6. Menentukan perencanaan penjualan dengan menggunakan *Least Square Method* sebagai dasar untuk menyusun anggaran unit yang akan diproduksi. Jumlah unit yang diproduksi ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam menjual produk tersebut. Setelah itu dilanjutkan dengan perencanaan laba.
7. Menentukan tingkat keamanan (*margin of safety*) dalam melakukan perencanaan laba karena berguna dalam mengevaluasi ketepatan penjualan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pemenuhan asumsi-asumsi dasar dalam *Break-even Point*

1. Pengelompokan biaya ke dalam biaya tetap dan biaya variabel. Dalam penelitian ini, seluruh biaya sudah dikategorikan dalam biaya tetap dan biaya variabel seperti yang dapat dilihat pada tabel 1.
- 2.

Tabel 1. Data biaya tetap dan variabel Usaha Kedai Tosca OSM

Biaya Tetap per bulan	
Biaya gaji	Rp. 1.000.000,-
Biaya sewa tempat	Rp. 500.000,-
Biaya depresiasi	Rp. 117.000,-
Biaya Variabel per unit	
Biaya bahan baku	Rp. 6.800,-
Biaya listrik	Rp. 400,-

Sumber : Usaha Mikro Minuman Boba Kedai Tosca OSM, 2022

3. Besarnya biaya variabel secara total berubah-ubah secara proporsional dengan volume produksi. Hal ini berarti bahwa biaya variabel per unit produknya adalah tetap yaitu sebesar Rp. 7.200. Sedangkan total biaya variabel setiap bulan berdasarkan jumlah unit produk yang diproduksi.
4. Biaya tetap secara total per bulan tidak mengalami perubahan meskipun terjadi perubahan volume produksi atau penjualan. Biaya tetap per bulan adalah sebesar Rp. 1.617.000, dan pada setiap bulannya tidak mengalami perubahan.
5. Jumlah unit produk yang terjual sama dengan jumlah unit produk yang diproduksi. Setiap produksi yang terjadi pada bulan tersebut, akan langsung terjual karena produksi berdasarkan pesanan.
6. Harga jual produk per unit tidak berubah dalam periode tertentu. Dalam rentang waktu data penelitian, tidak ada perubahan harga. Harga produk per unit yaitu sebesar Rp. 21.000.
7. Perusahaan hanya memproduksi satu jenis produk, apabila lebih dari satu jenis komposisi masing-masing jenis produk dianggap kontran (tetap). Produk yang dijual hanya minuman boba saja.

Data Penjualan

Data penjualan yang diperoleh dari usaha mikro minuman boba Kedai Tosca OSM dari bulan Januari sampai bulan Juni 2022 dapat dilihat pada tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2. Data Penjualan

Bulan	Unit	Penjualan
Januari	500	Rp. 10.500.000
Februari	600	Rp. 12.600.000
Maret	480	Rp. 10.080.000
April	500	Rp. 10.500.000
Mei	580	Rp. 12.180.000
Juni	540	Rp. 11.340.000

Sumber data : Usaha Mikro Minuman Boba Kedai Tosca OSM, 2022

Contribution Margin Ratio

Berdasarkan data penjualan dan data biaya yang telah dikumpulkan, maka dapat dihitung *contribution margin* untuk melihat hasil penjualan setelah dikurangi dengan biaya variabel yang nantinya data ini akan digunakan untuk menghitung *contribution margin ratio*. *Contribution margin* untuk bulan Juni 2022 adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{Contribution Margin} &= \text{Sales} - \text{Variabel expenses} \\
 &= \text{Rp. } 11.340.000 - \text{Rp. } 3.888.000 \\
 &= \text{Rp. } 7.452.000. \\
 \text{Contribution Margin Ratio} &= \frac{\text{contribution margin}}{\text{sales}} \\
 \text{Contribution Margin Ratio} &= \frac{\text{Rp. } 7.452.000, -}{\text{Rp. } 11.340.000} \times 100 \% = 65,71 \%
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diatas, diperoleh *contribution margin* bulan Juni 2022 adalah sebesar Rp. 7.452.000. Sedangkan *contribution margin ratio* adalah sebesar 65,71%. Angka ini menunjukkan bahwa usaha minuman boba Kedai Tosca OSM efektif dalam menghasilkan produk sehingga dapat mempertahankan biaya variabel di level yang rendah. Selanjutnya data ini dapat digunakan untuk menghitung *Break-even point* penjualan minuman boba pada bulan Juni 2022.

