

Analisis Break Even Point Dan Margin Of Safety Sebagai Alat Perencanaan Laba (Studi Pada B.O Coffee Shop Periode 2019-2021 Di Kab.Karawang)

Devi¹, Sihabudin², Robby Fauji³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen,

Universitas Buana Perjuangan Karawang

Email: mn18.devi@mhs.ubpkarawang.ac.id,

Article Info

Article history:

Receive: 1 Januari 2023

Publish: 31 Januari 2023

Keywords:

Break Even Point,
Margin Of Safety,
Profit Planning

Info Artikel

Article history:

Diterima: 1 Januari 2023

Publis: 31 Januari 2023

Abstract

Forecasting a company's profit is an estimate of how much profit the company wants to earn in the following year. B.O Coffee Shop uses an inventory management system that adjusts to the level of demand, so at this time it has not made a profit forecast. The purpose of this study was to determine the break even point and margin of safety for profit planning at B.O Coffee Shop. The research was conducted at Jalan Raya Tamelang RT 07 RW 04, Tamelang Village, Pulwasari District, Karawang Regency, West Java. The period of this research was from July to completion. This type of research is a qualitative descriptive, using a break even point (BEP) and margin of safety (MOS) analysis technique. The results of this calculation show what the minimum value of coffee and franchise is so that the company can provide information on how much sales to achieve the profit that the company expects without experiencing losses. The results of this study indicate that there are differences in the achievement of the break-even point each year. The break-even point in 2019 was IDR 1,147,140,008 or 82,542 units. The break-even point for 2020 is IDR 498,999034 or 38,888 units. The break-even point for 2021 is IDR 533,872,700 or 35,985 units. The sales safety margin represents a 9% safety margin in 2019. The security margin for 2020 is 9%. The margin of safety for 2021 is 99%. B.O Coffee Shop needs to sell a maximum of 24,081.cups or an income of Rp. 359,624,659 to achieve the 2022 profit plan, the maximum revenue reduction target that does not cause business losses is 23.34% or Rp. 73,214,696.

Abstrak

Peramalan laba suatu perusahaan merupakan perkiraan seberapa besar laba yang ingin diperoleh perusahaan pada tahun berikutnya. B.O Coffee Shop menggunakan sistem manajemen persediaan yang menyesuaikan dengan tingkat permintaan, sehingga saat ini belum membuat perkiraan laba. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui break even point dan margin of safety untuk perencanaan laba pada B.O Coffee Shop. Penelitian dilakukan di Jalan Raya Tamelang RT 07 RW 04, Desa Tamelang, Kecamatan Pulwasari, Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Periode penelitian ini dilakukan dari Juli hingga selesai. Jenis penelitian ini merupakan deskriptif kualitatif, dengan menggunakan sebuah teknik analisis *break even point* (BEP) dan *margin of safety* (MOS). Hasil perhitungan ini menunjukkan berapa nilai minimum kopi dan *franchise* agar perusahaan dapat memberikan informasi seberapa besar penjualan untuk mencapai laba yang diharapkan perusahaan tanpa mengalami kerugian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pencapaian titik impas setiap tahunnya. Titik impas tahun 2019 sebesar Rp 1.147.140.008 atau 82.542 unit. Titik impas untuk tahun 2020 adalah Rp 498.999034 atau 38.888 unit. Titik impas untuk tahun 2021 adalah Rp 533.872.700 atau 35.985 unit. Tingkat keamanan penjualan menunjukkan margin keamanan 9% pada tahun 2019. Margin keamanan untuk tahun 2020 adalah 9%. Margin keamanan untuk tahun 2021 adalah 99%. B.O Coffee Shop perlu menjual maksimal 24.081.cangkir atau pendapatan sebesar Rp 359.624.659 untuk mencapai rencana laba tahun 2022, jumlah target pengurangan pendapatan maksimum yang tidak menyebabkan kerugian usaha adalah 23,34% atau Rp 73.214.696.

This is an open access article under the [Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



Corresponding Author:

Devi

Universitas Buana Perjuangan Karawang

Email: mn18.devi@mhs.ubpkarawang.ac.id,

1. PENDAHULUAN

UMKM merupakan entitas yang berperan penting dalam pertumbuhan dan pembangunan ekonomi Indonesia. UMKM juga menjadi salah satu pilarnya Perekonomian Indonesia, khususnya bagi masyarakat kelas bawah dan menengah. Usaha kecil dan menengah Merupakan bentuk perencanaan yang memiliki potensi dan potensi besar sebagai landasan ekonomi. Hal ini menghadapi pertumbuhan yang sangat cepat karena kemajuan teknologi terbaru. Pandemi Covid-19 membawa dampak negatif bagi berbagai pelaku ekonomi khususnya usaha kecil dan menengah.

Berdasarkan Undang-Undang No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dengan ketentuan umum pasal 1 berdasarkan Undang-Undang ini yang dimaksud dengan No. 2. Usaha Kecil 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 sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang.

