

ANALISIS BREAK EVEN POINT (BEP) DAN MARGIN OF SAFETY (MOS) SEBAGAI PERENCANAAN LABA PADA USAHA SAMBEL PECCEL DAPUR MBOK TI

Maula Nur Azizah¹, Ardyan Firdausi Mustoffa²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Email: azizahmaul144@gmail.com¹, ardyanfirdausiii@gmail.com²

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran krusial dalam perekonomian, namun seringkali menghadapi tantangan dalam perencanaan laba akibat fluktuasi harga dan persaingan pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan Break Even Point (BEP) dan Margin of Safety (MOS) sebagai alat perencanaan laba pada Usaha Sambel Pecel Dapur Mbok Ti. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Data yang dianalisis meliputi penjualan, biaya tetap, dan biaya variabel tahun 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tahun 2024, Usaha Dapur Mbok Ti memiliki total penjualan Rp 226.000.000 (22.600 unit), dengan biaya variabel total Rp 127.774.750 dan biaya tetap Rp 12.600.000. Titik impas (BEP) usaha ini adalah Rp 33.157.896 (1.998 unit), dan Margin of Safety (MOS) sebesar Rp 192.842.104 (85%). Untuk mencapai target laba Rp 100.000.000 pada tahun 2025, usaha ini perlu meningkatkan penjualan menjadi 29.654 unit. Analisis BEP dan MOS terbukti krusial dalam membantu UMKM ini merencanakan laba dan menjaga posisi keuangan yang aman.

Kata Kunci: Break Even Point, Margin Of Safety, Perencanaan Laba, UMKM.

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) have a crucial role in the economy, but often face challenges in profit planning due to price fluctuations and market competition. This study aims to apply the Break Even Point (BEP) and Margin of Safety (MOS) as profit planning tools in Dapur Mbok Ti's Sambal Pecel Business. The research method used is descriptive quantitative with data collection through interviews and documentation. The data analyzed include sales, fixed costs, and variable costs in 2024. The results show that in 2024, Dapur Mbok Ti's business had total sales of IDR 226,000,000 (22,600 units), with total variable costs of IDR 127,774,750 and fixed costs of IDR 12,600,000. The break-even point (BEP) of this business is IDR 33,157,896 (1,998 units), and the Margin of Safety (MOS) is IDR 192,842,104 (85%). To achieve its profit target of Rp 100,000,000 by 2025, this business needs to increase sales to 29,654 units. Break-even point (BEP) and margin of safety (MOS) analyses have proven crucial in helping this MSME plan profits and maintain a sound financial position.

Keywords: *Break-Even Point, Margin Of Safety, Profit Planning, MSME.*

A. PENDAHULUAN

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan fundamental dalam pembangunan ekonomi nasional Indonesia. Sektor ini tidak hanya menjadi tulang punggung perekonomian, tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap peningkatan ketahanan ekonomi lokal dan nasional, serta perubahan struktur sosial yang positif. Oleh karena itu, menciptakan iklim usaha yang kondusif bagi pertumbuhan UMKM merupakan salah satu tujuan utama pembangunan ekonomi di Indonesia. Setiap pelaku UMKM, secara inheren, memiliki tujuan utama untuk meraih keuntungan atau laba. Perolehan laba ini esensial untuk menjamin keberlangsungan operasional usaha mereka. Besaran laba yang dicapai seringkali menjadi indikator langsung seberapa efektif kinerja manajemen UMKM, yang juga sangat dipengaruhi oleh kapabilitas mereka dalam mengidentifikasi prospek dan peluang bisnis di masa depan.

Namun, dalam menjalankan operasional sehari-hari, UMKM kerap dihadapkan pada beragam tantangan yang berpotensi menghambat pencapaian tujuan laba. Tantangan ini mencakup, namun tidak terbatas pada, fluktuasi harga bahan baku, persaingan pasar yang semakin ketat, serta kebutuhan untuk mematuhi berbagai regulasi yang berlaku. Kondisi ini menuntut UMKM untuk memiliki strategi perencanaan yang matang. Mengingat peran vital UMKM sebagai salah satu motor penggerak ekonomi, keberhasilan mereka dapat dijadikan tolok ukur kondisi perekonomian suatu negara. Oleh karena itu, perencanaan laba yang efektif menjadi aspek krusial yang perlu dilakukan oleh manajemen perusahaan. Perencanaan laba ini, menurut Fauzi (2024), adalah implementasi keuangan baik untuk jangka pendek maupun panjang, yang dituangkan dalam bentuk proyeksi perhitungan laba rugi, modal kerja, dan neraca yang diantisipasi.

