

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat landasan teoritis dan metodologis penelitian ini, dilakukan peninjauan terhadap sejumlah studi terdahulu yang relevan dengan topik penerapan akuntansi manajemen, berikut merupakan bahan bacaan materi untuk pendukung penelitian:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh (Rohmawati et al., 2020) menganalisis *Break Event Point* (BEP) untuk perencanaan laba pada UKM Samiler Maju Jaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa titik impas penjualan berada pada Rp 1,27 miliar dengan *margin of safety* sebesar 68%, yang berarti penjualan aktual berada jauh di atas titik impas sehingga usaha memiliki potensi laba yang besar. Persamaannya dengan penelitian ini adalah sama-sama menerapkan analisis BEP untuk UMKM dan perencanaan laba, namun berbeda pada jenis produk yang diteliti (samiler vs ayam geprek) dan skala penjualan yang jauh lebih besar pada objek penelitian terdahulu.

Kedua, penelitian oleh (Husna et al., 2024) membahas analisis BEP dan *margin of safety* (MOS) sebagai alat perencanaan laba pada UMKM Toko Berlian Pancing. Penelitian ini membuktikan bahwa penggunaan BEP dan MOS secara simultan efektif untuk mencegah kerugian dan menetapkan target penjualan yang realistis, sehingga membantu pelaku usaha mengukur risiko dan potensi laba. Kesamaannya dengan penelitian ini terletak pada fokus penerapan BEP dalam perencanaan laba, sedangkan perbedaannya terdapat pada sektor usaha yang bergerak di bidang peralatan pancing, bukan kuliner ayam geprek.

Ketiga, penelitian oleh (Fahrie Dwintara et al., 2023) meneliti analisis BEP dalam perencanaan laba pada UMKM Ayam Geprek Ibu Nur di Pontianak. Hasilnya menunjukkan titik impas sebesar Rp 79.318 per hari atau setara 6,6 porsi ayam geprek, yang dapat dijadikan dasar strategi harga, penjualan, dan pengelolaan biaya. Penelitian ini relevan karena sama-sama mengkaji usaha ayam geprek dengan fokus pada BEP, namun berbeda lokasi (Pontianak vs Blitar) dan metode penelitian yang menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif.

Keempat, penelitian oleh (Maruta, 2018) mengkaji BEP sebagai dasar perencanaan laba pada PT. Laksamana Raja di Laut. BEP tercapai pada penjualan Rp 665 juta atau 7.000 unit, dan digunakan sebagai landasan perencanaan produksi serta penjualan. Penulis juga mengungkap kelemahan BEP, seperti asumsi linearitas biaya-penjualan dan klasifikasi biaya.

Kesamaannya dengan penelitian ini adalah penggunaan BEP untuk perencanaan laba, sedangkan perbedaannya adalah objek penelitian yang merupakan perusahaan manufaktur berbasis kajian pustaka, bukan UMKM kuliner.

Kelima, penelitian oleh (Azaria et al., 2024) mengaplikasikan BEP pada usaha Sempol Ayam Jawara. BEP tercapai pada penjualan 100 tusuk (Rp 76.000) dengan kapasitas produksi harian 150–200 tusuk. Hasilnya membantu pelaku usaha menentukan strategi harga, target laba, dan optimalisasi kapasitas produksi. Persamaannya adalah sama-sama usaha kuliner berbasis ayam dan penggunaan BEP untuk target laba, sedangkan perbedaannya terletak pada jenis produk (sempol ayam vs ayam geprek) dan skala usaha.

Keenam, penelitian oleh (Widodo et al., 2024) menganalisis BEP pada UMKM Ayam Geprek Kedai TOP di Sukoharjo. BEP untuk menu Ayam Geprek sebesar 578 unit/bulan (Rp 8,53 juta) dan untuk Ayam Lava sebesar 652 unit/bulan (Rp 10,13 juta). Analisis ini digunakan untuk strategi efisiensi biaya dan optimasi penjualan. Persamaannya dengan penelitian ini adalah fokus pada usaha ayam geprek dan BEP, sedangkan perbedaannya ada pada keberadaan dua varian menu sehingga perhitungan dilakukan terpisah.

Ketujuh, penelitian oleh (Sudirman, 2024) menerapkan BEP untuk mendorong optimalisasi laba pada UMKM beras. BEP tercapai pada penjualan 5.852,87 kg (Rp 84,8 juta), dan untuk mencapai laba Rp 10 juta

diperlukan penjualan 6.563,29 kg (Rp 95,1 juta). Kesamaannya adalah penggunaan BEP untuk menentukan target penjualan dan laba, sedangkan perbedaannya terletak pada bidang usaha yang berbeda (beras vs ayam geprek) dan analisis biaya yang lebih rinci per unit produk.

Kedelapan, penelitian oleh (Khadijah et al., 2025) mengkaji *Break Event Point* (BEP) pada PDAM Tirta Jeneberang Kabupaten Gowa. BEP selama 2017–2021 selalu di bawah penjualan aktual dengan margin kontribusi stabil 81–83%, menunjukkan efisiensi biaya yang baik. BEP digunakan untuk memproyeksikan laba tahun 2022 dengan target kenaikan 25%. Persamaannya dengan penelitian ini adalah penerapan BEP untuk perencanaan laba dan pengukuran *margin of safety*, sedangkan perbedaannya adalah objek penelitian yang berupa BUMD sektor air bersih.

Kesembilan, penelitian oleh (Endang Lifchatullaillah et al., 2025) meneliti BEP pada manajemen budidaya pemeliharaan domba di Kabupaten Jember. BEP berbeda untuk tiap peternak: 10 ekor (Rp 26,31 juta), 6 ekor (Rp 15,13 juta), dan 2 ekor (Rp 4,60 juta). Faktor penentu BEP meliputi harga pakan, efisiensi manajemen, tingkat kematian ternak, dan harga jual. Rekomendasi meliputi optimalisasi pakan, kesehatan ternak, diversifikasi produk, dan kemitraan pemasaran. Persamaannya adalah penggunaan BEP untuk perencanaan laba, sedangkan perbedaannya adalah fokus pada agribisnis peternakan dengan biaya biologis.

Kesepuluh, penelitian oleh (Yusnaini et al., 2020) menganalisis BEP pada UMKM Keripik Singkong di Desa Gegelang menggunakan metode *full costing*. BEP tercapai pada penjualan 2.170 bungkus (Rp 10,85 juta), yang membantu menentukan target penjualan minimal, strategi harga, dan pengendalian biaya. Persamaannya adalah penerapan BEP pada UMKM untuk target laba, sedangkan perbedaannya adalah jenis produk yang berbeda dan metode perhitungan biaya yang digunakan.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti/ Tahun	Judul Penelitian	Hasil Utama	Persamaan & Perbedaan
1	Rohmawati et al (2020)	Analisis Break Even Point Untuk Perencanaan Laba Pada UKM Samiler Maju Jaya	Penelitian menemukan bahwa titik impas penjualan UKM Samiler Maju Jaya berada pada Rp 1,27 miliar dengan margin of safety mencapai 68%. Kondisi ini menunjukkan penjualan aktual jauh melampaui titik impas, sehingga usaha berada pada posisi aman untuk menghasilkan laba. Analisis BEP juga membantu manajemen mengidentifikasi tingkat produksi minimal yang harus dicapai serta potensi optimalisasi keuntungan	Persamaan: Sama-sama analisis BEP untuk UMKM dan perencanaan laba. Perbedaan: Produk berbeda (samiler vs ayam geprek) dan skala penjualan jauh lebih besar
2	Husna & Syafina (2024)	Analisis BEP dan MOS Sebagai Alat Perencanaan Laba (UMKM	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan analisis BEP dan margin of safety (MOS) secara simultan mampu menjadi acuan yang	Persamaan: Sama-sama fokus pada BEP & MOS untuk perencanaan laba.