Berdasarkan data Dinas KUK Jabar, UKM di Jabar mencapai 4,6 juta unit usaha. Dari jumlah tersebut, 98% adalah usaha mikro dan kecil. Selain pendapatan yang lebih rendah, pandemi Covid-19 telah mendorong harga komoditas dan menyebabkan kelangkaan. Akses permodalan juga sulit bagi pemangku kepentingan UMKM. Hal memutus rantai produksi dan distribusi barang. Berikut diagram data UMKM yang ada di provinsi jawa barat:

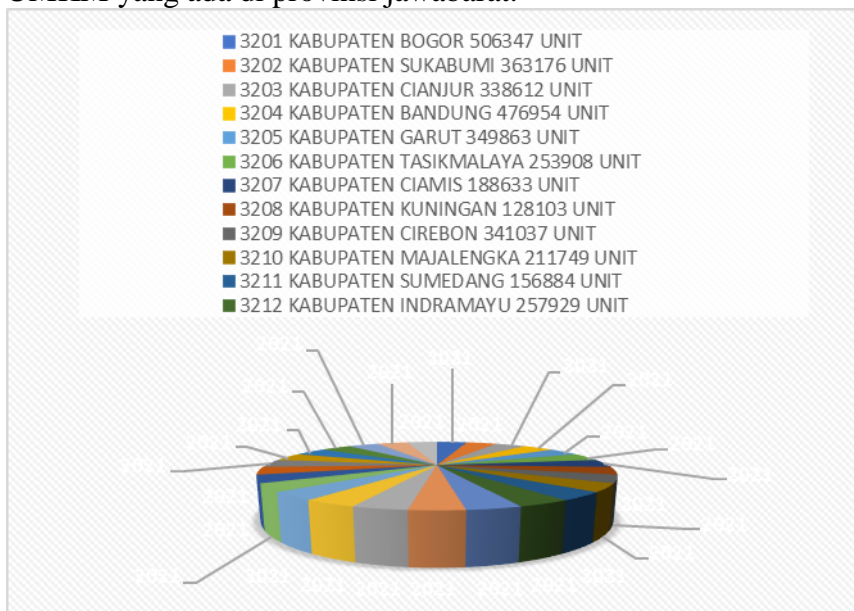


Diagram 1. Jumlah UMKM Provinsi Jawa Barat Tahun 2021

Sumber: Badan pusat statistik provinsi jawa barat 2021

Namun, ada kesenjangan dengan situasi UMKM di Kabupaten Karawang saat ini. Berdasarkan informasi yang dirilis media elektronik, terlihat bahwa UMKM saat ini menopang hampir separuh perekonomian Karawang, namun UMKM belum sepenuhnya memasuki rantai perdagangan industry skala besar. Sebagian besar pemilik UMKM Karawang masih terkendala oleh keterbatasan pengetahuan masyarakat tentang permodalan dan teknologi. namun tak disangka juga ada banyak pelaku UMKM yang sudah menggunakan teknologi untuk menghadapi situasi pandemi ini agar usahanya berjalan dengan lancar.

Bagi kaum milenial, kopi telah menjadi lebih dari sekadar alat bantu tidur, ini adalah gaya hidup. Hal ini tercermin dari *menjamurnya* kafe dan toko yang menjual minuman yang terbuat dari ampas kopi yang baru diseduh di seluruh nusantara. Kini Anda dapat menikmati kopi berkualitas tidak hanya di Starbucks atau Coffee Beans. . Ini karena kafe yang menjual minuman kopi lokal dapat ditemukan di mana-mana, mulai dari pinggir jalan hingga kawasan bisnis dan pusat perbelanjaan.

Menurut Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian, konsumsi kopi nasional pada 2016 mencapai sekitar 250.000 ton, meningkat 10,54% menjadi 276.000 ton. Konsumsi kopi di Indonesia diproyeksikan tumbuh rata-rata tahunan sebesar 8,22% dari 2016 hingga 2021. Pada tahun 2021, pasokan kopi diperkirakan 795.000 ton, konsumsi diperkirakan 370.000 ton, dan surplus 425.000 ton. Sekitar 94,5% produksi kopi Indonesia dipasok oleh pemilik usaha kecil kopi.

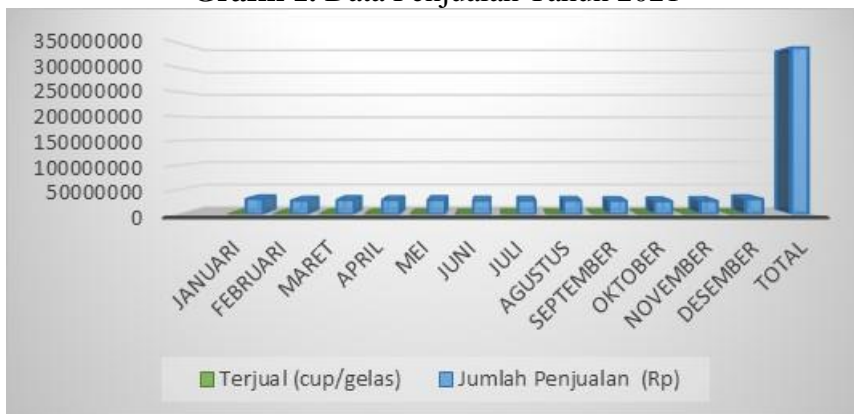
(Sumber: databoks.katadata.co.id)

Mengelola bisnis kedai kopi di masa pandemi seperti itu membutuhkan keberlanjutan bisnis dan strategi pengembangan yang baik. Sebagai strategi pengamanan kesehatan, warnet akan menerapkan protokol kesehatan yang direkomendasikan pemerintah untuk menekan penyebaran virus penyebab pandemi tersebut. Berkat kemajuan teknologi seperti Food Driver, konsumen yang tidak ingin keluar rumah kini bisa memesan makanan dan minuman dari kafe hanya dengan memesan melalui aplikasi sendiri. Kedai kafe ini tidak hanya menawarkan kopi, tetapi juga makanan ringan seperti kentang goreng dan burger daging sapi, serta menu makanan yang lainnya.. (Setiawan, G. C. 2018).