Dalam konteks perencanaan laba, korelasi antara pengeluaran, volume penjualan, dan laba, serta penentuan titik impas, merupakan metode yang sangat relevan. Salah satu alat analisis yang sering digunakan adalah Break Even Point (BEP), yang merujuk pada kondisi di mana pendapatan yang diperoleh setara dengan biaya yang dikeluarkan, sehingga perusahaan tidak mengalami keuntungan maupun kerugian (Liestiana, 2021). Pemahaman

terhadap titik impas ini memberikan manfaat signifikan bagi perusahaan, terutama dalam menghadapi kondisi pasar yang tidak menguntungkan. Selain BEP, Margin of Safety (MOS) juga merupakan metode penting dalam perencanaan laba. MOS adalah selisih antara penjualan yang dianggarkan dengan penjualan pada titik impas, yang berfungsi sebagai indikator tingkat keamanan terhadap penurunan penjualan (Garaika dan Feriyana, 2020). Dengan kata lain, MOS mengukur seberapa jauh penjualan dapat menurun sebelum perusahaan mulai menderita kerugian. Kedua analisis ini, BEP dan MOS, menjadi instrumen vital bagi UMKM untuk merumuskan strategi yang komprehensif dan memastikan keberlanjutan usaha di tengah dinamika pasar.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian Akuntansi Manajemen

Akuntansi manajemen didefinisikan sebagai informasi keuangan yang dihasilkan oleh manajemen suatu perusahaan atau organisasi. Informasi ini krusial dalam proses pengambilan keputusan keuangan serta pelaksanaan berbagai fungsi manajemen. Santoso (2023) lebih lanjut menjelaskan bahwa akuntansi manajemen merupakan bidang akuntansi yang menyajikan laporan-laporan spesifik dari entitas atau organisasi dengan tujuan utama mendukung pengambilan keputusan yang berkaitan dengan aspek keuangan.

Proses akuntansi manajemen melibatkan serangkaian tahapan yang komprehensif, mulai dari identifikasi, pengumpulan, pengukuran, pencatatan, analisis, interpretasi, hingga pelaporan kejadian-kejadian ekonomi suatu badan usaha. Seluruh proses ini dirancang untuk membantu pihak manajemen atau pegawai yang berkepentingan dalam menjalankan fungsi-fungsi inti seperti perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan. Achmad et al. (2022) menegaskan bahwa akuntansi manajemen pada intinya adalah proses identifikasi hingga pelaporan yang berorientasi pada pengambilan keputusan. Dengan demikian, akuntansi manajemen dapat dipahami sebagai penyedia informasi keuangan yang vital bagi akuntan dan pengambil keputusan lainnya.

2. Tujuan Akuntansi Manajemen

Tujuan utama akuntansi manajemen adalah menyajikan data-data penting yang berkaitan dengan informasi keuangan dan sumber daya bisnis. Destianan (2022) menekankan bahwa data-data ini harus disajikan dalam format yang mudah dipahami agar analisis dapat

dilakukan dengan baik. Secara garis besar, tujuan akuntansi manajemen meliputi dua aspek utama. Pertama, menyediakan informasi yang diperlukan untuk perhitungan biaya jasa, produk, atau objek lain yang ditentukan oleh manajemen. Kedua, menyediakan informasi yang mendukung fungsi perencanaan, pengendalian, pengevaluasian, dan perbaikan berkelanjutan, serta menjadi dasar bagi pengambilan keputusan strategis.

3. Pemakai Utama Akuntansi Manajemen

Pengguna utama data yang dihasilkan oleh akuntansi manajemen adalah pihak internal perusahaan, mencakup semua tingkatan manajemen. Manajer, baik di tingkat operasional maupun strategis, memanfaatkan data ini untuk membantu tugas-tugas inti mereka, seperti perencanaan strategis, pelaksanaan operasional, pengendalian kinerja, evaluasi hasil, dan pengambilan keputusan. Berbeda dengan akuntansi keuangan yang berorientasi pada pihak eksternal seperti pemerintah, kreditor, investor, dan pemilik usaha, akuntansi manajemen secara spesifik melayani kebutuhan informasi internal untuk efisiensi dan efektivitas operasional. Laporan keuangan dasar, seperti laporan arus kas, laba rugi, neraca, dan catatan atas laporan keuangan, yang merupakan produk akuntansi keuangan, lebih sering digunakan untuk keputusan investasi dan pinjaman oleh pihak eksternal (Sari, 2025).

