

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kegiatan ekonomi mengarah pada semua tindakan produksi, distribusi dan konsumsi barang ataupun jasa, yang dimana semua kegiatan ekonomi tersebut dapat meningkatkan daya dan taraf hidup masyarakat. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2020 yang mengatur Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah mendefinisikan usaha kecil sebagai kegiatan ekonomi kreatif mandiri dan usaha yang menguntungkan. Hal ini menunjukkan bahwa pemilik dan pelaksana perusahaan berasal dari individu atau entitas korporat yang berdiri sendiri dari unit bisnis lainnya, tidak terafiliasi dengan pemilik bisnis besar atau menengah, dan bukan anak perusahaan dari perusahaan lain (Akuntansi et al., 2024).

Jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) meningkat sebesar 1,7% pada tahun 2023 menjadi 65,5 juta unit usaha, menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM. Sembilan puluh tujuh persen dari jumlah ini adalah usaha mikro, dua persen adalah usaha kecil, dan satu persen adalah usaha menengah. Menurut angka dari Badan Pusat Statistik, UMKM menyumbang 61% dari PDB, atau 9.580 triliun. Angka ini 2,3% lebih tinggi dibandingkan tahun sebelumnya. Dengan UMKM yang menyumbang 97% dari seluruh lapangan kerja, sektor ini juga memberikan kontribusi signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja nasional. Ini menunjukkan bahwa UMKM merupakan fondasi ekonomi Indonesia dan sangat penting untuk penciptaan lapangan kerja (No Title, 2024).

Salah satu UKM di Indonesia adalah industri kafe, yang berkembang pesat di negara ini, terutama di kota-kota besar. Kemudahan dalam memperoleh izin usaha menjadi salah satu faktor yang mendorong meningkatnya minat pelaku usaha, baik berskala kecil maupun berskala besar untuk membiayai pendirian kafe (Kurniawan, 2022). Fenomena ini mencerminkan potensi pertumbuhan sektor industri makanan dan minuman yang semakin menjanjikan di berbagai wilayah.

Kafe dikenal dengan fasilitas seperti meja dan kursi yang terawat, sofa yang nyaman, serta beragam pilihan kopi dan makanan ringan. Suasana hangat yang diiringi musik menjadikan kafe tempat yang menarik bagi pelanggan dari berbagai kalangan usia, mulai dari remaja hingga lanjut usia (Rachmad Risqy Kurniawan, 2022).

Kafe mulai menjamur sejak tahun 2019 sampai saat ini. Penyebab kafe menjamur yakni pertama, tempatnya yang nyaman untuk berkumpul serta melepaskan penat setelah melakukan berbagai macam aktivitas. Kedua, harga yang ramah di kantong pelajar sebab pengunjung paling dominan di kafe adalah para anak sekolah. Ketiga, ketersediaan internet sebab menjadi elemen penting dalam menciptakan kenyamanan bagi pelanggan. Hal ini disebabkan oleh banyaknya pengunjung yang datang tidak hanya untuk bersosialisasi, tetapi juga untuk menyelesaikan tugas, mengerjakan proyek atau bekerja secara daring (Winarti, 2020).

Tabel 1.1

Daftar Kafe serta Jumlah Pengunjung di Kecamatan Rambah

No	Nama Cafe	Jumlsh Pengunjung Rata-Rata Per Hari	
		Hari Kerja	Hari Libur
1	D'House Cafe & Resto	<50	>80
2	Gievetrie Eatery & Drink (GED)	<60	>90
3	Zhe Café	<60	>90
4	Daycinno Cafe and Resto	<60	>90
5	The Lingkar Cafe abd Resto	<50	>85
6	Cafe Cowboy Rohul	<35	>60
7	Majestic Coffee	<50	>80
8	HBR Coffe & Resto	<50	>85

Sumber: Observasi Awal (2025)

Menurut data yang disajikan dalam tabel 1.1, jelas bahwa tingkat persaingan dalam sektor makanan dan minuman di Kecamatan Rambah sangat intens. Hal ini menunjukkan bahwa banyak kafe mengalami pertumbuhan, perkembangan, dan kesuksesan, sementara sebagian lainnya justru menghadapi tantangan hingga terpaksa menutup usahanya. Agar dapat bertahan di tengah persaingan bisnis seperti itu, para pengusaha tentu harus menawarkan produk yang berkualitas tinggi dan terjangkau bagi masyarakat setempat; lebih jauh, produk yang diproduksi harus mematuhi peraturan kesehatan, mencakup baik pengadaan bahan-bahan maupun metode pengolahan (Sinaulan, 2024)