		Toko Berlian Pancing)	efektif dalam mencegah kerugian serta menetapkan target penjualan yang realistis. Studi ini membuktikan bahwa kombinasi kedua alat analisis tersebut memberikan gambaran menyeluruh terkait risiko usaha dan potensi laba yang dapat diraih.	Perbedaan: Sektor berbeda (peralatan pancing vs kuliner ayam geprek).
3	Dwintara et al (2023)	Analisis BEP dalam Perencanaan Laba UMKM (Ayam Geprek Ibu Nur)	Penelitian ini menemukan titik impas sebesar Rp 79.318 per hari atau setara dengan 6,6 porsi ayam geprek. Temuan ini menunjukkan bahwa BEP dapat dijadikan dasar strategi penetapan harga, perencanaan penjualan harian, dan pengelolaan biaya agar usaha dapat mencapai profitabilitas yang berkelanjutan. Hasilnya menegaskan pentingnya BEP sebagai alat bantu pengambilan keputusan manajerial di sektor kuliner UMKM.	Persamaan: Sama-sama usaha ayam geprek dan fokus BEP untuk perencanaan laba. Perbedaan: Lokasi berbeda (Pontianak vs Blitar) dan metode gabungan kualitatif–kuantitatif.
4	Maruta (2023)	Analisis BEP Sebagai Dasar Perencanaan Laba Bagi Manajemen	Studi kasus pada PT. Laksamana Raja di Laut menunjukkan bahwa BEP tercapai pada nilai penjualan Rp 665 juta atau setara 7.000 unit produk. Penelitian ini menegaskan bahwa BEP dapat digunakan sebagai landasan perencanaan produksi dan penjualan. Namun, penulis juga menyoroti kelemahan BEP, seperti asumsi linearitas	Persamaan: Sama-sama gunakan BEP untuk perencanaan laba. Perbedaan: Studi kasus perusahaan manufaktur berbasis kajian pustaka, sedangkan penelitian ini

			hubungan biaya-penjualan, kesulitan dalam mengklasifikasikan biaya tetap dan variabel, serta keterbatasan waktu penelitian.	berbasis data riil UMKM kuliner.
5	Putra et al (2024)	Analisis Perencanaan Laba dengan BEP pada Sempol Ayam Jawara	Hasil penelitian menunjukkan bahwa titik impas tercapai pada penjualan 100 tusuk atau senilai Rp 76.000, dengan kapasitas produksi harian 150–200 tusuk. Analisis BEP membantu pelaku usaha menentukan strategi harga yang kompetitif, menetapkan target laba, serta memaksimalkan kapasitas produksi di pasar makanan jalanan yang kompetitif.	Persamaan: Sama-sama kuliner berbasis ayam dan pakai BEP untuk target penjualan & laba. Perbedaan: Produk berbeda (sempol ayam vs ayam geprek), harga per unit dan margin berbeda.
6	Widodo et al (2024)	Analisis BEP pada UMKM Ayam Geprek Kedai TOP	Temuan penelitian menunjukkan BEP untuk menu Ayam Geprek sebesar 578 unit/bulan atau senilai Rp 8.526.326, sedangkan untuk menu Ayam Lava sebesar 652 unit/bulan atau senilai Rp 10.125.000. Perbedaan ini menjadi dasar strategi efisiensi biaya dan optimasi penjualan sesuai karakteristik masing-masing produk.	Persamaan: Sama-sama usaha ayam geprek dan fokus BEP untuk strategi laba. Perbedaan: Lokasi berbeda (Sukoharjo vs Blitar) dan ada dua varian produk sehingga BEP dihitung terpisah.
7	Ruslang & Sudirman (2024)	Analisis BEP dalam Mendorong Optimalisasi Laba Menuju Kemandirian UMKM	Penelitian ini menemukan bahwa BEP tercapai pada penjualan beras sebanyak 5.852,87 kg atau senilai Rp 84,8 juta. Untuk mencapai laba sebesar Rp 10 juta, diperlukan penjualan sebanyak 6.563,29 kg atau Rp	Persamaan: Sama-sama gunakan BEP untuk target penjualan dan laba. Perbedaan: Bidang usaha

			95,1 juta. Temuan ini menunjukkan bagaimana BEP dapat menjadi pedoman bagi pelaku usaha untuk menentukan volume penjualan yang diperlukan guna mencapai target laba yang spesifik.	berbeda (beras vs ayam geprek) dan analisis biaya per unit lebih rinci.
8	Khadijah et al (2025)	Analisis BEP Sebagai Alat Perencanaan Laba pada PDAM Tirta Jeneberang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama periode 2017–2021, BEP PDAM selalu berada di bawah penjualan aktual, dengan margin kontribusi stabil di kisaran 81–83%. Kondisi ini menunjukkan kinerja keuangan yang sehat dan efisiensi biaya yang baik. Penelitian juga menyoroti bagaimana BEP digunakan untuk memproyeksikan laba tahun 2022 dengan target kenaikan 25%, serta peran penguatan kelembagaan dalam menjaga profitabilitas jangka panjang.	Persamaan: Sama-sama pakai BEP untuk perencanaan laba dan margin of safety. Perbedaan: Objek penelitian berbeda (BUMD air bersih vs UMKM kuliner ayam geprek) dan mencakup analisis rasio keuangan.
9	Lifchatullaillah et al (2025)	Analisis BEP pada Manajemen Budidaya Pemeliharaan Domba di Kabupaten Jember	Penelitian ini menganalisis penerapan BEP pada tiga skala usaha peternakan domba di Kabupaten Jember menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dan wawancara semi-terstruktur. Hasilnya menunjukkan bahwa BEP berbeda pada tiap peternak, yaitu 10 ekor (Rp 26,31 juta) untuk Peternak A, 6 ekor (Rp 15,13 juta) untuk Peternak B, dan 2 ekor (Rp 4,60 juta) untuk Peternak C.	Persamaan: Sama-sama gunakan BEP untuk perencanaan laba dan identifikasi faktor pengaruh. Perbedaan: Objek berbeda (peternakan domba vs ayam geprek) dengan melibatkan biaya biologis.

			Faktor penentu utama BEP meliputi harga pakan, efisiensi manajemen, tingkat kematian ternak, dan harga jual. Penelitian ini juga merekomendasikan strategi praktis seperti optimalisasi pakan, manajemen kesehatan ternak, diversifikasi produk, serta kemitraan pemasaran untuk menurunkan BEP dan meningkatkan profitabilitas.	
10	Dewi & Yudiantara (2020)	Analisis BEP pada UMKM Keripik Singkong di Desa Gegelang	Penelitian ini bertujuan mengetahui titik impas penjualan keripik singkong pada UMKM di Desa Gegelang dengan metode full costing. Hasilnya menunjukkan BEP tercapai pada volume penjualan 2.170 bungkus dengan harga jual Rp 5.000 per bungkus atau setara Rp 10.850.000. Penelitian ini menegaskan bahwa perhitungan BEP membantu pelaku usaha menentukan target penjualan minimal, merancang strategi harga, dan mengendalikan biaya produksi agar usaha tetap menguntungkan. Disimpulkan pula bahwa BEP dapat menjadi alat perencanaan keuangan yang efektif bahkan untuk usaha kecil dengan modal terbatas.	Persamaan: Sama-sama gunakan BEP untuk target penjualan & laba. Perbedaan: Produk berbeda (keripik singkong vs ayam geprek) dan metode <i>full costing</i> dipakai untuk perhitungan biaya.

2.1.2 Teori yang Digunakan

a. UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)

1. Pengertian UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Indonesia memiliki landasan hukum yang kuat sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Regulasi ini menegaskan bahwa pengelompokan UMKM didasarkan pada kriteria kekayaan bersih (aset) dan hasil penjualan tahunan (omzet), yang membedakan usaha mikro, kecil, dan menengah. Usaha mikro biasanya masih berskala rumah tangga dengan permodalan terbatas, sedangkan usaha kecil mulai memiliki struktur usaha yang lebih tertata, dan usaha menengah memiliki kapasitas produksi yang lebih besar serta tenaga kerja yang lebih banyak. Dengan pengelompokan tersebut, pemerintah dapat memberikan dukungan yang lebih tepat sasaran sesuai skala usaha (Winarto Santoso et al., 2022).