4. Jenis Informasi Akuntansi Manajemen

Missah (2019) mengemukakan bahwa akuntansi manajemen berfungsi sebagai sistem alat yang menghasilkan jenis informasi spesifik. Informasi ini ditujukan secara eksklusif kepada pihak-pihak internal organisasi, seperti manajer keuangan, manajer produksi, dan manajer pemasaran, untuk mendukung pengambilan keputusan internal organisasi. Akuntansi manajemen melibatkan penerapan konsep dan metode yang tepat dalam mengelola data ekonomi masa lalu dan membuat proyeksi masa depan suatu usaha. Hal ini bertujuan untuk secara efektif membantu manajemen dalam penyusunan rencana dan pencapaian tujuan perusahaan.

B. Break Even Point (BEP)

1. Pengertian Break Even Point

Titik impas, atau yang lebih dikenal sebagai Break Even Point (BEP), merujuk pada kondisi di mana total pendapatan yang diperoleh perusahaan setara dengan total biaya yang dikeluarkan. Situasi ini umumnya diukur berdasarkan volume aktivitas, yaitu jumlah unit

produk yang berhasil terjual (Putri, 2023). Senada dengan itu, Siregar (2013) mendefinisikan BEP sebagai keadaan di mana jumlah pendapatan total yang diterima perusahaan sama dengan jumlah biaya total yang dikeluarkan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa BEP adalah kondisi di mana perusahaan tidak mencatat keuntungan maupun kerugian. Informasi mengenai titik impas ini sangat vital bagi manajemen dalam menentukan tingkat penjualan yang harus dicapai untuk memastikan keberlanjutan dan profitabilitas di masa depan.

2. Biaya Tetap

Biaya tetap merupakan komponen biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan yang tidak terpengaruh oleh perubahan volume produksi (Rusmayanti, 2021). Baru Harahap (2020) menambahkan bahwa biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya konstan meskipun terjadi perubahan volume produksi atau penjualan; bahkan jika perusahaan tidak beroperasi, biaya ini tetap ada. Meskipun volume produksi meningkat, total biaya tetap akan tetap sama. Dalam konteks produksi, biaya tetap selalu dibayarkan atau dikeluarkan tanpa mempertimbangkan jumlah unit yang diproduksi, baik saat perusahaan tidak memproduksi maupun saat memproduksi pada kapasitas maksimal. Secara total, biaya ini bersifat konstan, namun memiliki hubungan terbalik dengan unit yang diproduksi: semakin banyak unit yang dihasilkan, semakin kecil biaya tetap per unitnya.

3. Biaya Variabel

Berbeda dengan biaya tetap, biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah secara proporsional seiring dengan perubahan aktivitas produksi (Liestiana, 2021). Baru Harahap (2020) menjelaskan bahwa biaya variabel bertambah secara proporsional dengan volume produksi atau penjualan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa biaya variabel adalah biaya yang berfluktuasi seiring dengan perubahan aktivitas produksi atau volume penjualan, di mana total jumlahnya meningkat secara proporsional. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi volume produksi atau penjualan, semakin besar pula biaya variabel yang harus dikeluarkan. Contohnya termasuk biaya bahan baku langsung atau biaya overhead variabel yang terkait langsung dengan volume produksi.

4. Penjualan

Penjualan, menurut Selay (2023), adalah total jumlah yang dikenakan kepada pelanggan untuk barang dagangan yang dijual, sebelum dikurangi oleh berbagai biaya seperti pajak, biaya operasional, atau diskon. Pendapatan penjualan ini secara langsung mencerminkan total pendapatan yang dihasilkan dari seluruh aktivitas penjualan dalam periode waktu tertentu. Untuk meningkatkan pendapatan penjualan, perusahaan dapat menerapkan berbagai strategi pemasaran yang efisien, seperti menarik lebih banyak klien dan meningkatkan kesadaran merek. Selain itu, pengembangan produk baru atau peningkatan produk yang sudah ada, serta penetapan harga yang kompetitif dan pemberian diskon, juga dapat secara signifikan meningkatkan volume penjualan.