Pengelolaan kafe harus menggunakan strategi yang baik untuk kelangsungan dan pengembangan bisnis. Cafe Cowboy Rohul menyediakan karaoke gratis untuk menjadikan daya tarik, sehingga pelanggan dapat terhibur

ketika sedang menunggu pesannya. Cafe Cowboy Rohul tidak hanya menjual kopi, tetapi juga menawarkan beberapa jenis ringan seperti kentang goreng, sosis goreng dan sebagainya. Di Cafe Cowboy Rohul juga terdapat menu makanan berat seperti ikan bakar, ayam bakar dan lain sebagainya.

Cafe Cowboy Rohul dengan tekun berusaha untuk terlibat dalam persaingan sehat dengan rekan-rekannya dalam industri yang sama dengan meningkatkan baik kuantitas maupun kualitas penawaran kuliner yang disediakan. Selain itu, para pengusaha tentunya mengharapkan peningkatan penjualan yang berkelanjutan untuk memfasilitasi pembentukan keuntungan dan mempertahankan usaha yang telah mereka dirikan. Oleh karena itu, alat analisis yang tepat diperlukan untuk mengukur peningkatan volume penjualan dan keuntungan, yang selanjutnya dapat meningkatkan proses pengambilan keputusan yang tepat.

Kesempatan khusus ini memiliki potensi untuk meningkatkan volume penjualan atau pendapatan perusahaan untuk mencapai ambang batas impas, sehingga memastikan bahwa perusahaan tidak mengalami kerugian maupun mendapatkan keuntungan. Jika penjualan melebihi ambang batas impas, penjualan yang dihasilkan akan menghasilkan keuntungan; sebaliknya, jika penjualan tidak mencapai ambang batas impas, perusahaan akan mengalami kerugian. Bahan baku yang digunakan dalam produksi kopi berisiko mengalami volatilitas harga akibat ketidakstabilan pasar, sehingga memerlukan perhitungan yang tepat mengenai Titik Impas (Kristianto et al., 2021)

Pemilihan Cafe Cowboy Rohul sebagai objek penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan. Salah satu alasan utamanya adalah karena Cafe Cowboy

Rohul memiliki target untuk memperoleh laba sebesar Rp5.000.000 namun, dalam menjalankan operasional bisnisnya Cafe Cowboy Rohul belum pernah melakukan analisis *Break Even Point* (BEP) atau titik impas, hal ini terbukti dari hasil wawancara peneliti dengan pemilik Cafe Cowboy Rohul. kafe ini berlokasi di Kecamatan Rambah, yang berdiri sejak Desember 2021 yang dibangun dan dikelola sendiri oleh pemiliknya. Analisis titik impas belum pernah dilakukan oleh Cafe Cowboy Rohul. Akibatnya, titik Impas di Cafe Cowboy Rohul adalah topik dari studi ini. Tujuan dari studi ini adalah untuk mengetahui tingkat BEP yang dicapai dalam perencanaan volume penjualan dan keuntungan di Cafe Cowboy Rohul, serta tingkat penjualan yang harus dicapai oleh usaha tersebut untuk mencapai keuntungan yang ditargetkan. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Cafe Cowboy Rohul dengan judul Analisis Titik Impas (BEP) berdasarkan informasi latar belakang yang diberikan di atas.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, rumusan dalam penelitian ini yaitu :
“Bagaimana keputusan perencanaan laba menggunakan metode *Break Even Point* pada Cafe Cowboy Rohul?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu untuk menganalisis penerapan *Break Even Point* dalam menentukan keputusan perencanaan laba pada Cafe Cowboy Rohul.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat bagi Peneliti

Penelitian ini berpotensi meningkatkan pemahaman dan memberikan kontribusi informasi yang bermanfaat dalam mendukung kemajuan pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Manajemen Ekonomi.