UMKM merupakan salah satu pilar penting perekonomian Indonesia yang dijalankan oleh individu, usaha berbasis rumah tangga, maupun usaha kecil. Klasifikasi UMKM ditentukan berdasarkan omzet tahunan, jumlah tenaga kerja, dan aset yang dimiliki. Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, UMKM didefinisikan sebagai usaha produktif yang dimiliki dan dikelola oleh

perorangan atau kelompok kecil dengan jumlah karyawan tertentu. UMKM di Indonesia terbukti tangguh menghadapi krisis ekonomi dan menjadi kelompok pelaku ekonomi terbesar. Data ASEAN Investment Report (2022) menunjukkan bahwa jumlah UMKM di Indonesia pada 2021 mencapai sekitar 65,46 juta unit, menyerap 97% tenaga kerja, menyumbang 60,3% Produk Domestik Bruto (PDB), serta berkontribusi 14,4% terhadap ekspor nasional. Kondisi ini menegaskan bahwa UMKM tidak hanya menopang perekonomian nasional, tetapi juga berperan besar dalam ketahanan ekonomi menghadapi dinamika global (Chanifah , Bahri & Hasan, 2023)

UMKM memiliki karakteristik khas yang membedakannya dari perusahaan besar, antara lain kepemilikan usaha yang bersifat pribadi atau keluarga, sistem manajemen yang sederhana, serta keterbatasan dalam akses teknologi dan permodalan. Namun, UMKM dikenal memiliki kemampuan adaptasi yang cepat terhadap perubahan pasar dan kondisi ekonomi, sehingga sering kali lebih tangguh menghadapi krisis dibandingkan perusahaan besar. Hal ini membuat UMKM menjadi tulang punggung dalam menjaga stabilitas ekonomi, terutama di sektor riil yang langsung bersentuhan dengan masyarakat. Dengan sifat fleksibilitasnya, UMKM dapat dengan mudah menyesuaikan produk dan strategi pemasaran sesuai kebutuhan konsumen (Tambunan, 2019).

Menurut (Winarto Santoso et al., 2022), UMKM bukan hanya sekadar unit usaha dengan ukuran aset atau omzet tertentu, melainkan juga merupakan pilar penting pembangunan ekonomi nasional. Kontribusi UMKM dapat dilihat dari perannya dalam menyerap tenaga kerja, mendorong pertumbuhan wirausaha baru, dan menciptakan pemerataan pendapatan di berbagai daerah. Di Indonesia, UMKM juga menjadi salah satu sektor yang berperan besar dalam menjaga ketahanan ekonomi karena keberadaannya yang tersebar hingga ke pelosok desa. Oleh karena itu, keberlangsungan UMKM sangat strategis untuk mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan.

2. Tujuan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)

Tujuan utama dari keberadaan UMKM adalah memperkuat struktur ekonomi masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja, pemerataan distribusi pendapatan, serta peningkatan kesejahteraan sosial di berbagai lapisan masyarakat. UMKM menjadi sarana yang efektif untuk menekan angka pengangguran karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar dengan modal relatif kecil. Selain itu, UMKM juga berperan dalam memperluas kesempatan usaha, khususnya di sektor informal yang menjadi tumpuan sebagian besar masyarakat menengah ke bawah. Menurut (Untari et al., 2019), pengembangan UMKM juga merupakan strategi penting untuk

menghadapi tantangan integrasi ekonomi regional seperti Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), di mana daya saing pelaku usaha kecil perlu ditingkatkan melalui dukungan akses permodalan, teknologi, dan pasar.

Lebih lanjut, tujuan UMKM juga diarahkan untuk memperkuat kemandirian ekonomi lokal serta mengurangi kesenjangan sosial dan ekonomi antarwilayah. UMKM menjadi pendorong utama lahirnya wirausaha baru yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga mampu meningkatkan nilai tambah produk lokal agar dapat bersaing di pasar global. Penelitian (Agung & Oka, 2023) menekankan bahwa perlindungan UMKM dalam pengembangan ekonomi kreatif berkelanjutan sangat penting, karena sektor ini harus mampu beradaptasi dengan perubahan tren pasar global sekaligus mempertahankan kearifan dan identitas lokal. Dengan demikian, tujuan UMKM bukan sekadar untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi jangka pendek, tetapi juga untuk memastikan keberlanjutan pembangunan ekonomi nasional secara inklusif dan merata.

3. Kriteria UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)

Kriteria UMKM di Indonesia secara resmi diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, yang membedakan usaha mikro, kecil, dan menengah berdasarkan ukuran kekayaan bersih (aset) serta hasil penjualan tahunan (omzet). Usaha mikro biasanya

memiliki aset dan omzet paling kecil, umumnya dikelola oleh individu atau keluarga, sedangkan usaha kecil memiliki kapasitas yang lebih besar dengan cakupan pasar yang mulai berkembang, dan usaha menengah berada pada skala yang lebih luas dengan tenaga kerja lebih banyak serta omzet yang lebih tinggi. Menurut (Setiawansyah et al., 2022) sistem klasifikasi ini memudahkan pemerintah dalam merancang kebijakan, baik terkait pembiayaan, bantuan modal, maupun program pemberdayaan yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing kategori usaha. Dengan adanya pengelompokan yang jelas, dukungan regulasi dan intervensi pemerintah dapat lebih efektif dan tepat sasaran.

Lebih lanjut, (Definta et al., 2024), menekankan bahwa kriteria UMKM tidak hanya berhenti pada aspek aset dan omzet, tetapi juga berhubungan dengan penerapan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM). Standar ini dirancang untuk menyederhanakan proses pencatatan dan pelaporan keuangan, sehingga sesuai dengan kapasitas serta karakteristik pengelolaan usaha kecil. Penerapan standar akuntansi yang lebih sederhana diharapkan dapat meningkatkan transparansi, mempermudah UMKM dalam mengakses pembiayaan perbankan, serta memperkuat kredibilitas usaha di mata mitra bisnis. Dengan kriteria dan sistem pencatatan yang sesuai, UMKM tidak hanya memiliki landasan

hukum yang jelas, tetapi juga fondasi yang kuat untuk berkembang secara profesional dan berdaya saing tinggi.

b. Biaya

Menurut (Mulyadi, 2010), komponen utama dalam analisis *Break Event Point* (BEP) meliputi biaya tetap, biaya variabel, harga jual, serta volume penjualan. Biaya sendiri dipahami sebagai bentuk pengorbanan sumber daya ekonomi yang dinyatakan dalam ukuran uang, yang dikeluarkan untuk memperoleh barang atau jasa dengan manfaat di masa mendatang. Definisi ini menjadi rujukan penting dalam berbagai kajian modern mengenai BEP. penelitian (Litamahuputty et al., 2022), menegaskan bahwa titik impas tidak dapat dilepaskan dari tiga faktor utama sebagaimana dijelaskan Mulyadi, yaitu biaya, harga jual, dan volume penjualan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Putri et al., 2023), menunjukkan bagaimana biaya tetap maupun biaya variabel dihitung secara sistematis untuk menentukan titik impas yang dijadikan dasar dalam perencanaan laba pada industri kecil. Sejalan dengan itu, (Safitri et al., 2024) juga memanfaatkan pendekatan Mulyadi dalam mengevaluasi efektivitas BEP serta *margin of safety*. Hasil penelitian mereka digunakan untuk menyusun strategi perencanaan laba yang lebih tepat, khususnya pada usaha tahu di Bengkulu.

Berbagai pakar akuntansi memberikan definisi biaya dengan penekanan yang sedikit berbeda namun tetap memiliki inti pemahaman yang sama. Menurut (Muhammad, 2020), biaya merupakan bentuk pengorbanan sumber daya ekonomi yang diukur dalam satuan uang, baik yang telah terjadi maupun yang kemungkinan akan timbul, dengan tujuan mendukung tercapainya sasaran tertentu. Di sisi lain, (Supriyono, 2001) memandang biaya sebagai nilai tukar, pengeluaran, atau pengorbanan yang harus dikeluarkan agar entitas memperoleh manfaat di masa mendatang.