Perencanaan laba merupakan alat yang berupa analisis biaya volume laba dan margin of safety. Salah satu metode analisis biaya volume laba adalah analisis titik impas (BEP). BEP atau dalam istilah akuntansi disebut Break Even Point yaitu ketika perusahaan tidak memperoleh keuntungan dan perusahaan tidak merugi. MOS (Margin Of Safety) adalah analisis titik impas lanjutan yang memberi tahu Anda berapa persentase penjualan Anda yang bisa turun tanpa kehilangan perusahaan Anda.

UKM B.O Coffee Shop adalah usaha yang menjual minuman kopi khas biji kopi yang ada ditanah jawabarat dan memproduksi minuman frinchise lainnya , dalam perencanaan usahanya Untuk mencapai volume penjualan (titik impas) yang mencakup target laba dan total biaya, volume penjualan harus ditentukan. Selama ini B.O Coffee Shop dalam mengelola keuangan tidak mengetahui seberapa keuntungan yang didapatkan nya, hanya ada data penjualannya saja.

Grafik 1. Data Penjualan Tahun 2021



Sumber: Pelaku UKM B.O Coffee Shop

Dari data penjualan tahun 2021 diatas pada grafik tersebut menunjukan bahwa pendapatan penjualan tertinggi ada pada bulan januari dengan nominal Rp.31,119,000. Sedangkan pendapatan terendah berada pada bulan oktober dengan niminal Rp.26,498,000. Dari semua total penjualan yang di dapat oleh UKM B.O Coffee Shop pada tahun 2021 menjual produknya sebanyak 20,846 cup/gelas minuman kopi/*franchise* atau setara dengan Rp 341,074,000 Rupiah.

Tetapi dari hasil penjualan diatas pelaku usaha belum mengetahui berapa keuntungan dari kopi yang sudah terjual. Jadi penulis melakukan studi kasus untuk mengetahui berapa laba yang didapat setelah diketahui berapa *Break Even Point* (BEP) dan *Margin Of Safety* (MOS) untuk perencanaan keuntungan nya. Berikut jumlah penjualan dalam satuan cup pada UKM B.O Coffee Shop pada tahun 2021:

Tabel. 1

Penjualan B.O Coffee Shop Tahun 2021

Bulan	Jumlah (Cup)
-------	--------------

Jauari	1.906
Februari	1.708
Maret	1.781
April	1.773
Mei	1.783
Juni	1.703
Juli	1.704
Agustus	1.688
September	1.658
Oktober	1.620
November	1.651
Desember	1.871
Total	20.846

Lanjutan Tabel. 1 Penjualan B.O Coffee Shop Tahun 2021
Sumber: Data UKM B.O Coffe Shop Tahun 2021

Menurut Muhammad, Asmaul, Asri (2021) Hasil Dari penelitian ini diketahui bahwa Break Even Point pada bulan November 2020 adalah 2.380 unit sedangkan pada bulan Desember 2020 sebanyak 2.908 unit. Margin Of Safety menunjukkan nilai 53,867% senilai Rp 24.168.988 untuk November sedangkan Desember menunjukkan nilai 44,758% atau Rp 17.905.979. Dari hasil penjualan alternatif yang dilakukan, terdapat ada tiga alternatif yang dapat dilakukan, alternatif mana pengurangan biaya tetap sebesar 5% dan kenaikan harga jual sebesar 10% dapat menghasilkan laba tertinggi dan titik impas terendah. Alternatif ini menghasilkan keuntungan yang maksimal sebesar Rp 10.317.766 dengan Break Even Point Rp 17.752.157.

Titik impas (BEP) sebagai rencana laba merupakan dasar untuk menentukan omset yang diperlukan untuk menutup semua biaya yang dikeluarkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian dan mencapai tingkat laba yang direncanakan, sehingga tidak menghasilkan laba. Dengan kata lain, jika total pendapatan (penjualan) sama dengan total biaya, atau jika kontribusi laba hanya dapat digunakan untuk menutupi biaya tetap, maka perusahaan dikatakan berada pada titik impas, maka disebut titik impas. harus dihitung. B.O Coffee memiliki masalah umum yaitu ketidakjelasan perhitungan break event point dan operating profit, sehingga kita perlu menghitung break event point Caffé shop “BO Coffee Shop”.