2. Manfaat bagi UMKM Cafe Cowboy Rohul

- a. Dapat membantu manajer kafe untuk mengetahui tingkat penjualan yang harus dicapai oleh Cafe Cowboy Rohul untuk memenuhi target laba yang diinginkan.
- b. Dapat membantu manajer untuk mengetahui tingkat BEP yang dicapai dalam perencanaan volume penjualan dan laba pada Cafe Cowboy Rohul

3. Manfaat bagi Universitas Pasir Pengaraian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkaya khasanah ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Manajemen Ekonomi, serta menjadi referensi bacaan dan acuan bagi mahasiswa lainnya.

4. Manfaat bagi Pihak Lain

- a. Hasil penelitian dapat menjadi dasar bagi pemerintah dan pemangku kepentingan dalam merumuskan kebijakan yang mendukung pengembangan UMKM
- b. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya di bidang yang sama, serta memberikan gambaran tentang dinamika UMKM di konteks yang berbeda.

- c. Membantu pengusaha lain untuk memahami analisis BEP sehingga bisa diterapkan pada usahanya

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan penelitian ini yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, dan sistematika penulisan

BAB II : LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

Bab ini memuat landasan teori mengenai *Break Even Point* (BEP), penelitian terdahulu dan kerangka berpikir

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini metode penelitian terdiri dari jenis penelitian, informan penelitian, sumber data dan teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis akan membahas hasil penelitian tentang Analisis BEP pada Cafe Cowboy Rohul

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi penutup yang meliputi kesimpulan dan saran-saran.

BAB II

LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Manajemen Biaya

Informasi mengenai manajemen biaya disusun untuk dimanfaatkan dalam pengelolaan perusahaan guna meningkatkan daya saing dan kesuksesan bisnis. Informasi ini difokuskan untuk mendukung berbagai fungsi utama dalam manajemen, seperti manajemen strategis, proses perencanaan dan pengambilan keputusan, pengendalian manajerial dan operasional, serta penyusunan laporan keuangan. Dalam hal ini, perencanaan dan pengambilan keputusan meliputi penyusunan anggaran, perencanaan laba, pengelolaan arus kas, serta keputusan lain yang berkaitan dengan aktivitas operasional perusahaan seperti penganggaran pembelian bahan baku, penjadwalan produksi, dan penetapan harga jual.

Pengendalian manajerial berfungsi sebagai alat evaluasi kinerja bagi manajer tingkat menengah yang dilakukan oleh manajer di level atas. Sementara itu, pengendalian operasional bertujuan untuk mengenali bagian-bagian operasional perusahaan yang belum berjalan secara efisien. Di sisi lain, penyusunan laporan keuangan dilakukan untuk memenuhi kewajiban pelaporan yang ditetapkan oleh industri sejenis atau asosiasi profesional yang terkait. Manajemen biaya sendiri merupakan sistem yang dirancang untuk menyediakan informasi yang bersifat keuangan seperti pendapatan dan biaya, serta informasi non-keuangan yang relevan seperti kualitas dan tingkat produktivitas. Tujuannya adalah membantu manajemen dalam mengidentifikasi peluang perbaikan,

merancang strategi, dan membuat keputusan operasional terkait perolehan serta penggunaan sumber daya organisasi. Sistem manajemen biaya juga bersifat terintegrasi karena memiliki keterkaitan dengan berbagai sistem lainnya, termasuk sistem perancangan dan pengembangan, pembelian dan produksi, layanan pelanggan, serta sistem pemasaran dan distribusi (*Penerbit, n.d.*)

Singkatnya, manajemen biaya merupakan suatu proses dalam merencanakan, memantau, dan mengendalikan pengeluaran perusahaan dengan tujuan mengoptimalkan keuntungan. Proses ini mencakup pengenalan, analisis, serta pengendalian berbagai biaya yang muncul selama kegiatan operasional dan produksi barang atau jasa (Ciputra, 2023)

2.1.1.1 Manfaat Manajemen Biaya

Manajemen biaya bermanfaat bagi manajemen untuk:

1. Metodologi perencanaan dan pengendalian dalam bidang manajemen biaya dapat digunakan untuk secara sistematis mengumpulkan dan meneliti metrik kinerja keuangan dan operasional yang berkaitan dengan kegiatan penting organisasi. Selain itu, hal ini juga berperan dalam memberikan umpan balik antara hasil aktual dengan target yang telah ditetapkan, serta membantu dalam menentukan langkah-langkah perbaikan apabila diperlukan.
2. Manajemen biaya berperan dalam membantu manajemen meningkatkan transparansi dan ketertelusuran biaya. Dengan sistem manajemen biaya, perusahaan dapat memperoleh informasi yang lebih akurat terkait asal-usul biaya. Khususnya pada perusahaan yang telah mengadopsi teknologi canggih, di mana biaya overhead sebagian besar berasal dari penggunaan teknologi,

sistem ini memungkinkan penelusuran biaya secara langsung ke aktivitas terkait, sehingga biaya tersebut dapat dialokasikan secara tepat ke produk atau proses yang menggunakan sumber daya tersebut.