Sejalan dengan itu, (Horngren et al., 2005) mendefinisikan biaya sebagai kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk memperoleh barang maupun jasa, yang diharapkan dapat memberikan manfaat ekonomi, baik pada saat sekarang maupun periode berikutnya. Dari ketiga definisi tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa biaya pada hakikatnya menggambarkan bentuk pengeluaran atau pengorbanan sumber daya yang dilakukan organisasi dengan tujuan memperoleh manfaat ekonomi yang berkelanjutan, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Dalam konteks analisis *Break Event Point* (BEP), elemen biaya yang diperhitungkan secara umum dikelompokkan menjadi dua kategori pokok, yaitu biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*variable cost*). Oleh karena itu, langkah awal yang harus ditempuh adalah melakukan klasifikasi biaya sesuai dengan karakteristiknya. Biaya tetap ditempatkan

sebagai komponen yang tidak berubah meskipun volume produksi berfluktuasi, sedangkan biaya variabel berubah secara langsung seiring dengan jumlah produksi atau penjualan (Garcia et al., 2020).

Namun demikian, pada praktiknya proses pemisahan biaya tidak selalu sederhana. Hal ini disebabkan adanya jenis biaya yang bersifat campuran, seperti biaya semi-variabel atau semi-tetap, yang memiliki karakteristik ganda dari kedua jenis biaya tersebut. Oleh karena itu, diperlukan analisis lebih mendalam serta pertimbangan manajerial agar klasifikasi biaya dapat dilakukan secara akurat, sehingga hasil perhitungan BEP benar-benar mencerminkan kondisi operasional perusahaan yang sebenarnya (Jamaludin, 2019).

1. Biaya Tetap (Fixed Cost)

Biaya tetap (*fixed cost*) didefinisikan sebagai komponen biaya yang total pengeluarannya tidak berubah walaupun terjadi variasi pada jumlah produksi atau tingkat penjualan, selama aktivitas masih berada dalam kapasitas normal yang telah ditetapkan. Artinya, perusahaan tetap harus menanggung biaya ini tanpa memperhatikan banyak atau sedikitnya barang maupun jasa yang dihasilkan. Jenis biaya tersebut biasanya berkaitan dengan pemanfaatan sumber daya yang keberadaannya tidak dipengaruhi langsung oleh volume aktivitas produksi, misalnya biaya sewa bangunan, gaji pegawai

permanen, premi asuransi, serta beban penyusutan atas aset tetap yang digunakan dalam operasional (Hasnawati et al., 2023).

Menurut (Garcia et al., 2020), biaya tetap adalah jenis biaya yang nilainya tidak terpengaruh oleh naik turunnya volume produksi. Komponen ini bersifat konstan karena tetap harus dibayarkan perusahaan guna menjaga keberlangsungan operasional, misalnya pembayaran sewa bangunan, gaji pegawai tetap, pajak, serta penyusutan aset. Karakteristik biaya tetap yang tidak bergantung pada tingkat aktivitas menjadikannya unsur penting dalam perhitungan *Break Event Point* (BEP), sebab besar kecilnya biaya tetap berperan dalam menentukan titik impas agar usaha tidak mengalami kerugian. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam mengenai biaya tetap diperlukan manajemen dalam merancang kapasitas produksi, menentukan kebijakan harga, serta menata struktur biaya agar lebih efisien. Selain itu, pengelolaan yang baik terhadap biaya tetap juga berfungsi menjaga kesehatan keuangan perusahaan dalam jangka panjang, meskipun terjadi perubahan permintaan pasar.

Ciri mendasar dari biaya tetap adalah kestabilan jumlah nominalnya pada periode jangka pendek, meskipun dalam horizon jangka panjang nilai tersebut dapat mengalami perubahan akibat faktor seperti ekspansi kapasitas, inflasi, maupun kebijakan manajerial tertentu. Pemahaman yang komprehensif mengenai biaya

tetap menjadi krusial dalam konteks analisis biaya, perencanaan laba, hingga strategi penetapan harga jual produk. Hal ini dikarenakan biaya tetap berperan signifikan dalam menentukan titik impas (*break event point*) dan sangat berpengaruh terhadap efektivitas pengendalian biaya yang dijalankan perusahaan secara keseluruhan (Garcia et al., 2020).

Biaya variabel (*variable cost*) adalah elemen biaya yang total pengeluarannya mengalami perubahan sebanding dengan fluktuasi volume produksi maupun penjualan. Dengan kata lain, ketika kapasitas produksi barang atau jasa meningkat, maka akumulasi biaya variabel juga ikut bertambah secara proporsional. Sebaliknya, apabila jumlah output menurun, maka nilai keseluruhan biaya variabel pun berkurang. Sifat ini menegaskan bahwa biaya variabel memiliki keterkaitan langsung dengan aktivitas operasional perusahaan, sehingga perubahan biayanya dapat diproyeksikan sesuai tingkat produksi yang dicapai (Mowen et al., 2015).

Biaya variabel adalah komponen biaya yang jumlah totalnya berubah secara proporsional dengan perubahan volume produksi atau aktivitas penjualan. Semakin tinggi jumlah produksi, semakin besar pula total biaya variabel, dan sebaliknya. Biaya ini mencakup elemen-elemen seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, serta biaya utilitas yang digunakan dalam proses produksi. Dalam

akuntansi biaya, pemahaman biaya variabel sangat penting karena menjadi salah satu penentu utama dalam analisis *Break Event Point* (BEP) dan perencanaan laba (Hasan, 2015).

Kategori biaya variabel biasanya meliputi pengeluaran yang timbul secara langsung dari proses produksi, seperti biaya bahan baku utama, upah tenaga kerja langsung yang dihitung berdasarkan unit yang dihasilkan, serta biaya distribusi yang dikenakan per unit barang yang dipasarkan. Pemahaman yang komprehensif tentang biaya variabel menjadi aspek penting dalam manajemen biaya, perencanaan laba, serta penentuan harga pokok produksi. Hal ini karena komponen biaya variabel merupakan faktor dominan dalam analisis titik impas (*break event point*) dan berperan strategis dalam mendukung manajemen dalam mengambil keputusan efisiensi serta optimalisasi kegiatan operasional perusahaan (Afwika et al., 2025).

2. Biaya Semi Variabel (Mixed Cost)

Biaya semi variabel, yang sering disebut juga dengan istilah *mixed cost* atau biaya campuran, merupakan jenis biaya yang di dalamnya terdapat dua elemen pokok sekaligus, yaitu komponen biaya tetap dan biaya variabel. Pada bagian biaya tetap, perusahaan tetap diwajibkan mengeluarkan sejumlah pengeluaran meskipun tidak ada kegiatan produksi yang dilakukan, sehingga jumlahnya cenderung tidak berubah selama masih berada dalam kapasitas tertentu.

Sebaliknya, pada unsur biaya variabel, total pengeluaran akan berfluktuasi mengikuti besarnya volume produksi ataupun tingkat penggunaan sumber daya. Dengan demikian, biaya semi variabel dapat dipahami sebagai perpaduan antara biaya yang bersifat konstan dan biaya yang menyesuaikan secara proporsional terhadap perubahan aktivitas produksi (Mowen et al., 2015).

Contoh konkret dari biaya semi variabel dapat dilihat pada beberapa jenis pengeluaran operasional, misalnya tagihan listrik yang terdiri atas biaya beban tetap ditambah biaya penggunaan per kWh, tagihan telepon yang mencakup biaya abonemen dasar serta tambahan biaya pulsa, atau gaji karyawan yang terdiri dari gaji pokok tetap ditambah insentif yang dihitung berdasarkan jumlah unit produksi. Memahami klasifikasi biaya semi variabel dengan tepat sangat krusial bagi manajemen, sebab kesalahan dalam mengelompokkan biaya dapat menimbulkan distorsi dalam perhitungan harga pokok produksi, menurunkan ketepatan analisis titik impas, serta menghambat efektivitas pengambilan keputusan strategis terkait pengendalian biaya dan efisiensi operasional perusahaan (Darbinyan, 2019).

Penggolongan Biaya Berdasarkan Fungsi Produksi menurut (Mowen et al., 2015) dalam aktivitas produksi, struktur biaya umumnya terbagi menjadi beberapa elemen pokok yang saling mendukung satu sama lain.