Analisis *Break-even Point* dengan menggunakan rumus matematika

Analisis *break-even point* dilakukan untuk mendapatkan batas standar minimal penjualan dan produksi yang diperkenankan pada perusahaan. Perhitungan ini akan menggunakan data terakhir yaitu data bulan Juni 2022.

$$\text{Break - even Point} = \frac{\text{Fixed expenses}}{\text{Contribution margin Ratio}}$$

$$\text{Break - even Point} = \frac{\text{Rp. 1.617.000}}{65,71 \%} = \text{Rp. 2.460.812,662}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, *break-even point* dalam rupiah adalah sebesar Rp. 2.460.812,662 atau sebanyak 117 unit dengan harga per unit Rp. 21.000. Apabila penjualan perusahaan kurang dari BEP maka perusahaan akan mengalami kerugian dan sebaliknya jika penjualan melebihi BEP maka perusahaan akan mendapatkan laba.

Perencanaan penjualan dan Laba

Perencanaan penjualan bulan Juli 2022 dapat dihitung dengan menggunakan *least square method* berdasarkan data penjualan bulan Januari sampai Juni 2022 yang dapat dilihat pada tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3. Perencanaan Penjualan Minuman Boba

Bulan	Penjualan (Y)	X	XY	X ²
Januari	Rp. 10.500.000	-5	Rp. (52.500.000)	25
Februari	Rp. 12.600.000	-3	Rp. (37.800.000)	9
Maret	Rp. 10.080.000	-1	Rp. (10.080.000)	1
April	Rp. 10.500.000	1	Rp. 10.500.000	1
Mei	Rp. 12.180.000	3	Rp. 36.540.000	9
Juni	Rp. 11.340.000	5	Rp. 56.700.000	25
	Rp. 67.200.000		Rp. 3.360.000	70

Sumber : data diolah, 2022

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{67.200.000}{6} = 11.200.000$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{3.360.000}{70} = 48.000$$

Hasil perhitungan menunjukkan nilai a = 11.200.000 dan nilai b = 48.000. Dengan demikian persamaan least square yang terbentuk adalah Y = 11.200.000 + 48.000X. Maka Perencanaan Penjualan bulan Juli 2022 dimana nilai X sebesar 7 adalah sebesar Rp, 11.536.000 atau sebanyak 549 unit dengan harga per unit Rp 21.000. Berdasarkan data

perencanaan penjualan tersebut, maka perhitungan perencanaan laba operasi bulan Juli 2022 dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Perencanaan Laba Operasi Bulan Juli 2022

Penjualan 549 @ Rp. 21.000	Rp. 11.536.000
Biaya Variabel 549 @ Rp. 7.200	Rp. 3.952.800
Margin Kontribusi	Rp. 7.583.200
Biaya Tetap	Rp. 1.617.000
Laba operasi	Rp. 5.966.200

Sumber : Data diolah, 2022

Dari tabel 4, terlihat bahwa terdapat laba operasi sebesar Rp. 5.966.200, dimana jumlah tersebut setara dengan 51,72% dari penjualan

Margin of safety

Dalam melakukan perencanaan laba, perlu dilakukan perhitungan margin pengaman (*margin of safety*) agar dapat mengevaluasi ketepatan penjualan. *Margin of safety* yaitu jarak dari penjualan nyata dengan tingkat *break-even*. Hal ini memberikan informasi mengenai berapa jumlah volume penjualan minimum agar perusahaan tidak menderita rugi. Selisih antara volume penjualan yang dianggarkan dengan volume penjualan impas merupakan angka *margin of safety*.

$$\text{Margin of safety} = \frac{\text{penjualan dianggarkan} - \text{penjualan impas}}{\text{penjualan dianggarkan}} \times 100\%$$

$$\text{Margin of safety} = \frac{11.536.000 - 2.460.812,662}{11.536.000} \times 100\% = 78,67\%$$

Kondisi *margin of safety* diatas menunjukkan bahwa usaha minuman boba dalam kondisi keamanan yang tinggi yaitu sebesar 78,67%. Semakin tinggi *margin of safety* maka semakin jauh dari kerugian yang mungkin diderita.