C. Margin of Safety (MOS)

Margin of Safety (MOS) merupakan konsep krusial dalam analisis keuangan yang didefinisikan sebagai selisih antara penjualan aktual atau yang diharapkan dengan volume penjualan pada titik impas (Putri, 2023). Istilah ini juga merujuk pada pendapatan yang diperoleh atau yang diperkirakan akan diperoleh perusahaan di atas titik impas. Dalam konteks analisis *break-even*, MOS berfungsi sebagai alat ukur sejauh mana penjualan dapat mengalami penurunan sebelum perusahaan mulai menderita kerugian. Dengan kata lain, MOS menetapkan batas risiko penurunan penjualan yang dapat ditoleransi tanpa mengakibatkan perusahaan kehilangan keuntungan atau mengalami kerugian (Winarsi & Martono, 2021).

D. Perencanaan Laba

Perencanaan laba adalah suatu bentuk perencanaan strategis yang esensial untuk mencapai tujuan perusahaan dan berfungsi sebagai alat ukur kinerja (Novianty, 2021). Aspek terpenting dalam perencanaan laba adalah proses pengambilan keputusan terkait penetapan target laba yang ingin dicapai, karena ini merupakan langkah awal dalam pelaksanaan bisnis. Choiriyah (2016) lebih lanjut menjelaskan bahwa perencanaan laba adalah rencana kerja yang telah diperhitungkan secara cermat, dengan implikasi keuangannya dinyatakan dalam bentuk proyeksi perhitungan rugi-laba, neraca kas, dan modal kerja untuk jangka panjang maupun pendek. Dengan demikian, perencanaan laba merupakan elemen vital dalam manajemen keuangan yang memandu perusahaan dalam merencanakan dan mengelola sumber daya untuk mencapai tujuan finansial yang diinginkan.

E. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merujuk pada jenis usaha yang dikelola oleh individu, keluarga, atau badan usaha dengan skala operasional yang relatif kecil. Suatu bisnis dapat dikategorikan sebagai UMKM apabila memenuhi kriteria tertentu, seperti batasan laba tahunan dan jumlah karyawan yang ditetapkan (Putri, 2023). Tinneke (2020) membedakan lebih lanjut: Usaha Mikro adalah usaha produktif milik individu atau badan usaha; Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif mandiri yang bukan anak perusahaan atau cabang dari usaha menengah atau besar; dan Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif mandiri yang juga bukan anak perusahaan atau cabang dari usaha kecil atau besar, serta memenuhi kriteria yang berlaku.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode ini dipilih untuk menggambarkan, meneliti, dan menjelaskan fenomena yang menjadi objek studi berdasarkan kondisi aktual, serta menarik kesimpulan yang didukung oleh data numerik. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menganalisis data secara sistematis dan objektif. Penelitian ini dilaksanakan di Usaha Sambel Pecel Dapur Mbok Ti, yang berlokasi di Dukuh Klanan RT 003 RW 002 Desa Grogol, Kecamatan Sawoo, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur. Usaha ini bergerak di bidang produksi sambel pecel dan dikenal mampu bersaing di pasar lokal dengan harga yang terjangkau. Proses pemasaran produk dilakukan melalui penjualan langsung di toko, pemesanan via WhatsApp, serta penitipan produk di toko kelontong lain. Pengumpulan data lapangan berlangsung selama kurang lebih tiga bulan, yaitu dari Mei hingga Juli 2025. Selama periode ini, peneliti melakukan observasi intensif di lokasi penelitian untuk memperoleh data yang relevan dan akurat.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara langsung dengan Ibu Suwati, selaku pemilik Usaha Sambel Pecel Dapur Mbok Ti. Menurut Sugiyono (2017), wawancara merupakan metode efektif untuk studi pendahuluan, identifikasi masalah, dan penggalian informasi mendalam dari responden. Selain itu, dokumentasi juga digunakan untuk mengumpulkan rekaman peristiwa, baik dalam bentuk tulisan maupun gambar. Dokumentasi mencakup gambaran umum UMKM, data perhitungan *Break Even Point* (BEP) dan *Margin of Safety* (MOS), serta informasi relevan

lainnya seperti foto rumah produksi, foto bersama pemilik, dan laporan keuangan sederhana usaha.

Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung dari sumbernya melalui wawancara dengan pemilik usaha, yang belum melalui proses pengumpulan oleh pihak lain (Riyanto & Mohyi, 2020). Sementara itu, data sekunder adalah data yang telah diolah oleh pihak lain sebelumnya, meliputi catatan biaya-biaya selama proses produksi dan dokumen penting lainnya. Data sekunder yang dimanfaatkan dalam penelitian ini mencakup penggunaan bahan baku, volume penjualan, harga jual, biaya variabel, dan biaya tetap dari bulan Juni hingga Desember. Seluruh data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis data deskriptif kuantitatif, yang melibatkan langkah-langkah perhitungan penjualan, biaya tetap, biaya variabel, margin kontribusi, BEP, MOS, serta perencanaan laba, yang hasilnya akan dibandingkan untuk mencapai tujuan penelitian dalam membantu perencanaan laba tahun 2025.

B. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah dan Profil Usaha

Usaha Sambel Pecel Dapur Mbok Ti, yang dimiliki oleh Ibu Suwati, mulai beroperasi pada tahun 2020. Usaha ini muncul dari keinginan seorang ibu rumah tangga untuk tetap produktif di tengah tantangan yang ditimbulkan oleh pandemi COVID-19. Dengan mengandalkan resep sambel pecel tradisional yang diwariskan dari keluarganya, Ibu Suwati melihat peluang untuk mengubah resep tersebut menjadi produk yang memiliki nilai jual. Pada awalnya, sambel pecel ini diproduksi dalam jumlah kecil untuk konsumsi keluarga dan kerabat, namun seiring berjalannya waktu, sambel ini mendapatkan banyak respon positif dari konsumen, baik dari segi rasa maupun aroma.

Kondisi laba usaha Dapur Mbok Ti mengalami fluktuasi, tetapi pada tahun 2024, laba usaha menunjukkan stabilitas karena semua aktivitas produksi berjalan sesuai rencana. Hal ini mencerminkan adanya perbaikan dalam sistem operasional dibandingkan tahun sebelumnya, di mana usaha ini menghadapi kendala dalam pengaturan jadwal produksi. Sebagai usaha rumahan yang melibatkan tenaga kerja lokal, produksi sangat dipengaruhi oleh kondisi lingkungan sekitar. Perubahan laba ini dipengaruhi oleh dua faktor utama: internal dan eksternal. Dari sisi internal, manajemen usaha berperan penting dalam keberhasilan pengelolaan, di mana pengaturan operasional dan sumber daya manusia menjadi kunci.

Sementara itu, dari sisi eksternal, tantangan datang dari pemanfaatan teknologi yang belum optimal dan persaingan pasar yang semakin ketat, yang memaksa usaha ini untuk terus beradaptasi agar tetap kompetitif.

Dengan adanya tantangan dan peluang yang dihadapi, Ibu Suwati terus berupaya untuk meningkatkan kualitas produk dan memperluas jangkauan pasar. Usaha Sambel Pecel Dapur Mbok Ti tidak hanya menjadi sumber pendapatan, tetapi juga simbol ketahanan dan kreativitas di tengah situasi yang sulit. Keberhasilan usaha ini menunjukkan bahwa dengan inovasi dan manajemen yang baik, sebuah usaha rumahan dapat berkembang dan memberikan dampak positif bagi komunitas sekitarnya.

Struktur Organisasi

Struktur organisasi di Usaha Sambel Pecel Dapur Mbok Ti sangat penting untuk menggambarkan pembagian tugas dan wewenang yang diperlukan dalam mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Di puncak struktur organisasi, terdapat pemilik usaha, Ibu Suwati, yang memiliki tanggung jawab besar atas keseluruhan operasional usaha. Ibu Suwati tidak hanya terlibat dalam pengambilan keputusan strategis yang berkaitan dengan arah dan visi usaha, tetapi juga bertanggung jawab dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran. Keputusan yang diambilnya akan mempengaruhi semua aspek usaha, mulai dari pengadaan bahan baku hingga strategi pemasaran yang digunakan untuk menjangkau konsumen.