- 1) Biaya bahan baku langsung adalah pengeluaran yang timbul untuk memperoleh bahan utama yang digunakan secara nyata dalam pembuatan produk, di mana penggunaannya dapat ditelusuri dengan jelas pada barang jadi yang dihasilkan. Contohnya, pada proses pembuatan roti diperlukan bahan seperti tepung terigu, gula, mentega, dan telur. Semua pembelian bahan tersebut dikategorikan sebagai biaya bahan baku langsung karena melekat secara fisik pada produk akhir dan menjadi komponen esensial yang menentukan kualitas produk.
- 2) Biaya tenaga kerja langsung merupakan biaya yang berhubungan dengan aktivitas pengerjaan produk, di mana pekerjaan yang dilakukan oleh tenaga kerja dapat diidentifikasi secara langsung terhadap hasil produksi. Sebagai contoh, dalam industri garmen, penyusunan pola, pemotongan kain, hingga proses penjahitan adalah aktivitas yang memerlukan tenaga kerja langsung. Upah yang dibayarkan atas pekerjaan tersebut digolongkan ke dalam biaya tenaga kerja langsung karena kontribusinya terlihat nyata dalam menghasilkan barang jadi.
- 3) Biaya overhead pabrik adalah seluruh biaya produksi yang tidak termasuk bahan baku langsung maupun tenaga kerja langsung, tetapi tetap diperlukan untuk menunjang kelancaran produksi. Biaya ini sifatnya tidak dapat ditelusuri langsung pada produk

tertentu, melainkan berfungsi sebagai pendukung berjalannya proses manufaktur. Misalnya, biaya listrik untuk mengoperasikan mesin, biaya pemeliharaan dan penyusutan peralatan, hingga biaya bahan pembantu seperti oli atau pelumas. Meskipun bersifat tidak langsung, pengelolaan biaya overhead pabrik sangat penting karena dapat memengaruhi akurasi perhitungan harga pokok produksi, efisiensi penggunaan sumber daya, serta daya saing perusahaan di pasar.

c. Perencanaan Laba (*Profit Planning*)

Perencanaan laba dapat dipahami sebagai suatu mekanisme terorganisir yang dilakukan manajemen untuk menyusun strategi keuangan maupun operasional dengan tujuan memperoleh tingkat keuntungan tertentu dalam periode yang telah ditetapkan. Kegiatan ini bersifat sistematis karena diawali dari perumusan target laba yang rasional hingga penerapan langkah-langkah strategis guna mendukung pencapaiannya. Dalam prosesnya, manajemen dituntut melakukan kajian mendalam terhadap faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kinerja keuangan, mulai dari struktur biaya, kebijakan penetapan harga, proyeksi volume penjualan, hingga identifikasi potensi risiko yang dapat memengaruhi keberhasilan rencana tersebut (Mowen et al., 2015).

Dalam penerapannya, perencanaan laba bukan hanya sekadar penentuan angka laba yang ingin diraih, melainkan juga menuntut analisis

menyeluruh atas kondisi internal dan eksternal perusahaan. Faktor internal mencakup kapasitas produksi, produktivitas tenaga kerja, ketersediaan sumber daya bahan baku, serta efektivitas pengendalian biaya. Sementara itu, aspek eksternal berhubungan dengan dinamika pasar, tingkat kompetisi, tren perubahan perilaku konsumen, perkembangan teknologi, maupun regulasi pemerintah yang relevan dengan sektor usaha yang dijalankan. Oleh karena itu, keberhasilan perencanaan laba menuntut integrasi antara kondisi internal perusahaan dengan tantangan eksternal yang dihadapi (Barera, 2023).

Menurut (Hilton & Platt, 2005), perencanaan laba merupakan proses penentuan tindakan yang diperlukan untuk mencapai keuntungan yang diinginkan pada suatu periode tertentu. Proses tersebut tidak hanya berdiri sendiri, tetapi melibatkan integrasi berbagai komponen utama seperti proyeksi penjualan, perhitungan biaya, hingga penyusunan anggaran ke dalam satu kesatuan rencana. Perspektif ini menekankan bahwa keberhasilan pencapaian laba tidak cukup hanya dengan menetapkan target keuntungan, melainkan juga harus selaras dengan kebijakan penjualan, strategi pengendalian biaya, serta distribusi sumber daya yang efektif. Dengan demikian, perencanaan laba berfungsi sebagai pedoman strategis yang mampu mengarahkan aktivitas operasional maupun keputusan keuangan perusahaan agar tetap konsisten pada sasaran profitabilitas yang telah dirancang.

Sementara itu, (Drury, 2013), menekankan bahwa perencanaan laba merupakan bagian tak terpisahkan dari proses penyusunan anggaran, dengan fokus utama pada hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba. Hubungan ini biasanya dianalisis menggunakan pendekatan *cost-volume-profit* (CVP), yang berfungsi untuk menilai bagaimana perubahan dalam harga jual, biaya, maupun tingkat penjualan akan berdampak terhadap perolehan laba. Melalui pemahaman analisis CVP, manajemen dapat mengambil keputusan yang lebih tepat terkait strategi pemasaran, kebijakan penetapan harga, serta upaya pengendalian biaya produksi dan operasional. Dengan demikian, perencanaan laba bukan hanya alat prediksi, tetapi juga menjadi instrumen penting dalam mendukung manajemen perusahaan menghadapi ketidakpastian bisnis.

1. Manfaat Perencanaan Laba

Perencanaan laba merupakan aspek fundamental dalam manajemen keuangan yang tidak hanya berfungsi untuk menghitung besarnya keuntungan yang diharapkan, tetapi juga sebagai peta strategis yang memandu arah perusahaan. Melalui penyusunan rencana laba, manajemen dapat menilai keterkaitan antara penjualan, biaya, dan laba dalam suatu periode tertentu. Dengan demikian, organisasi mampu menentukan prioritas kegiatan serta strategi operasional yang harus dijalankan. Dalam kondisi persaingan bisnis yang semakin dinamis, perencanaan laba menjadi instrumen vital

untuk menjaga kelangsungan usaha sekaligus mendorong pertumbuhan jangka panjang perusahaan (Needles & Powers, 2013).

Perencanaan laba menghadirkan berbagai manfaat strategis yang berperan penting bagi keberlanjutan dan pengembangan bisnis (Wahyudi, 2023). Beberapa di antaranya adalah:

a) Menetapkan Sasaran Keuangan Secara Tepat

Rencana laba memudahkan perusahaan dalam merumuskan target keuntungan yang jelas, terukur, dan sesuai dengan kapasitas produksi maupun peluang pasar yang tersedia. Penetapan sasaran yang realistis ini kemudian dijadikan sebagai pedoman utama oleh setiap bagian organisasi dalam menyusun program kerja. Dengan demikian, arah pencapaian tujuan lebih sistematis, terarah, dan terukur.

b) Memberikan Dasar Bagi Keputusan Manajerial

Proyeksi yang berisi estimasi penjualan, biaya, serta tingkat laba memberikan dasar pertimbangan yang kuat bagi manajemen dalam memilih strategi yang optimal. Informasi ini membantu manajer mengantisipasi risiko potensial, seperti lonjakan harga bahan baku atau fluktuasi permintaan pasar, sehingga langkah korektif dapat dipersiapkan sebelum kondisi merugikan terjadi.

c) Meningkatkan Efisiensi dan Mengendalikan Biaya

Melalui perencanaan laba, perusahaan mampu mengenali komponen biaya yang kurang efisien atau tidak memberikan kontribusi signifikan pada pencapaian laba. Dengan identifikasi tersebut, manajemen dapat melakukan rasionalisasi pengeluaran, memfokuskan sumber daya pada aktivitas bernilai tambah, serta meningkatkan efektivitas penggunaan modal. Akhirnya, efisiensi operasional perusahaan dapat tercapai secara maksimal.

d) Menjadi Indikator Evaluasi Kinerja

Perencanaan laba juga berfungsi sebagai standar evaluasi bagi hasil yang diperoleh perusahaan. Perbandingan antara realisasi dan target rencana dapat menunjukkan sejauh mana strategi berjalan sesuai harapan. Apabila terjadi penyimpangan, manajemen dapat mengidentifikasi faktor penyebabnya, baik yang bersifat positif (kelebihan pencapaian) maupun negatif (kekurangan), untuk kemudian digunakan sebagai dasar perbaikan strategi di masa mendatang.