3. Manajemen biaya turut mendukung manajemen dalam mengoptimalkan kinerja sepanjang daur hidup produk dengan menyediakan informasi terkait berbagai faktor yang memengaruhinya secara menyeluruh. Salah satu aspek penting dalam pendekatan daur hidup ini adalah mempertimbangkan kapitalisasi berbagai jenis biaya, yang dalam sistem biaya konvensional biasanya dicatat sebagai beban (expenses).
4. Manajemen biaya berperan penting dalam mendukung pengambilan keputusan oleh manajemen, terutama dalam lingkungan teknologi yang semakin otomatis, di mana sebagian besar biaya bersifat tetap terhadap produk. Dalam kondisi ini, manajemen membutuhkan alat yang fleksibel dan responsif untuk memastikan kelangsungan hidup organisasi serta pencapaian tujuannya. Sistem manajemen biaya dapat menyajikan informasi yang relevan untuk mendukung berbagai keputusan, seperti dampak desain produk terhadap biaya, pengelolaan kapasitas, keputusan antara membeli atau memproduksi sendiri dalam lingkungan yang padat modal, analisis untuk mempertahankan atau menghentikan suatu kegiatan, serta pemantauan terhadap keputusan-keputusan strategis lainnya.
5. Manajemen biaya juga berperan dalam mendukung proses pengelolaan investasi, terutama dalam konteks industri manufaktur modern yang memiliki ciri khas tersendiri. Pertama, investasi dilakukan dalam bentuk portofolio

proyek yang saling terkait, bukan sebagai proyek-proyek yang berdiri sendiri. Kedua, keberhasilan investasi ditentukan oleh pengendalian yang berkelanjutan, sehingga perlu dilakukan pemantauan secara terus-menerus agar manfaat yang telah direncanakan dapat terealisasi dengan baik.

6. Manajemen biaya berperan dalam membantu manajemen menggabungkan indikator kinerja non-keuangan ke dalam sistem pengukuran kinerja keuangan guna memastikan adanya konsistensi antara keduanya. Strategi bersaing seperti peningkatan kualitas, identifikasi aktivitas bernilai tambah dan tidak bernilai tambah, serta fleksibilitas operasional, merupakan elemen penting dalam mempertahankan daya saing perusahaan. Meskipun indikator-indikator tersebut umumnya diukur secara non-keuangan, sangatlah penting untuk menerjemahkannya ke dalam bentuk keuangan agar dapat dianalisis secara lebih menyeluruh dan selaras dengan tujuan perusahaan. Manajemen biaya juga memfokuskan perhatian pada aktivitas yang tidak memberikan nilai tambah, karena aktivitas tersebut menimbulkan biaya yang tidak efisien (*non-value added costs*) dan perlu dihilangkan.
7. Manajemen biaya membantu manajemen dalam mengelola berbagai tingkat otomasi yang diterapkan dalam proses manufaktur perusahaan, yang sering kali melibatkan berbagai tahapan teknologi canggih. Beberapa manfaat yang diberikan oleh manajemen biaya antara lain:
 - a) Memungkinkan pemanfaatan data secara fleksibel sesuai dengan karakteristik unik dari sistem otomasi yang digunakan;

- b) Mendukung penggunaan standar berbagi data (data-sharing) yang dapat dikembangkan lebih lanjut menuju manufaktur terintegrasi berbasis komputer (Computer-Integrated Manufacturing/CIM);
- c) Membantu dalam penyusunan laporan keuangan eksternal sesuai dengan prinsip akuntansi keuangan;
- d) Menerapkan konsep basis data (database) sehingga perusahaan dapat menggunakan satu sumber data untuk berbagai keperluan pelaporan;
- e) Mendukung pengendalian internal dengan memanfaatkan sistem manufaktur tanpa dokumen kertas (paperless), yang perlu dikembangkan sebagai bagian dari pendekatan pengendalian internal modern di luar metode tradisional.