2. TINJAUAN PUSTAKA

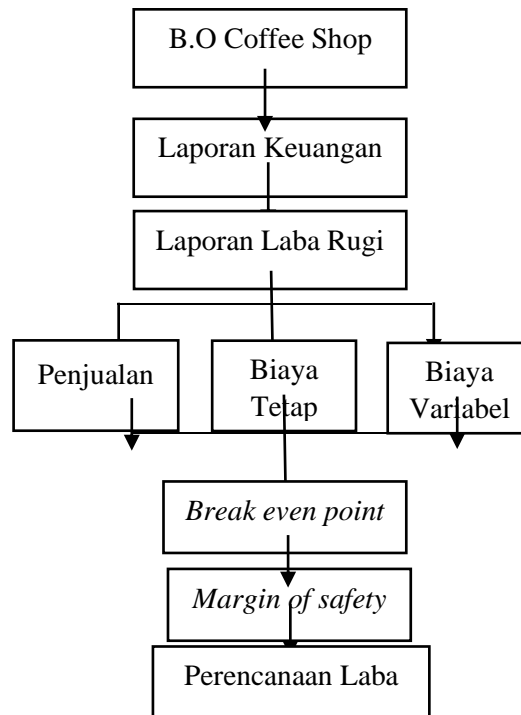
Analisis titik impas (BEP) adalah metode yang biasa digunakan oleh beberapa manajemen perusahaan untuk mengumpulkan informasi mengenai tingkat penjualan minimum yang harus dicapai perusahaan agar perusahaan tidak mengalami kerugian atau tidak untung. (Rachmina dan Sari 2017: 142).

Margin kontribusi adalah jumlah keuntungan yang tersedia untuk menutupi biaya tetap dan menghasilkan keuntungan. Tingkat kontribusi juga memberikan informasi tentang profitabilitas produk yang berbeda, sehingga manajer dapat menentukan produk mana yang menguntungkan.. (Mustainah, 2019).

Margin of safety adalah ukuran keamanan operasi penjualan suatu perusahaan. Selain memberikan informasi tentang sejauh mana realisasi penjualan telah turun dibandingkan dengan perencanaan penjualan sehingga bisnis tidak kehilangan uang, manajer akan menggunakan margin keselamatan untuk menilai risiko dari operasi, bisnis, dan risiko rencana operasi di masa depan. (Rachel Tangerang dkk : 2018).

Menurut Kuswandi (2005:135) Perencanaan laba perlu dilakukan untuk menghasilkan laba yang optimal untuk memuaskan pihak-pihak yang berkepentingan yaitu pemegang saham, manajemen, konsumen, karyawan, pemerintah

Paradigma Penelitian



Gambar. 1 Paradigma Penelitian
(Sumber: Ira Rahmawati, 2010)

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Data dan informasi yang diperlukan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan pemilik Usaha B.O Coffee Shop, sedangkan data sekunder diperoleh melalui laporan keuangan yang menunjang penelitian, dokumen dan catatan Usaha B.O Coffee Shop. Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian ini terdiri dari studi kepustakaan, observasi, wawancara dan dokumentasi. (Sugiono,2018)

Selain itu, peneliti menganalisis data menggunakan teknik analisis BEP (*Break Even Point*) dan MOS (*Margin of Safety*) untuk membuat rencana laba tahun depan. Proses analisis data yang dilakukan untuk menjawab dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Margin Kontribusi

$$\text{Margin Kontribusi (Rp)} = \text{Total Penjualan} - \text{Biaya Variabel}$$

$$\text{Margin Kontribusi (Rp/unit)} = \frac{\text{Margin Kontribusi (Rp)}}{\text{Volume Penjualan}}$$

(Hansen dan Mowen, 2000)

2. Break Even Point

$$\text{Break Even Point (Unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin Kontribusi rp/unit}}$$

$$\text{Break Even Point (Rp)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$

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

(Alvanda Dwi Putri Magu dkk, 2022)

3. Margin Of Safety

$$\text{MOS (Rp)} = \text{Total Penjualan} - \text{Penjualan BEP}$$

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

(Hani Nooryani, 2022)

4. Perencanaan Laba

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

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

(Hani Nooryani, 2022)

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Penjualan dan Klarifikasi Biaya pada UKM B.O Coffee Shop

4.1.1. Penjualan pada UKM B.O Coffee Shop Tahun 2019-2021

Berikut beberapa menu yang sering dibeli oleh konsumen (Bestseller) yang mengacu pada proses kegiatan penjualan, khususnya proses dari penetapan harga jual hingga penyerahan produk kepada konsumen Bottom of Form, Berikut tabel. 2 penjualan pada ukm b.o coffee shop:

Tabel.2
Penjualan UKM B.O Coffee Shop Tahun 2019-2021

No	Nama Produk	2019			2020			2021		
		Harga Jual	Jumlah/cup	Penjualan	Harga Jual	Jumlah/cup	Penjualan	Harga Jual	Jumlah/cup	Penjualan
1	Vietnam Drip	12,000	729	8,748,000	12,000	751	9,012,000	15,000	729	10,935,000
2	Greentea	12,000	781	9,372,000	12,000	802	9,624,000	14,000	799	11,186,000
3	Taro	12,000	779	9,348,000	12,000	787	9,444,000	14,000	810	11,340,000
4	Espresso	9,000	745	6,705,000	9,000	760	6,840,000	10,000	761	7,610,000
5	Mocacino	15,000	834	12,510,000	15,000	853	12,795,000	17,000	814	13,838,000
6	Capuccino	15,000	818	12,270,000	15,000	833	12,495,000	17,000	803	13,651,000
7	Café Latte	15,000	1097	16,455,000	15,000	1169	17,535,000	17,000	1164	19,788,000
8	Kopsus B.O	16,000	1329	21,264,000	16,000	1363	21,808,000	18,000	1363	24,534,000
9	Coffe Gula Aren	16,000	985	15,760,000	16,000	1007	16,112,000	18,000	1008	18,144,000

Total	122,000	8,097	112,432,000	122,000	8,325	115,665,000	140,000	8,251	131,026,000
-------	---------	-------	-------------	---------	-------	-------------	---------	-------	-------------

Sumber: UKM B.O Coffe shop, 2022

Tabel di atas menunjukkan jumlah penjualan meningkat pada tiap tahunnya namun pada tahun 2021 volume penjualan sedikit mengalami penurunan dikarenakan harga jual yang sedikit meningkat karena biaya bahan baku yang semakin mahal.