e) Mendorong Koordinasi Antarbagian

Proses penyusunan rencana laba yang melibatkan proyeksi penjualan, produksi, dan biaya, menuntut adanya sinergi antarbagian dalam organisasi. Departemen produksi, keuangan, pemasaran, hingga logistik harus berkolaborasi agar tujuan

perusahaan tercapai. Keterpaduan ini tidak hanya meningkatkan koordinasi internal, tetapi juga memperkuat konsistensi arah kerja seluruh unit perusahaan.

f) Membantu Mengantisipasi Perubahan Eksternal

Rencana laba memungkinkan perusahaan melakukan analisis skenario (*what-if analysis*), misalnya dampak dari kenaikan harga bahan baku, kebijakan fiskal pemerintah, atau perubahan tren permintaan. Dengan analisis tersebut, perusahaan dapat menyiapkan alternatif solusi atau strategi adaptif sehingga risiko kerugian bisa diminimalkan dan stabilitas usaha tetap terjaga.

g) Meningkatkan Kredibilitas di Mata Investor dan Kreditur

Dokumen rencana laba yang terstruktur, realistis, serta didukung data akurat akan meningkatkan kepercayaan pihak eksternal, baik investor, kreditur, maupun mitra bisnis. Rencana yang baik menunjukkan bahwa perusahaan memiliki manajemen keuangan yang disiplin dan strategi mitigasi risiko yang matang, sehingga lebih mudah mendapatkan dukungan modal, kredit, maupun investasi.

Dalam menetapkan sasaran laba yang hendak dicapai, manajemen perusahaan perlu mempertimbangkan beberapa faktor krusial, di antaranya:

- a) Kapasitas produksi yang dimiliki;
- b) Komposisi biaya tetap dan biaya variabel yang memengaruhi titik impas;
- c) Tingkat efisiensi proses produksi serta distribusi;
- d) Kualitas dan inovasi produk untuk meningkatkan daya saing;
- e) Kecukupan modal kerja guna mendukung ekspansi;
- f) Dinamika pasar serta preferensi konsumen;
- g) Intensitas persaingan yang menentukan harga dan margin laba;
- h) Harga input produksi seperti bahan baku;
- i) Kebijakan pemerintah beserta regulasi yang relevan; serta
- j) Kondisi ekonomi makro, termasuk inflasi, suku bunga, dan fluktuasi nilai tukar.

Semua faktor tersebut harus dipertimbangkan agar perencanaan laba tidak hanya realistis, tetapi juga mampu memberikan arah strategis bagi pertumbuhan perusahaan.

d. Break Event Point (BEP)

1. Pengertian BEP

Break Event Point (BEP) merupakan konsep dasar dalam analisis biaya–volume–laba (*cost-volume-profit analysis*) yang digunakan untuk mengidentifikasi titik di mana suatu usaha berada dalam keadaan impas. BEP menggambarkan posisi ketika pendapatan total (*total revenue*) yang diperoleh dari penjualan produk sama

dengan total biaya (*total cost*) yang terdiri dari biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*variable cost*) (Martini et al., 2023). Pada titik ini, perusahaan tidak memperoleh keuntungan (*profit*) maupun menderita kerugian (*loss*), melainkan hanya berada pada kondisi menutup seluruh biaya produksi yang telah dikeluarkan.

Konsep BEP memiliki arti penting bagi pelaku usaha karena berfungsi sebagai indikator jumlah penjualan minimum yang harus dicapai agar kegiatan bisnis tetap dapat beroperasi tanpa menimbulkan kerugian. Jika realisasi penjualan berada di bawah titik BEP, maka perusahaan akan mengalami kerugian karena penerimaan tidak mencukupi untuk menutup biaya total. Sebaliknya, apabila volume penjualan melebihi titik BEP, maka perusahaan mulai menghasilkan keuntungan bersih. Dengan demikian, BEP sering dimanfaatkan sebagai instrumen manajemen untuk menyusun perencanaan penjualan, mengendalikan struktur biaya, serta menjadi dasar dalam pengambilan keputusan strategis, terutama terkait penetapan harga jual, jumlah produksi, dan efisiensi operasional perusahaan (Rizki & Sukoco, 2019).

Dalam kajian ilmiah, BEP umumnya dianalisis melalui pendekatan *Cost-Volume-Profit* (CVP) Analysis. Pendekatan ini menekankan keterkaitan fungsional antara tiga elemen utama, yakni biaya tetap, biaya variabel per unit, dan harga jual per unit, terhadap

volume penjualan. Dengan *CVP Analysis*, manajemen dapat memperkirakan jumlah unit yang perlu dijual atau nilai penjualan minimum yang diperlukan agar seluruh biaya tertutup. Analisis ini juga membantu memahami dampak perubahan salah satu variabel, misalnya kenaikan biaya bahan baku atau penurunan harga jual, terhadap pergeseran titik impas dan potensi profitabilitas usaha (Garcia et al., 2020).

Sejalan dengan hal tersebut, (Ersyafdi et al., 2021) mendefinisikan BEP sebagai titik ketika pendapatan total sama dengan biaya total, sehingga laba bersih perusahaan adalah nol. Artinya, titik ini menunjukkan jumlah penjualan minimal yang harus tercapai agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Sementara itu, (Hansen & Mowen, 2015) menjelaskan bahwa *Break Event Point* adalah volume penjualan yang menghasilkan penerimaan cukup untuk menutup biaya tetap dan biaya variabel, sehingga kondisi laba berada pada posisi nol. Definisi ini memperkuat pemahaman bahwa BEP merupakan acuan penting bagi manajer dalam merancang strategi bisnis yang lebih rasional dan berorientasi pada keberlanjutan usaha. Menurut (Sabrina et al., 2024), Pada keadaan *break event point* keuntungan atau kerugian sama dengan Nol (0) yaitu:

- a) Suatu kondisi Dimana perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak mengalami kerugian, atau

b) TR (*total revenue*) = TC (*total cost*), Dimana laba = 0

Dalam praktiknya, BEP dapat dihitung baik dalam satuan unit maupun dalam satuan nilai rupiah. Perhitungan BEP dalam unit bertujuan untuk mengetahui jumlah minimal produk yang harus terjual untuk mencapai titik impas.

2. Metode Perhitungan *break Event Point* (BEP)

a) Metode Unit (*Unit Method*)

(Utami & Mubarak, 2021) Menghitung BEP dalam bentuk jumlah unit produk yang harus terjual agar total pendapatan = total biaya.

$$BEP \text{ (unit)} = \frac{Biaya \text{ Tetap}}{Harga \text{ Jual per Unit} - Biaya \text{ Variabel per Unit}}$$

Dimana BEP unit adalah jumlah unit yang harus diproduksi dan dijual agar biaya tertutup, dengan perhitungannya melibatkan beberapa komponen utama diantaranya yaitu biaya tetap yaitu biaya yang tidak berubah meski volume produksi naik turun, harga jual per unit yaitu harga yang ditetapkan perusahaan untuk setiap produk, serta biaya variabel per unit yaitu biaya yang berubah mengikuti jumlah produksi.

b) Metode Rupiah (*sales revenue methode*)

(Priskila Manuho et al., 2021) Menghitung BEP dalam bentuk nilai penjualan (rupiah) yang harus dicapai agar impas.

$$BEP \text{ (Rupiah)} = \frac{Biaya \text{ Tetap}}{1 - \frac{Biaya \text{ Variabel per unit}}{Harga \text{ Jual per unit}}}$$

Dimana Biaya tetap adalah biaya yang tidak berubah meskipun jumlah produksi naik atau turun, sedangkan biaya variabel per unit akan berubah sesuai banyaknya produk yang dihasilkan. Sementara itu, harga jual per unit adalah nilai yang ditetapkan perusahaan untuk setiap produk yang dijual.

Perhitungan *Break Event Point* (BEP) pada dasarnya dapat ditempuh dengan tiga pendekatan utama, yaitu metode persamaan, metode margin kontribusi, serta metode grafik. Ketiga teknik tersebut sejatinya berangkat dari prinsip yang sama dan akan menghasilkan titik impas yang identik, meskipun berbeda dalam cara penghitungan maupun penyajian hasil analisis. Perbedaan yang muncul terutama terletak pada penggunaan variasi rumus yang diterapkan serta format laporan laba rugi kontribusi yang digunakan untuk menggambarkan posisi keuangan perusahaan. Uraian berikut memberikan penjelasan mengenai masing-masing metode tersebut agar perbedaan karakteristik dan keunggulan tiap

pendekatan dapat dipahami secara lebih komprehensif (Guan et al., 2009).