Di bawah Ibu Suwati, terdapat posisi bendahara keuangan yang memiliki peran krusial dalam menjaga kesehatan finansial usaha. Tugas bendahara mencakup pencatatan pemasukan dan pengeluaran harian secara sistematis, pembuatan pembukuan sederhana yang memudahkan pemantauan keuangan, serta pengurusan pembayaran untuk bahan baku dan gaji karyawan. Dengan adanya bendahara yang kompeten, Ibu Suwati dapat lebih fokus pada pengembangan usaha dan strategi pemasaran, karena aspek keuangan telah dikelola dengan baik. Selain itu, karyawan juga memegang peranan penting dalam struktur organisasi ini. Mereka bertugas membantu proses produksi sambel pecel, mulai dari persiapan bahan baku hingga pengemasan produk yang siap dijual. Karyawan juga terlibat dalam distribusi sambel pecel ke berbagai toko dan pelanggan, sehingga memastikan produk sampai ke tangan konsumen dengan baik. Kerjasama yang baik antara pemilik, bendahara, dan karyawan sangat diperlukan untuk menciptakan sinergi yang positif dalam usaha ini. Dengan struktur

organisasi yang jelas dan pembagian tugas yang tepat, Usaha Sambel Pecel Dapur Mbok Ti dapat beroperasi dengan lebih efisien dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Alur Produksi

Alur produksi di Usaha Sambel Pecel Dapur Mbok Ti merupakan rangkaian tahapan sistematis yang dirancang untuk mengubah bahan baku menjadi produk akhir yang siap dipasarkan. Proses produksi dimulai dengan mempersiapkan bahan baku yang berkualitas, seperti kacang yang telah dipanggang, bawang yang sudah dikupas, dan cabai yang dipilih dengan cermat. Setiap bahan baku ini memiliki peran penting dalam menciptakan cita rasa sambel pecel yang khas dan lezat. Setelah semua bahan terkumpul, langkah selanjutnya adalah mencampurkan semua bahan tersebut dalam satu wadah. Proses pencampuran ini dilakukan dengan hati-hati untuk memastikan bahwa setiap bahan tercampur merata, sehingga menghasilkan sambel yang memiliki rasa yang seimbang.

Setelah proses pencampuran selesai, dilakukan penggilingan bahan tanpa menambahkan cairan lain, seperti air atau minyak, untuk menjaga keaslian rasa sambel. Penggilingan ini bertujuan untuk menghaluskan bahan-bahan sehingga menghasilkan tekstur sambel yang pas. Setelah proses penggilingan selesai, sambel yang telah dihaluskan didiamkan selama satu jam. Proses ini penting untuk memastikan sambel tidak terlalu lembek dan memiliki konsistensi yang ideal. Setelah didiamkan, sambel kemudian dikemas dalam plastik dengan berat 2 ons, yang merupakan ukuran yang praktis untuk konsumen.

Langkah terakhir dalam alur produksi adalah mendistribusikan sambel yang sudah dikemas ke berbagai toko kelontong dan pasar lokal. Proses distribusi ini dilakukan dengan memperhatikan kualitas dan kesegaran produk, sehingga sambel yang sampai ke tangan konsumen tetap terjaga kualitasnya. Dengan alur produksi yang terstruktur dan sistematis ini, Usaha Sambel Pecel Dapur Mbok Ti berkomitmen untuk memberikan produk sambel pecel yang tidak hanya enak, tetapi juga berkualitas tinggi, sehingga dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan.

Hasil Penelitian

Hasil wawancara dengan Ibu Suwati pada 18 Juli 2025 memberikan wawasan mengenai awal mula usaha, harga produk, biaya tetap dan variabel, serta strategi pemasaran yang digunakan. Ibu Suwati menjelaskan bahwa sambel pecel dijual dengan harga Rp 10.000 per kemasan, dan biaya tetap yang dikeluarkan meliputi gaji karyawan, transportasi, dan listrik.

Biaya variabel terdiri dari bahan baku yang bervariasi harganya. Dalam satu minggu, Ibu Suwati dapat menjual sekitar 200 bungkus sambel pecel, dan strategi pemasaran yang digunakan termasuk titip jual dan pemesanan melalui WhatsApp. Usaha Dapur Mbok Ti menjual sambel pecel dengan harga Rp 10.000 per kemasan dan melakukan produksi setiap tiga hari sekali. Dalam satu tahun, usaha ini melakukan produksi sekitar 113 kali, menghasilkan total penjualan sebanyak 22.600 pcs dengan total pendapatan mencapai Rp 226.000.000. Data penjualan menunjukkan konsistensi dalam produksi setiap bulan, yang berkontribusi pada stabilitas pendapatan.