4.1.2. Klarifikasi Biaya Produksi UKM B.O Coffee Shop Tahun 2019-2021

Biaya yang biasanya mempengaruhi proses produksi adalah biaya bahan baku (biaya variabel), biaya tenaga kerja, dan biaya overhead (Biaya Tetap) . Berikut biaya-biaya pada ukm B.O Coffee Shop pada tahun 2019-2021.

Tabel.3

Rata-Rata biaya bahan bakubpembuatan kopi pada UKM B.O Coffee Shop Tahun 2019-2021

No	Bahan Baku	2019			2020			2021		
		jumlah (kg)/karton	Harga beli (Rp)/kg	Total Biaya (Rp/tahun)	jumlah (kg)/karton	Harga beli (Rp)/kg	Total Biaya (Rp/tahun)	jumlah (kg)/karton	Harga beli (Rp)/kg	Total Biaya (Rp/tahun)
1	Susu	150	17,000	2,550,000	180	17,000	3,060,000	166	19,000	3,154,000
2	Gula	150	12,000	1,800,000	180	12,000	2,160,000	186	13,000	2,418,000
3	Biji kopi	141	190,000	26,790,000	146	190,000	27,740,000	146	210,000	30,660,000
4	Cream	60	65,000	3,900,000	66	65,000	4,290,000	66	70,000	4,620,000
6	Greentea	23	150,000	3,450,000	24	150,000	3,600,000	24	170,000	4,080,000
8	Taro	24	130,000	3,120,000	24	130,000	3,120,000	24	130,000	3,120,000
Total		548	564,000	41,610,000	620	564,000	43,970,000	612	612,000	48,052,000

Sumber: UKM B.O Coffee Shop, 2022

Berdasarkan tabel diatas bahwa biaya produksi yang tertera merupakan jumlah biaya yang terjadi pada tiap tahun 2019 memiliki jumlah biaya yang berbeda-beda dan memiliki perbandingan yang cukup jauh dikarenakan kenaikan biaya produksi dan sedikit ada penurunan penjualan. Data diatas menunjukkan antara biaya variabel pada tahun 2019-2021 di ukm B.O Coffee Shop.

4.1.3. Rata-rata penyusutan alat produksi pada UKM B.O Coffee Shop Tahun 2019-2021

Di bawah ini adalah rata-rata penyusutan alat produksi pada ukm b.o coffee shop dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel. 4

Rata-rata penyusutan alat produksi pada B.O Coffee Shop Tahun 2019-2021

Rata-rata biaya yang dikeluarkan oleh B.O Coffe Shope per Tahun 2019				
No	Jenis Biaya	Banyak	Biaya satuan (Rp)	Total Biaya/tahun (Rp)
Biay Tetap				
1	Biaya Peralatan	10 unit	6,494,000	170,895
2	Gaji karyawan	1	1,700,000	20,400,000
3	Biaya Listrik dan air		550,000	6,600,000
4	Transportasi		100,000	1,200,000
5	Kemasan		700,000	8,400,000
Total Biaya				36,770,895

Lanjutan Tabel. 4 Rata-rata penyusutan alat produksi pada B.O Coffee Shop Tahun 2019-2021

Rata-rata biaya yang dikeluarkan oleh B.O Coffe Shope per Tahun 2020				
No	Jenis Biaya	Banyak	Biaya satuan (Rp)	Total Biaya/tahun (Rp)
Biaya Tetap				
1	Biaya Peralatan	10 unit	6,494,000	170,895
2	Gaji karyawan	1	1,700,000	20,400,000
3	Biaya Listrik dan air		550,000	6,600,000
4	Transportasi		100,000	1,200,000
5	Kemasan		700,000	8,400,000
Total Biaya				36,770,895
Rata-rata biaya yang dikeluarkan oleh B.O Coffe Shope per Tahun 2021				
No	Jenis Biaya	Banyak	Biaya satuan (Rp)	Total Biaya/tahun (Rp)
Biay Tetap				
1	Biaya Peralatan	10 unit	6,494,000	170,895
2	Gaji karyawan	1	2,000,000	24,000,000
3	Biaya Listrik dan air		600,000	7,200,000
4	Transportasi		100,000	1,200,000
5	Kemasan		800,000	9,600,000
Total Biaya				42,170,895

Sumber : UKM B.O Coffee Shop, 2022

4.2. Analisis BEP (Break Even Point)

Dalam metode analisis perencanaan laba, yaitu margin kontribusi, analisis BEP dan margin pengaman. Analisis ini menggunakan data dari UKM B.O Coffee Shop untuk mengetahui kontribusi, break even point dan margin of safety UKM B.O Coffee Shop periode 2019-2021. Metode yang digunakan adalah sebagai berikut:

4.2.1. Menentukan BEP (Break Even Point)

Perhitungan Pengujian analisis *break even point* dari tahun 2019-2021 dapat dilihat pada tabel.5 sebagai berikut:

Tabel. 5Pengujian Analisis *margin contribution* dan *break even point* Period 2019-2021

Tahun 2019						
No	Nama Produk	Margin Kontribusi (Rp)	Margin Kontribusi (unit)	Rasio Margin Kontribusi (%)	<i>Break even point</i> (unit)	<i>Break even point</i> Rp)
1	Vietnam Drip	5,708,000	6,760	0.65	5,439	65,273,778
2	Greentea	5,922,000	1,450	0.63	25,359	304,310,853
3	Taro	6,708,000	2,650	0.72	13,876	166,509,712
4	Espresso	3,475,000	3,760	0.52	9,779	88,015,440
5	Mocacino	9,470,000	6,360	0.76	5,782	86,723,808
6	Capuccino	8,850,000	6,360	0.72	5,782	86,723,808
7	Café Latte	11,895,000	4,770	0.72	7,709	115,631,744
8	Kopsus B.O	15,754,000	3,820	0.74	3,820	154,014,219
9	Coffe Gula Aren	11,770,000	7,360	0.75	4,996	79,936,728
Total		79,552,000	43,290	6	82,542	1,147,140,090
Tahun 2020						
No	Nama Produk	Margin Kontribusi (Rp)	Margin Kontribusi (unit)	Rasio Margin Kontribusi (%)	<i>Break even point</i> (unit)	<i>Break even point</i> Rp)
1	Vietnam Drip	5,708,000	7,601	0.63	4,837	58,055,239
2	Greentea	5,922,000	7,384	0.62	4,980	59,757,361
3	Taro	6,708,000	8,524	0.71	4,314	51,768,684
4	Espresso	3,475,000	4,572	0.51	8,042	72,377,819
5	Mocacino	9,470,000	11,102	0.74	3,312	49,681,479
6	Capuccino	8,850,000	10,624	0.71	3,461	51,915,518
7	Café Latte	11,895,000	10,175	0.68	3,614	54,205,771
8	Kopsus B.O	15,754,000	11,558	0.72	3,181	50,901,338
9	Coffe Gula Aren	11,770,000	11,688	0.73	3,146	50,335,825

Total	79,552,000	83,229	6	38,888	498,999,034
-------	------------	--------	---	--------	-------------

Sumber: Data diolah, 2022

Lanjutan Tabel. 5 Pengujian Analisis *margin contribution* dan *break even point* tahun 2019-2021

Tahun 2021						
No	Nama Produk	Margin Kontribusi (Rp)	Margin Kontribusi (unit)	Rasio Margin Kontribusi (%)	Break even point (unit)	Break even point Rp)
1	Vietnam Drip	7,575,000	10,391	0.69	4,058	60,876,401
2	Greentea	7,106,000	8,894	0.64	4,741	66,383,849
3	Taro	8,220,000	10,148	0.72	4,155	58,177,366
4	Espresso	4,570,000	6,005	0.60	7,022	70,223,307
5	Mocacino	10,418,000	12,799	0.75	3,294	56,014,671
6	Capuccino	10,231,000	12,741	0.75	3,309	56,267,705
7	Café Latte	14,848,000	12,756	0.75	3,305	56,201,352
8	Kopsus B.O	18,834,000	13,818	0.77	3,051	54,933,670
9	Coffe Gula Aren	13,964,000	13,853	0.77	3,044	54,794,380
Total		95,766,000	101,405	6	35,985	533,872,700

Sumber: Data diolah, 2022

Dari perhitungan diatas maka dapat diketahui bahwa penjualan pada b.o coffee shop pada tahun 2019 sebesar Rp. 1,147,140,090 sebanyak 82.542 cup/minuman, pada tahun 2020 sebesar Rp. 59.297326 sebanyak 38.888 cup/minuman, dan pada tahun 2021 sebesar Rp. 533,872,700 sebanyak 35.985 cup/minuman terjual agar perusahaan dapat mencapai titik impas.

4.2.2. Analisis MOS (*Margin Of Safet*)

Berikut merupakan perhitungan *margin of safety* dari tahun 2019-2021 dapat dilihat pada tabel.6 sebagai berikut:

Tabel.6

Analnsisi MOS (*Margin Of Safety*) Periode tahun 2019-2021

No	Nama Produk	2,019		2,020		2,021	
		Margin of safety (Rp)	Margin of safety (unit)	Margin of safety (Rp)	Margin of safety (unit)	Margin of safety (Rp)	Margin of safety (unit)
1	Vietnam Drip	8,747,993	1	9,011,356	1	10,934,443	1
2	Greentea	9,371,968	1	9,623,379	1	11,185,407	1

3	Taro	9,347,982	1	9,443,452	1	11,339,487	1
4	Espresso	6,704,987	1	6,838,942	1	7,609,077	1
5	Mocacino	12,509,993	1	12,794,612	1	13,837,595	1

Lanjutan Tabel.6 Analisis MOS (*Margin Of Safety*) Periode tahun 2019-2021

6	Capuccino	12,269,993	1	12,494,585	1	13,650,588	1
7	Café Latte	16,454,993	1	17,534,691	1	19,787,716	1
8	Kopsus B.O	21,263,993	1	21,807,767	1	24,533,776	1
9	Coffe Gula Aren	15,759,995	1	161,116,888	1	18,143,698	1
Total		112,431,897	9	260,665,672	9	131,021,787	9

Sumber: Data diolah, 2022

Dari perhitungan bahwa pada tahun 2019 maka dapat diketahui bahwa apabila pendapatan turun atau menyimpang dari Rp. 112,431,897 atau 9% maka perusahaan akan men derita kerugian. Pada tahun 2020 apabila pendapatan turun atau menyimpang dari Rp. 260,665,672 atau 9% maka perusahaan akan menderita kerugian. Dan pada tahun 2021 jika pendapatan turun dari Rp. 131,021,787 atau 9% maka perusahaan juga akan menderita kerugian.