1) Metode persamaan (*Equation Method*)

Metode persamaan merupakan salah satu pendekatan paling mendasar dalam menghitung titik impas (*Break Event Point/BEP*) dengan memanfaatkan rumus yang menyeimbangkan total pendapatan dan total biaya. Pada tahap analisis, kondisi impas dicapai ketika hasil penjualan (*sales revenue*) sama dengan jumlah biaya tetap (*fixed cost*) ditambah biaya variabel (*variable cost*) yang timbul dari aktivitas produksi (Utami & Mubarak, 2021).

Menurut (Halimatusyadiah & Husaini, 2023) pendekatan ini tidak hanya memberikan gambaran matematis mengenai jumlah unit atau nilai penjualan minimum yang harus dicapai agar usaha tidak mengalami kerugian, tetapi juga membantu pemilik maupun manajer UMKM dalam mengevaluasi struktur biaya, menilai efisiensi operasional, serta menyusun strategi harga yang lebih kompetitif. Dengan kata lain, *equation method* berfungsi sebagai alat perencanaan sekaligus pengendalian manajerial yang dapat meningkatkan ketepatan pengambilan keputusan bisnis, khususnya dalam

konteks usaha kecil yang rentan terhadap fluktuasi biaya dan pendapatan.

2) Metode Margin Kontribusi (*Contribution Margin Method*)

Metode ini menitikberatkan pada perhitungan margin kontribusi per unit, yaitu selisih antara harga jual setiap produk dengan biaya variabel per unit yang melekat padanya. Margin kontribusi tersebut berperan penting karena digunakan terlebih dahulu untuk menutupi biaya tetap, sebelum akhirnya menghasilkan laba bersih bagi perusahaan. Keunggulan utama dari pendekatan ini adalah sifatnya yang lebih praktis dan efisien dibandingkan metode persamaan, sehingga lebih mudah diterapkan oleh pelaku usaha dalam melakukan analisis keuangan sehari-hari (Enyi, 2019).

Metode margin kontribusi memberikan informasi yang lebih spesifik mengenai seberapa besar kontribusi setiap unit produk dalam menutupi biaya tetap. Kelebihan lainnya adalah fleksibilitasnya, karena metode ini dapat diperluas untuk menganalisis usaha dengan lebih dari satu jenis produk melalui penggunaan *weighted average contribution margin* (WACM). Dengan pendekatan ini, perusahaan yang memiliki beragam variasi produk dalam portofolionya tetap dapat melakukan analisis titik impas secara akurat. Selain itu,

penerapan metode ini juga bermanfaat bagi manajemen dalam menyusun strategi portofolio produk, menentukan prioritas penjualan, serta mengoptimalkan kombinasi produksi yang paling menguntungkan (Asih & Eng, 2021).

3) Metode Grafik (*Break Event Chart*)

Metode ini menggambarkan keterkaitan antara biaya total, pendapatan total, dan volume penjualan melalui penyajian grafik, sehingga titik impas dapat dilihat secara visual dengan lebih mudah. Keunggulan utama pendekatan grafis terletak pada kesederhanaannya, sebab tampilan visual dianggap lebih komunikatif dibandingkan sekadar angka perhitungan matematis. Dengan bentuk grafik, informasi menjadi lebih mudah dipahami oleh berbagai kalangan, termasuk manajemen yang tidak memiliki latar belakang akuntansi mendalam. Selain itu, metode grafis sering digunakan dalam forum presentasi manajerial karena mampu menyajikan gambaran kondisi usaha secara cepat dan jelas (Poudyal & Campus, 2010).

Tidak hanya itu, analisis grafis juga mendukung penerapan skenario atau what-if analysis. Misalnya, manajemen dapat memproyeksikan dampak perubahan harga jual atau pergeseran biaya variabel terhadap titik impas,

sehingga dapat menyiapkan strategi antisipasi jika terjadi perubahan pasar. Walaupun demikian, pendekatan grafis memiliki keterbatasan tertentu. Pertama, hasilnya kurang akurat dalam memberikan angka yang pasti karena lebih bersifat ilustrasi daripada hitungan detail. Kedua, metode ini menjadi semakin sulit diterapkan pada usaha dengan banyak jenis produk atau struktur biaya yang kompleks, karena visualisasi yang dihasilkan berpotensi membingungkan dan bahkan menimbulkan interpretasi yang salah apabila tidak dianalisis secara hati-hati.

3. Asumsi-Asumsi Dalam *Break Event Point* (BEP)

Analisis *Break Event Point* (BEP) didasarkan pada sejumlah asumsi yang digunakan untuk menyederhanakan hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba agar lebih mudah dianalisis. Menurut (Seal et al., 2018), harga jual per unit diasumsikan tidak berubah selama periode tertentu, sehingga tidak memperhitungkan adanya potongan harga maupun fluktuasi harga pasar yang biasanya terjadi akibat kompetisi atau kondisi ekonomi.

- a) Biaya tetap diperkirakan berada pada tingkat yang stabil dalam kisaran kapasitas produksi yang dianggap relevan (*relevant range*). Komponen biaya ini mencakup beban seperti sewa tempat

- usaha, honorarium manajer, hingga penyusutan aset tetap yang jumlahnya tidak terpengaruh oleh naik turunnya volume produksi.
- b) Biaya variabel per unit dianggap konsisten, sehingga total biaya variabel meningkat secara sebanding dengan jumlah unit yang diproduksi. Artinya, semakin banyak barang yang diproduksi, semakin besar pula akumulasi biaya variabel yang timbul.
 - c) Volume produksi diasumsikan identik dengan volume penjualan, sehingga tidak ada penumpukan maupun penurunan persediaan dalam gudang. Dengan kata lain, setiap produk yang diproduksi langsung terjual di pasar.
 - d) Jika perusahaan menghasilkan lebih dari satu jenis produk, maka proporsi penjualan antarproduk dianggap tetap, sehingga komposisi penjualan tidak mengalami pergeseran yang signifikan.
 - e) Kondisi efisiensi produksi juga diperkirakan stabil, sehingga tingkat produktivitas tenaga kerja serta penggunaan bahan baku tidak berubah selama periode pengamatan.
 - f) Faktor eksternal seperti tingkat inflasi, regulasi pemerintah, maupun perkembangan teknologi diandaikan dalam keadaan konstan, sehingga tidak ada pengaruh dari luar yang dapat mengubah struktur biaya maupun harga.
 - g) Penerapan analisis BEP hanya berlaku pada kapasitas produksi yang masih berada dalam rentang relevan. Di luar rentang

tersebut, baik harga, biaya tetap, maupun biaya variabel dapat mengalami perubahan drastis, sehingga hasil analisis tidak lagi mencerminkan kondisi riil perusahaan.

e. Hubungan antara BEP dan Perencanaan Penjualan Laba

Break Event Point (BEP) dapat dipahami sebagai titik kritis di mana total pendapatan yang diperoleh perusahaan sama besarnya dengan total biaya yang dikeluarkan, sehingga posisi usaha berada pada keadaan tanpa laba maupun rugi. Dalam proses penghitungan BEP, unsur biaya tetap (*fixed cost*), biaya variabel (*variable cost*), serta harga jual per unit menjadi komponen utama yang harus diperhatikan. (Mowen et al., 2015) Dalam praktik manajemen modern, BEP tidak sekadar dijadikan indikator kelayakan suatu usaha, tetapi juga berfungsi sebagai dasar yang penting untuk menyusun strategi penjualan serta merencanakan pencapaian laba (*profit planning*) yang berkelanjutan.

Dalam kerangka perencanaan laba berbasis penjualan (Joel Ihenyen & Oyinkarebai Michael, 2025), BEP memiliki berbagai fungsi strategis yang memberikan nilai tambah bagi perusahaan.