Biaya variabel yang dikeluarkan oleh Usaha Dapur Mbok Ti selama tahun 2024 mencapai Rp 127.774.750, mencakup berbagai bahan baku. Sementara itu, biaya tetap yang dikeluarkan selama satu tahun adalah Rp 12.600.000, yang terdiri dari gaji karyawan, listrik, dan transportasi. Analisis biaya ini penting untuk memahami struktur biaya dan membantu dalam perencanaan laba. Analisis break even point (BEP) dilakukan untuk menentukan titik di mana total pendapatan sama dengan total biaya. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa Usaha Dapur Mbok Ti harus menjual 1.998 unit sambel pecel untuk mencapai titik impas. Dengan memahami BEP, usaha ini dapat merencanakan strategi penjualan dan pengeluaran dengan lebih baik. Margin of safety (MOS) menunjukkan seberapa jauh penjualan dapat turun sebelum usaha mengalami kerugian. Hasil analisis menunjukkan bahwa Usaha Dapur Mbok Ti memiliki margin keamanan sebesar Rp 192.842.104 atau 85%. Ini berarti usaha ini dapat mengalami penurunan penjualan hingga angka tersebut tanpa mengalami kerugian, memberikan gambaran tentang stabilitas keuangan usaha. Perencanaan laba yang baik sangat penting untuk mencapai target keuntungan. Usaha Dapur Mbok Ti menargetkan laba sebesar Rp 100.000.000 pada tahun 2025, yang memerlukan penjualan sebanyak 29.654 unit sambel pecel. Dengan perencanaan yang matang, usaha ini dapat meningkatkan produksi dan penjualan untuk mencapai target yang diinginkan.

C. KESIMPULAN

Kesimpulan

Penelitian terhadap usaha kecil dan menengah pada Sambel Pecel Dapur Mbok Ti, penelitian ini mengkaji titik impas dan *margin* keamanan dalam perencanaan laba. Data penjualan, biaya tetap, biaya variabel digunakan sebagai bahan dasar perhitungan dalam penelitian ini. Oleh karena itu peneliti dapat mengambil kesimpulan:

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa analisis break even point pada Usaha Sambel Pecel Dapur Mbok Ti memberikan gambaran yang jelas mengenai titik impas yang harus dicapai untuk menutupi semua biaya tetap dan variabel. Dengan mengetahui BEP, pemilik usaha dapat merencanakan strategi penjualan yang lebih efektif dan mengidentifikasi jumlah minimum penjualan yang diperlukan untuk mencapai profitabilitas. Hal ini juga membantu dalam pengambilan keputusan terkait pengelolaan biaya dan penetapan harga produk. *Break Even Point* pada Usaha Dapur Mbok Ti pada tahun 2024 sebesar Rp 33.157.896 atau sebanyak 1998 unit, artinya usaha dapur mbok ti mengalami titik impas atau tidak mengalami untung dan tidak mengalami rugi pada angka tersebut. Hasil analisis tersebut bisa dipakai UMKM untuk pedoman agar tidak mengalami kerugian dan hasil perhitungan juga bisa dipakai untuk acuan perencanaan laba.
2. Analisis *margin of safety* (margin keamanan) adalah alat penting Hasil analisis margin of safety menunjukkan bahwa Usaha Sambel Pecel Dapur Mbok Ti memiliki posisi keuangan yang relatif aman. Margin of safety yang tinggi mengindikasikan bahwa penjualan dapat menurun hingga batas tertentu tanpa mengakibatkan kerugian. Dengan demikian, pemilik usaha dapat lebih percaya diri dalam merencanakan pengeluaran dan investasi, serta menghadapi fluktuasi pasar yang mungkin terjadi. *Margin of Safety* Usaha Dapur Mbok Ti sebesar Rp 192.842.104 atau 0.85% angka ini merupakan angka yang bisa dipegang agar tidak mengalami kerugian secara cepat. Bisa diambil Kesimpulan semakin tinggi angka *Margin of Safety* maka semakin aman kondisi keuangan pada usaha tersebut.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, peneliti ingin memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
Universitas diharapkan dapat mendorong adanya kajian ilmu, menambah artikel, jurnal penelitian sesuai dengan tema analisis *Break Even Point* dan *Margin of Safety* dalam perencanaan laba.