4.3. Perencanaan Laba Pada UKM B.O Coffee Shop Tahun 2019-2021

Setiap usaha memiliki tujuan yaitu profit oriented. Upaya perencanaan laba dapat menjadi alternatif yang dapat dipertimbangkan umkm dalam menjaga meningkatkan kondisi laba di umkm tersebut. Maka dari itu untuk menjaga kondisi perusahaan, diperlukan analisis menyeluruh terhadap laba, dengan memperhatikan dua aspek yaitu penjualan dan biaya. Perihal biaya, volume dan laba sangat penting untuk kelangsungan **bisnis**.

Perusahaan berencana untuk meningkatkan laba pada tahun 2022, dan dasar dari rencana ini adalah analisis tahun 2021, setelah itu menentukan target laba untuk tahun 2022. Jika B.O Coffee Shop menginginkan keuntungan sebesar Rp10.000.000 pada tahun 2022, Maka dari itu:

$$\text{Target Laba (Rp)} = \frac{42.164.342 + 100.000.000}{6\%} = \text{Rp } 1.708.831.008$$

$$\text{Target Laba (Unit)} = \frac{42.164.342 + 100.000.000}{8.251} = 17.229 \text{ unit}$$

Berdasarkan hasil perhitungan, maka dapat disimpulkan dengan target laba senilai Rp. 100.000.000 UKM b.o coffee shop harus menjual 17.229 unit/cup kopi atau minuman *franchise* lainnya.

4.4. Pembahasan

Tabel. 8

Perhitungan Proses Analisis Data Tahun 2019-2021

Tahun	Penjualan	Margin kontribusi (Rp)	Rasio margin kontribusi (%)	Break Even Point (Rp)	Margin of safety (Rp)	Margin of safety (Rp)
2019	112,432,000	79,552,000	6	1,147,140,098	112,431,157	9
2020	115,665,000	79,552,000	6	498,999,034	115,664,569	9

2021	131,026,000	95,766,000	6	533,872,700	131,025,593	9
------	-------------	------------	---	-------------	-------------	---

Sumber: Data diolah, 2022

Dari Tabel 8 dapat disimpulkan bahwa volume penjualan UKM B.O Coffee Shop semakin meningkat setiap tahunnya. Margin kontribusi tahun 2019 sebesar Rp 79,552,000 dengan rasio margin kontribusi 6%, tahun 2020 sebesar margin kontribusi Rp. 79,552,000 dengan rasio margin kontribusi 6%. Dan tahun 2021 sebesar Rp 95,766,000 dengan rasio margin kontribusi 6%. Namun jika dibandingkan biaya tetap periode 2019 sampai 2020 dengan nilai nominal yang sama yaitu Rp 36,770,895, dapat disimpulkan bahwa perusahaan dapat menutupi jumlah biaya tetap yang harus dibayar karena telah tercapai. Dibandingkan dua tahun lalu, keuntungannya tidak terlalu besar. Sebelumnya, biaya tetap pada tahun 2021 lebih tinggi dengan nominal Rp 42,170,895 karena harga bahan baku produksi dan harga jual yang lebih tinggi, tetapi B.O Coffee Shop dapat menyimpulkan bahwa jumlah biaya tetap yang diperoleh dapat dibayar dan ditutup dengan jumlah keuntungan yang cukup besar.

Dari perhitungan di atas bisa dilihat bahwa, pada tahun 2019 UKM B.O Coffee Shop mampu mencangkup *Break Even Point* pada penjualan sebanyak Rp 112.432.000 dengan penjualan yang tercapai sebenarnya mengungguli titik impas, yaitu sebanyak Rp 1,147,140,098, pada tahun 2020 mampu mencangkup *Break Even Point* pada penjualan sebanyak Rp 115.665.000 dengan penjualan yang tercapai sebenarnya yaitu sebanyak Rp 498,999,034, pada tahun 2021 mampu mencangkup *Break Even Point* pada penjualan sebanyak Rp 131.026.000 pakai penjualan yang tercapai sebenarnya yaitu sebanyak Rp 533,872,700. Sehingga bisa disimpulkan bahwa UKM B.O Coffee Shop telah berhasil mencegah besaran biaya yang terjadi selama periode 2019-2021, tetapi semata-mata saja keuntungan yang terpakai dari tahun 2020 sedikit munrun karena nilai BEP-nya yang menurun dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Berdasarkan perhitungan yang telah dibahas sebelumnya, *Margin of Safety* (MOS) di UKM B.O Coffee Shop pada tahun 2019 yaitu sebesar 9%, pada tahun 2020 yaitu sebesar 9%, pada tahun 2021 yaitu sebesar 9%. Hasil *Margin of Safety* mengindikasikan bahwa UKM B.O Coffe Shop boleh mengalami penurunan pendapatan hingga sebesar 9% pada tahun 2019, pada tahun 2020 boleh mengalami penurunan pendapatan hingga sebesar 9%, dan pada tahun 2021 boleh mengalami penurunan pendapatan hingga sebesar 9%. jika mengalami penurunan lebih dari itu maka UKM B.O Coffee Shop akan mendapatkan kerugian.