1. Analisis BEP memungkinkan perusahaan mengetahui batas minimum penjualan yang wajib dicapai agar aktivitas operasional tidak menimbulkan kerugian. Dengan demikian, manajemen dapat menetapkan jumlah unit produk maupun nominal penjualan yang

harus dipenuhi sebagai titik aman, sekaligus menjadikannya dasar dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih terarah.

2. Perhitungan BEP memberikan arahan bagi manajemen dalam merancang strategi penjualan untuk mencapai laba tertentu. Dengan memanfaatkan pendekatan *cost-volume-profit* (CVP), perusahaan mampu menentukan tambahan volume produksi atau penjualan yang perlu dicapai di atas titik impas agar dapat memperoleh tingkat keuntungan sesuai dengan target yang telah ditetapkan.
3. BEP juga berfungsi sebagai alat evaluasi dalam menilai kelayakan target penjualan, dengan mempertimbangkan kapasitas produksi, kemampuan sumber daya, serta dinamika permintaan pasar. Jika perencanaan yang disusun melampaui kapasitas produksi atau tidak sesuai dengan potensi permintaan, perusahaan dapat segera melakukan penyesuaian strategi sebelum risiko lebih besar muncul.
4. Dari sisi pengambilan keputusan, BEP membantu manajemen dalam melakukan simulasi terhadap berbagai skenario, seperti perubahan harga jual, kenaikan biaya variabel, atau pergeseran biaya tetap. Hasil simulasi ini dapat dijadikan dasar untuk menilai dampak yang mungkin terjadi terhadap titik impas maupun pencapaian laba yang diharapkan.
5. Selain itu, BEP juga berkontribusi dalam perencanaan produksi dan distribusi, di mana jumlah barang yang diproduksi dapat

diseimbangkan dengan target penjualan yang telah ditentukan. Hal ini membantu perusahaan menghindari kelebihan produksi atau kekurangan persediaan, sekaligus mendukung efisiensi alokasi sumber daya.

Menurut (Seal et al., 2018), konsep *Break Event Point* (BEP) dipandang sebagai instrumen fundamental dalam penyusunan perencanaan laba, terutama ketika dipadukan dengan analisis *cost-volume-profit* (CVP). Integrasi keduanya memberikan kemampuan bagi manajemen untuk memperkirakan tingkat laba dalam berbagai alternatif skenario penjualan, sehingga risiko ketidakpastian dapat diminimalisir melalui proyeksi yang lebih akurat.

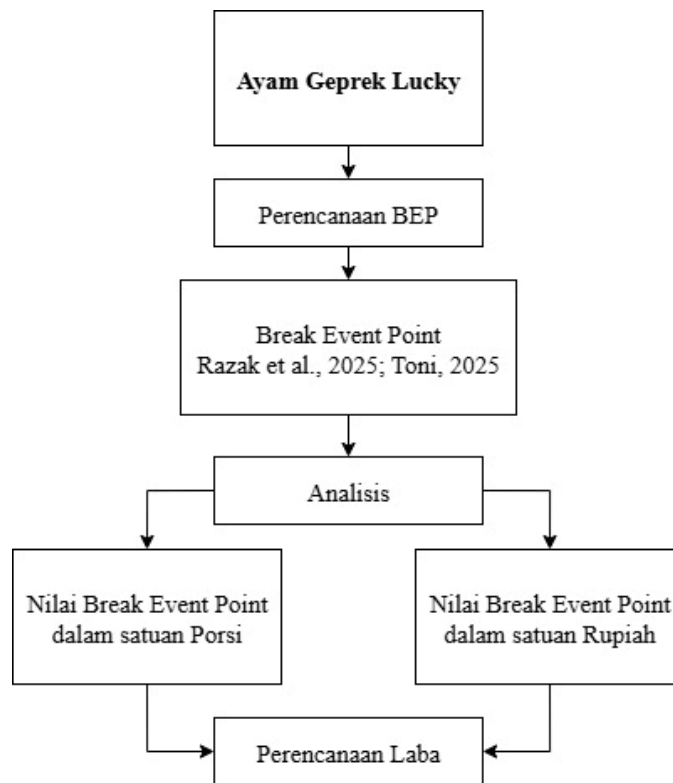
Sementara itu, (Guan et al., 2009) menekankan bahwa keterkaitan antara BEP dan perencanaan penjualan sangat erat, mengingat kedua konsep ini berorientasi pada penentuan jumlah penjualan yang diperlukan guna mencapai laba yang diharapkan. Dengan kata lain, penerapan BEP menjadi landasan utama dalam merumuskan strategi penjualan yang tidak hanya mempertimbangkan volume produksi, tetapi juga efisiensi biaya serta daya serap pasar.

Temuan penelitian (Rohmah et al., 2023) turut memperkuat bukti empiris mengenai relevansi analisis *Break Event Point* (BEP) dalam praktik bisnis UMKM. Melalui pendekatan studi kasus, mereka menunjukkan bahwa penggunaan BEP mampu memberikan panduan

yang jelas bagi pelaku usaha dalam menentukan sasaran penjualan yang rasional, sehingga aktivitas operasional dapat disusun secara lebih sistematis dan terkendali. Selain itu, hasil penelitian tersebut menegaskan bahwa analisis BEP tidak hanya bermanfaat untuk memperkirakan titik impas, tetapi juga berfungsi sebagai instrumen manajerial yang mendukung pengambilan keputusan strategis, mulai dari pengendalian biaya, pengaturan kapasitas produksi, hingga perencanaan laba yang berkelanjutan.

2.1.3 Kerangka Pikir Penelitian

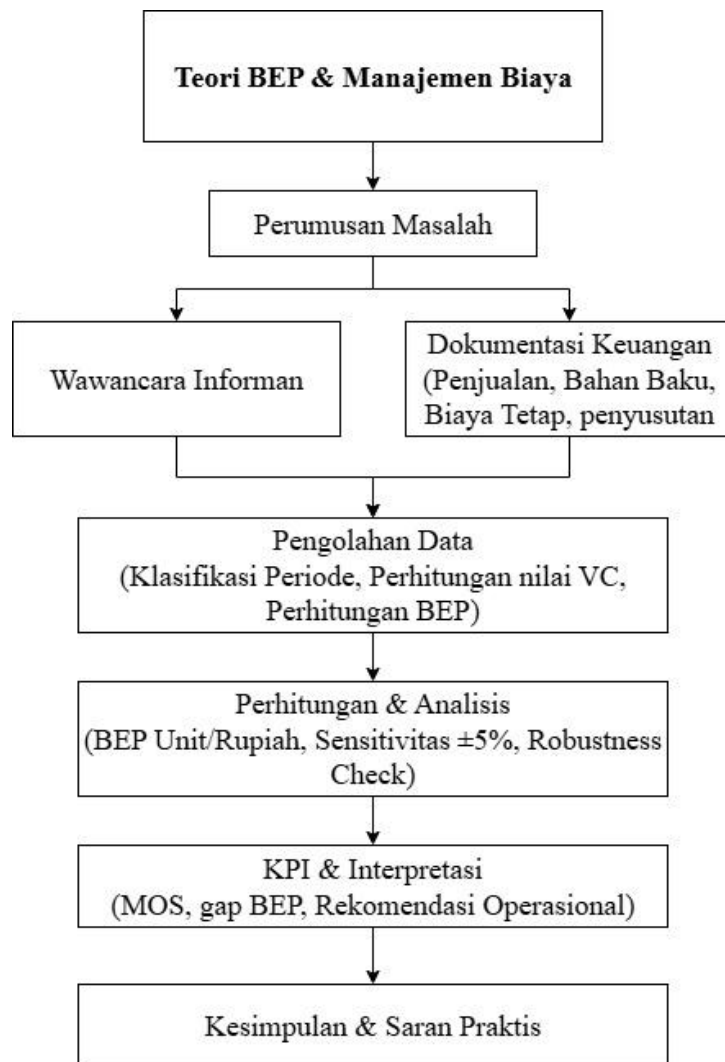
Gambar 2. 1 Kerangka Pikir Penelitian



Sumber: *Data Olahan Peneliti (2025)*

2.1.2 Kerangka Konseptual Penelitian

Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual Penelitian



Sumber: *Data Olahan Peneliti (2025)*