Manajemen biaya juga memberikan manfaat dengan mendukung perusahaan dalam penerapan berbagai teknik manajemen modern, seperti Benchmarking, Total Quality Management, Continuous Improvement, Activity Based Costing dan Activity-Based Management, Reengineering, Theory of Constraints, Mass Customization, Target Costing, Life Cycle Costing, Value Chain, serta Balanced Scorecard.

2.1.1.2 Alur Kerja Manajemen Biaya

Alur kerja manajemen biaya terdiri dari empat tahapan berikut ini.

1. Resource Planning

Perencanaan sumber daya merupakan identifikasi sistematis dari sumber daya yang diperlukan yang penting untuk keberhasilan pelaksanaan dan penyelesaian proyek. Contoh ilustratif dari sumber daya tersebut meliputi

personel, peralatan, infrastruktur, kendaraan, atau mesin. Proses perencanaan sumber daya dilakukan pada tahap awal proyek, sebelum dimulainya pekerjaan nyata. Selama tahap awal ini, ditentukan jumlah personel yang dibutuhkan dan keahlian khusus yang diperlukan, selain mengidentifikasi peralatan yang akan digunakan selanjutnya.

2. Cost Estimation

Estimasi biaya merupakan proses sistematis untuk mengukur pengeluaran keuangan yang terkait dengan sumber daya yang diperlukan untuk pelaksanaan suatu proyek. Untuk melakukan perhitungan biaya secara efektif, sejumlah besar informasi diperlukan, termasuk tetapi tidak terbatas pada pengeluaran sumber daya (seperti remunerasi karyawan, akuisisi vendor, pengadaan server, penetapan harga material, dll.), durasi proyek yang diantisipasi, potensi risiko proyek, biaya proyek historis untuk berfungsi sebagai tolok ukur, dan indikator kesehatan keuangan terkait organisasi. Dapat dibilang bahwa estimasi merupakan fase paling sulit dalam manajemen biaya, karena memerlukan akurasi yang tepat sementara secara bersamaan mempertimbangkan banyak faktor penting lainnya, termasuk biaya tetap dan variabel, pengeluaran overhead, dan tren inflasi.

3. Cost Budgeting

Seiring kemajuan usaha, perhitungan biaya yang dialokasikan sebelumnya dapat menyimpang dari pengeluaran aktual yang dikeluarkan. Akibatnya, praktik penganggaran biaya digunakan untuk menyandingkan biaya yang

diproyeksikan dengan biaya yang direalisasikan, sehingga memungkinkan identifikasi segera dari potensi risiko pembengkakan anggaran.

4. Cost Control

Cost control adalah tahap terakhir dari manajemen biaya. Ini berkonsentrasi pada alasan dan cara biaya estimasi berbeda dengan biaya sebenarnya. Untuk memastikan bahwa proyek berjalan lancar dan terkendali seperti yang direncanakan, pengendalian biaya mencakup tindakan korektif jika terjadi peningkatan biaya.

Kemungkinan ada banyak tantangan, resiko, dan hal-hal tak terduga yang mungkin terjadi selama proyek yang sedang berlangsung, manajemen biaya adalah strategi penting bagi setiap bisnis. Dengan menerapkannya, Anda dapat mengurangi biaya sambil memastikan bisnis Anda tetap berada di jalur yang tepat.

2.1.2 Break Even Poin (BEP)

2.1.2.1. Pengertian *Break Even Poin* (BEP)

Break Even Point mewakili titik di mana perusahaan tidak menghasilkan laba atau mengalami kerugian, secara efektif mencapai keseimbangan. Secara khusus, ketika pendapatan dan pengeluaran seimbang, organisasi hanya mengembalikan modal yang diinvestasikan (sehingga tidak merealisasikan laba atau rugi) (Faradila, Nasution, dan Syafina 2023). Pentingnya *Break Even Point* dapat diartikulasikan sebagai berikut: 1) *Break Even Point* membantu manajemen dalam perumusan anggaran; 2) *Break Even Point* berfungsi sebagai alat untuk menyusun strategi keuntungan yang diantisipasi; 3) Ini menjelaskan kapasitas organisasi untuk mengelola biaya dan menggambarkan batas-batas temporal di

mana perusahaan tidak mengalami untung atau rugi; 4) Ini memberikan wawasan tentang komposisi biaya tetap dan variabel; dan 5) Ini menjelaskan konsekuensi dari perubahan harga jual, biaya, dan volume penjualan.