2. Bagi Usaha Sambel Pecel Dapur Mbok Ti
 - a. Usaha Dapur Mbok Ti sebaiknya mengevaluasi pencatatan laporan keuangan yang mencakup data penting seperti biaya tetap, biaya variabel, serta melakukan pencatatan pengeluaran sekecil apapun, agar dapat digunakan untuk pengambilan keputusan di masa mendatang.
 - b. Meskipun hasil analisis break even point dan margin of safety serta proses perencanaan laba pada Usaha Dapur Mbok Ti sudah baik dan menunjukkan kondisi keuangan yang aman, perlu menerapkan analisis sesuai dengan prosedur yang dilakukan oleh peneliti agar target laba dapat tercapai.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan data historis yang lebih luas dan beragam, sehingga analisis dapat mencakup tren jangka panjang dan memberikan gambaran yang lebih akurat tentang perilaku penjualan dan biaya.
 - b. Menggunakan berbagai metode analisis, seperti analisis sensitivitas dan analisis skenario, dapat membantu peneliti memahami dampak dari perubahan variabel tertentu terhadap break even point dan margin of safety.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Fauzi, Prayogo, A., Hanna Luthfiana, Nurul Aulia Pertama, Putri Setyawati, & Sabrina Luna Rahellea. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Dalam Unit Yang Diperlukan Untuk Mencapai Target Laba Pada Perusahaan Dagang: Produk, Harga Dan Promosi (Literature Review Akuntansi Manajemen). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(5), 505–512. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i5/986>.
- Badriah, E., Faridah, E., & Nurwanda, A. (2023). Pengaruh Biaya Variabel Terhadap Margin Kontribusi. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 6(2), 377-384.
- Cahyanti, D. F., & Yuwono, C. (2024). ANALISIS BREAK EVEN POINT (BEP) SEBAGAI DASAR PERENCANAAN LABA BAGI MANAJEMEN. *Jurnal Tanbih*, 1(2), 23-32.
- Choiriyah, Vivin U, Moch. Dzulkirom AR & Raden Rustam Hidayat. (2016). *Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Penjualan Pada Tingkat Laba Yang Diharapkan (Studi Kasus pada Perhutani Plywood Industri Kediri Tahun 2013-2014)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* | Vol. .35 No. 1 Juni 2016

- Destiana, N. (2022). Akuntansi Manajemen. Diakses dari <https://majoo.id/solusi/detail/akuntansi-manajemen>.
- Fauzi, A., Rizal, A., Destirani, A., Angie, C. N., Alba'Its, M. W., Brampu, M. Z., & Aslamiyah, S. (2024). PENTINGNYA ANALISIS BREAK EVEN POINT (BEP) DALAM PENYUSUNAN RENCANA LABA UNTUK MANAJEMEN. *IJESM Indonesian Journal of Economics and Strategic Management*, 2(2).
- Hutagalung, R., & Aisyah, S. (2022). Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM). *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 2234–2243. <https://ummaspul.e-journal.id/JKM/article/download/3814/1374>.
- Ika, R., Pratiwi, K. D. R., Awalita, N., Adelia, C. I., Fajri, I. A. R., Ardayanti, D. E., ... & Rohim, R. (2024). PENETAPAN ALUR PRODUSI DALAM MENGENDALIKAN HASIL PRODUKSI USAHA JAMUR MERANG. *Majalah Ilmiah Pelita Ilmu*, 7(2), 116-124.
- 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.
- 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.
- Missah, L. N., Ilat, V., & Tirayoh, V. Z. (2019). Pengaruh karakteristik informasi akuntansi manajemen terhadap kinerja manajerial pada PT. Bank Sulutgo. *Indonesia Accounting Journal*, 1(2), 39-44.
- Putri, D. P. (2023). *ANALISIS BREAK EVEN POINT (BEP) DAN MARGIN OF SAFETY PADA UMKM WIJI KOPI KOTA TEGAL* (Doctoral dissertation, Politeknik Harapan Bersama).
- Rusmayanti, S. (2021). Break event point sebagai alat perencanaan laba pada jus jagung enak. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*, 6(2), 182-195.
- Santoso, A., Putri, A. K., Pratiwi, L., Purwanti, A., Ervina, N., Damayanti, D., ... & Indriany, Y. (2023). Akuntansi manajemen.

- Siregar, B., Suropto, B., Hapsoro, D., Lo Widodo, E., & Frasto, B. (2013). *Akuntansi Manajemen*. Salemba Empat.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Winarsih, W., & Martono, S. (2021). Analisis Break Even Point untuk Meningkatkan Tingkat Penjualan Rengginan Istimewa Cap Bawang di Kecamatan Pringsurat Kabupaten Temanggung. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(4), 676-682.