KESIMPULAN DAN SARAN

Usaha mikro minuman boba Kedai Tosca mencapai titik impas (*break-even point*) untuk bulan Juni 2022 pada penjualan sebesar Rp. 2.460.812,662 atau sebanyak 117 unit produk dengan harga jual sebesar Rp 21.000. Dalam perhitungan perencanaan penjualan bulan Juli dengan menggunakan metode *least square*, diperoleh penjualan bulan Juli 2022 adalah sebesar Rp. 11.536.000, atau sebanyak 549 unit produk pada harga jual yang sama yaitu sebesar Rp. 21.000. Laba operasi yang dicapai sebesar Rp. 5.966.200 dengan *margin of safety* sebesar 78,67%. Hal ini menunjukkan bahwa usaha mikro minuman boba Kedai Tosca OSM dapat melakukan penjualan lebih dari titik impas pada bulan Juli 2022 dan memiliki tingkat keamanan yang tinggi sehingga jauh dari kerugian yang mungkin diderita.

Hasil dari penelitian ini akan diberikan kepada usaha mikro minuman boba Kedai Tosca OSM agar dapat melakukan perencanaan penjualan dan laba untuk masa mendatang. Usaha mikro minuman boba Kedai Tosca OSM juga perlu memberikan perhatian khusus dalam mengidentifikasi dan mengelompokkan biaya, agar dapat mempermudah melakukan perhitungan *break-even point* (BEP).

DAFTAR PUSTAKA

- Carter, William K and Milton F Usry. (2009). *Cost Accounting*, Jakarta : Krista, Salemba Empat buku 1 Edisi 13.
- Garrison, Noreen, Peter C. (2006). *Akuntansi Manajerial*. Edisi ke-11. Jakarta : Salemba Empat
- Halim, Abdul dan Supomo, Bambang. (2005). *Akuntansi Manajemen*, Yogyakarta : BPF E.
- Kasmir. (2010). *Pengantar Manajemen Keuangan*, Jakarta : kencana, Ed. 1 Cet ke-2.
- Kusmiadi, Rachmat. (1995). *Teori dan Teknik Perencanaan*, Bandung : Ilham Jaya.
- Kuswadi. (2005). *Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya*, Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Malombekke, Merry B. (2013). *Analisis Break-even Point Sebagai Dasar Perencanaan Laba Holland Bakery Manado*. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. Universitas Sam Ratulangi. Manado.
- Mulyadi. (2010). *Akuntansi Manajemen*, Yogyakarta : Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.
- Mulyadi. (2014). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Nafarin, M. (2007). *Penganggaran Perusahaan*, Jakarta : Salemba Empat.
- Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 Tentang Pajak Penghasilan Atas Penghasilan Dari Usaha Yang Diterima Atau Diperoleh Wajib Pajak Yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu.
- Riyanto, Bambang. (2001). *Dasar-dasar pembelanjaan Perusahaan*, Yogyakarta : BPF E, Ed.4.
- Supriyono. (2002). *Akuntansi Biaya : Perencanaan dan Pengendalian Biaya, Serta Pembuatan Keputusan*, Yogyakarta : Liberty Yogyakarta.
- Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang UMKM.
- Wijayanti, Suci Mulya, Darminto dan Muhammad Saifi. (2012). *Analisis Break-even Point Sebagai Salah Satu Alat Perencanaan Penjualan dan Laba (Studi Pada PT. Ultrajaya Milk Industri & Trading Company, Tbk)*. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*. Universitas Brawijaya, Malang.