Menurut Alwi (2009:265) *Break Even Point* mengacu pada skenario dimana, selama kegiatan operasional suatu perusahaan, organisasi tidak menghasilkan laba atau menimbulkan kerugian. Mulyadi (2007) menjelaskan bahwa: “titik impas adalah suatu kondisi dimana suatu perusahaan tidak menyadari laba atau mengganggu kerugian”, dalam istilah lain, bisnis dianggap berada pada titik impas ketika total pendapatan setara dengan total biaya. Hansen dan Mowen (2011) menegaskan bahwa “*Break Even Point* diidentifikasi sebagai titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya, menghasilkan laba nol.”

Analisis titik impas biasanya membekali para pemimpin organisasi dengan wawasan mengenai dinamika rumit di antara pengeluaran, jumlah penjualan, dan margin keuntungan yang dihasilkan yang dapat dicapai pada ambang penjualan tertentu. Akibatnya, analisis impas sering ditetapkan sebagai penilaian biaya dan laba (Nurkholisa, Idris, & Prasasti, 2024).

Analisis *Break Even Point* dapat membantu manajer membuat keputusan tentang hal-hal berikut:

1. Perusahaan harus mempertahankan jumlah penjualan tertentu agar tidak mengalami kerugian.
2. Jumlah penjualan yang harus dilakukan untuk mendapatkan keuntungan tertentu.

3. Seberapa jauh penjualan harus turun agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
4. untuk mengetahui bagaimana keuntungan yang akan diperoleh dipengaruhi oleh perubahan harga jual, biaya, dan volume penjualan.

Break Even Point didefinisikan sebagai tingkat penjualan dan pendapatan di mana total biaya sepenuhnya dicocokkan, sehingga tidak menghasilkan laba atau rugi bagi perusahaan (Pelu et al., 2021).

Rumusan untuk menghitung BEP = titik impas

a. BEP atas dasar Unit

$$\text{BEP} = \text{TR} - \text{TC}$$

$$\text{TR} - \text{TC} = 0$$

$$(\text{Unit Price} \times Q) - \text{TC} = 0$$

$$(\text{Unit Price} \times Q) - (\text{VC} + \text{FC}) = 0$$

$$(\text{Unit Price} \times Q) - (Q \times \text{Unit VC} + \text{FC}) = 0$$

$$(\text{Unit Price} \times Q) - (Q \times \text{Unit VC}) - \text{FC} = 0$$

$$(\text{Unit Price} \times Q) - (Q \times \text{Unit VC}) - \text{FC} = 0$$

$$Q = \frac{\text{FC}}{(\text{Unit Price} - \text{Unit VC})}$$

Sehingga diperoleh rumus sebagai berikut :

$$\text{BEP (Q)} = \frac{\text{FC}}{\text{P} - \text{VC}}$$

Keterangan :

FC = Biaya Tetap

VC = Biaya variabel per unit

P = Harga jual per unit

b. BEP atas dasar Rupiah

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{FC}{1 - \frac{VC}{S}}$$

Keterangan :

FC = Biaya tetap

VC = Biaya variabel

S = Volume penjualan

2.1.2.2. Manfaat Analisa *Break Even Point* Dalam Pengambilan Keputusan

Disebabkan anggaran organisasi berfungsi sebagai instrumen penting untuk manajemen dalam perencanaan dan pengawasan strategis, penerapan alat analistik *Break Even Point* dalam kerangka penganggaran memerlukan pemanfaatan data anggaran. Akibatnya, tingkat *Break Even Point* yang dihasilkan akan berfungsi sebagai perkiraan ambang batas untuk operasi di masa depan.