Tabel. 9

Perhitungan Perencanaan Laba Tahun 2022

Tahun	Penjualan Aktual	Target Laba	Volume yang Harus Terjual
2022	8.251 unit	Rp. 100.000.000	17.229 unit

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 9. bahwa dapat dilihat penjualan meningkat pada tahun 2022, artinya ukm mulai bangkit dari masa pandemi ini. Dari target laba yang sudah ditentukan perusahaan harus mampu menjual produk dengan total penjualan Rp 1.708.831.008 atau dengan menjual sebanyak 17229 unit cup segingga sudah melebihi target laba yang diinginkan oleh perusahaan. Melihat kondisi tersebut, ukm perlu mengevaluasi dan membuat rencana perencanaan laba untuk tahun mendatang agar penjualan stabil dan meningkat. Penurunan yang diperbolehkan bagi perusahaan untuk tidak mengalami kerugian yaitu sebesar 23,34% arau Rp 83..954.395. jika penurunan penjualan lebih dari 23,34% atau Rp 83..954.395 maka perusahaan akan mengalami kerugian (target laba yang harus dicapai minimal adalah 76,66%).

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada B.O Coffee Shop, Kemudian peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

- 1) B.O Coffee Shop untuk mendapatkan keuntungan BEP Pada tahun 2019, perusahaan perlu menjual lebih dari Rp 1,147,140,098 atau 82,542 unit. Pada 2020, perusahaan harus menjual di atas Rp 498,999,034 atau sebanyak 38,888 unit. Pada 2021, perusahaan harus menjual lebih dari Rp. 533,872,700 atau hingga 35,985 unit.
- 2) Margin Of Safety untuk B.O Coffee Shop agar tidak mendapatkan kerugian Pada tahun 2019 banyak penjualan yang masih dapat ditanggung perusahaan agar tidak mengalami kerugian 9% dari total omzet atau Rp 112,431,157. Pada tahun 2020 jumlah penjualan perusahaan yang masih mampu untuk tidak mengalami kerugian adalah 9% dari total omzet atau Rp 115,664,569. Pada tahun 2021, besaran yang masih mampu ditanggung perusahaan untuk tidak mengalami kerugian adalah sebesar 9% dari total pendapatan atau Rp 131,025,593.
- 3) Estimasi target laba yang dilakukan oleh peneliti agar perusahaan dapat mencapai target laba yang telah ditentukan pada tahun 2022 dan menjual dengan omzet Rp 1.708.831.008 atau sampai dengan 17.299 unit cup. Target penurunan penjualan maksimal agar perusahaan tidak mengalami kerugian adalah sebesar 23,34% atau Rp 73.214.696.

6. UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur saya limpahkan kepada Allah SWT beserta dosen pembimbing serta rekan-rekan karena atas doa dan support kalian semua akhirnya penulis dapat menyelesaikan artikel ini. Semoga artikel ini dapat bermanfaat kedepannya sekali lagi penulis ucapkan terimakasih

7. DAFTAR PUSTAKA

- Alvanda Dwi Putri Magu , Stanly W. Alexander , dan Natalia Y.T. Gerungai. (2022). *Penerapan Break Even Point dan Margin of Safety Untuk Perencanaan Laba di Perusahaan Umum BULOG Kantor Wilayah Sulut & Gorontalo. Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum. halaman 287-298* Arrizqi, M. S. A. (2020). *Analisis Break Even Point dan Margin Of Safety Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada UD. Budi Jaya Makmur Lamongan* (Doctoral dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).
- Ariyanti, R., Rahayu, S. M., & Husaini, A. (2014). Analisis Break Even Point Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Manajemen Terhadap Perencanaan Volume Penjualan dan Laba. *Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, 11*(1).
- Fadillah, M., Husna, A., & Ratih, A. E. (2021). Analisis Break Even Point Dan Margin Of Safety Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba Pada Usaha Baso Ikan 18 Totok. *Student Online Journal (SOJ) UMRAH-Ekonomi, 2*(1), 132-141.
- Hani Nooryani. (2022). *Penerapan Analisis Cost Volume Profit (Cvp) Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Umkm Faroj Store Di Kabupaten Bogor. Universitas Pakuan Bogor.*
- Kurnianti, W. S. (2012). Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Perusahaan Pabrik Gula Ngadirejo Kediri. *Disertai tidak Diterbitkan. Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya Malang.*
- 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 (JIKA), 9*(2), 117-130.
- Liestiana, T. P., & Novianty, I. (2021). Perhitungan Break Even Point (BEP) dan Margin of Safety (MOS) Sebagai Alat Perencanaan Laba. *Indonesian Accounting Literacy Journal, 1*(3), 549-562.

- Marhaeni, A. P., & Wahyudi, S. (2011). *Analisis break even point sebagai alat perencanaan laba pada industri kecil tegel di Kecamatan Pedurungan periode 2004–2008 (studi kasus usaha manufaktur)* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Zuhri, Dewi Indah Sri. (2021). *Analisis Break Even Point dan Margin of Safety dalam Mengoptimalkan Laba pada Usaha Mikro Kecil Menengah. Jurnal Ilmu Manajemen.*