Jika sebuah organisasi bercita-cita untuk mencegah kerugian finansial, sangat penting bahwa manajemen memahami ambang batas penurunan penjualan yang dapat diterima. Selain itu, ambang batas yang dipertimbangkan dapat dipastikan melalui penerapan analisis *Break Even Point*, yang berfungsi untuk menggambarkan volume penjualan yang diantisipasi. Namun, akan lebih akurat untuk menegaskan bahwa volume penjualan yang dicapai oleh perusahaan tidak hanya ditentukan oleh perhitungan teoritis, tetapi lebih dipengaruhi oleh perusahaan tersebut sebagai tanggapan terhadap lanskap persaingan yang dihadapi dalam lingkungan penjualan. Dalam kondisi pasar dimana pembeli sebagian besar memberikan pengaruh, penetapan tujuan penjualan dalam kaitanya dengan

konteks kompetitif dapat terbukti lebih menguntungkan dari pada metodologi alternatif.

Dalam hal ini, analisis *Break Even Point* berperan penting dalam mengvaluasi kelayakan pencapaian target penjualan tertentu dalam kaitannya dengan profitabilitas, serta menentukan sejauh mana fluktuasi penjualan dapat diakomodasi. Selain itu, analisis komprehensif ini juga dapat digunakan untuk memastikan volume penjualan yang diperlukan yang harus direalisasikan dalam kondisi tertentu, seperti penjualan yang menghasilkan tingkat keuntungan yang telah ditentukan. Volume penjualan yang diperlukan yang harus dicapai akan sesuai dengan penjualan. Baik dalam bisnis jasa maupun manufaktur, *Break Even Point* sangat penting untuk mencegah kerugian. Di antara keuntungan BEP adalah:

1. Alat perencanaan untuk hasikan laba
2. Memberikan informasi mengenai berbagai tingkat volume penjualan, serta hubungannya dengan kemungkinan memperoleh laba menurut tingkat penjualan yang bersangkutan.
3. Mengevaluasi laba dari perusahaan secara keseluruhan.
4. Mengganti sistem laporan yang tebal dengan grafik yang mudah dibaca dan dimengertii

Setelah mengetahui betapa bermanfaatnya BEP untuk usaha yang sedang dirintis, komponen yang berperan adalah biaya. Biaya tetap dan variabel adalah biaya yang dimaksud, dan memisahkan antara keduanya tidak mudah.. Biaya tetap

adalah biaya yang harus dikeluarkan untuk produksi, sedangkan biaya variabel adalah biaya yang harus dikeluarkan untuk menghasilkan.

2.1.3 Perencanaan Laba

2.1.3.1. Pengertian Perencanaan Laba

Proses dasar yang digunakan untuk memilih tujuan dan menentukan cakupan pencapaiannya dikenal sebagai perencanaan. Untuk mencapai tujuan yang diinginkan, perencanaan adalah tindakan untuk mengintegrasikan suatu organisasi sebagai suatu sistem. Memproduksi barang dan jasa dalam jumlah yang lebih kecil dari kebutuhan dapat mengganggu operasi bisnis. Memproduksi barang dalam jumlah yang lebih besar dari kebutuhan penjualan dapat menyebabkan dana menganggur dan tersimpan di dalam persediaan barang, yang meningkatkan risiko kerusakan persediaan.

Memproduksi produk dalam jumlah yang sama dengan jumlah penjualan meningkatkan risiko yang dihadapi perusahaan dalam menjamin kelancaran penjualan pada periode berikutnya. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu memproduksi produk sesuai kebutuhan dengan mempertimbangkan jumlah penjualan yang direncanakan dan persediaan yang tersedia pada akhir periode untuk memastikan bahwa produk tersedia pada periode berikutnya.

Perencanaan laba termasuk menentukan sumber pendapatan utama, memodelkan pendapatan dari penjualan suatu produk, dan mengatur anggaran untuk biaya operasional dan investasi (horngren, et al., 2019). Untuk membuat rencana kerja dan melakukan evaluasi lebih mendalam, manajemen, terutama divisi keuangan, dapat menggunakan komponen analisis biaya, volume, laba atau

analisis biaya, volume, laba. Hal ini karena analisis perencanaan laba dapat menggambarkan tingkat penjualannya yang seharusnya dianggarkan perusahaan untuk mencapai sejumlah laba tertentu (Assa, 2013)

Perencanaan pada dasarnya adalah kegiatan menentukan apa yang akan terjadi dimasa depan. Memutuskan berbagai pilihan dan menetapkan kebijakan yang akan diterapkan dimasa depan adalah dua tugas penting manajemen dalam perencanaan. Laba yang diperoleh adalah ukuran yang sering digunakan untuk menilai seberapa berhasil manajemen perusahaan. Perencanaan laba, juga disebut sebagai perencanaan laba, adalah pembuatan rencana operasi untuk mencapai tujuan dan cita-cita perusahaan. Laba sangat penting dalam perencanaan karena tujuan utama perusahaan adalah laba yang memuaskan. Karena ada kekuatan eksternal yang memengaruhi bisnis, seperti perubahan teknologi, tindakan pesaing, ekonomi, demografi, cuaca, wabah virus corona, selera dan pilihan pelanggan, perilaku sosial, dan faktor politik, perencanaan laba yang baik sangat sulit (Nursanty et al., 2022).

Rencana kerja yang telah dipertimbangkan dengan cermat dan digambarkan secara kuantitatif dalam laporan keuangan untuk jangka pendek dan jangka panjang disebut perencanaan laba (Jubaedah 2020). Perencanaan laba juga meningkatkan peluang untuk membuat keputusan yang akan mempengaruhi kinerja di masa depan (Muhammad Elvan 2021). Manajemen harus mempertimbangkan hal-hal berikut saat menentukan tujuan atau sasaran laba mereka (Rakhmawati and Nikmah 2022):

1. Hasil keuangan, baik laba atau rugi, yang timbul dari volume penjualan tertentu,
2. Pendapatan penjualan agregat dialokasikan untuk mengimbangi semua pengeluaran operasional sekaligus memastikan margin keuntungan yang wajar untuk pencairan dividen dan untuk memenuhi kebutuhan masa depan.
3. *Break Even Point*,
4. Jumlah kumulatif penjualan yang dapat dicapai dalam batas-batas kapasitas operasional yang ada,
5. Tingkat kegiatan yang terlibat dalam menghasilkan laba bersih,
6. Pemulihan modal yang diinvestasikan (Husna et al., 2024)

2.1.3.2. Hubungan *Break Even Point* (BEP) dengan Perencanaan Laba Analisis

Analisis titik impas adalah cara untuk mengetahui berapa banyak penjualan yang diperlukan untuk menutupi biaya. Analisis *Break Even Point* memperhatikan komponen berikut, biaya produksi, volume jual, harga jual, biaya variabel, biaya tetap, dan laba rugi. Ini juga menunjukkan apakah bisnis dalam keadaan impas atau tidak. Selain itu, secara signifikan membantu manajemen dalam proses perencanaan strategis dan pengambilan keputusan. Jika salah satu asumsi fundamental mengalami perubahan, akibatnya akan mempengaruhi ambang batas impas, sehingga berdampak pada profitabilitas organisasi..

Menganalisis perubahan harga jual, harga pokok, dan besarnya hasil penjualan atau tingkat produksi, analisis *Break Even Point* adalah alat untuk merencanakan penjualan dan memperkirakan tingkat produksi agar perusahaan

tidak mengalami kerugian yang signifikan. Selain itu, perusahaan harus memproduksi lebih dari BEP nya untuk memperoleh keuntungan (Prawirasentono, 1977). Oleh karena itu, pendapat-pendapat di atas adalah landasan analisis titik impas. Jika salah satu pendapat berubah, itu akan berdampak pada posisi break even dan laba perusahaan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No .	Nama Tahun	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	(Nurkholisa, Idris, Budi, et al., 2024)	Analisis <i>Break Even Point</i> (BEP) dan Margin Of Safety (MOS) dalam Keputusan Perencanaan Laba pada Kedai Kopicab Bandar Lor	Kuantitatif	Hasil penelitian yaitu Kedai Kopicab menginginkan kenaikan ke tiga tahun kedepan 10% setiap tahunnya dan memperoleh nilai BEP pada tahun 2024 sebesar Rp 68.734.132, tahun 2025 sebesar Rp 71.461.209, dan pada tahun 2026 sebesar Rp 74.738.514.
2	(Sinaulan, 2024)	Analisis Titik Impas dan Margin of Safety sebagai Sarana Perencanaan Laba (Kajian Kasus Rumah Makan Sate Bu Haji)	Kuantitatif	Menurut data yang telah dianalisis oleh penulis, titik impas dalam satuan rupiah dan unit adalah 225 porsi, yang menghasilkan total pendapatan sebesar 7.890.465. Selain itu, penulis menemukan nilai margin keamanan sebesar 2.609.535, atau setara dengan 25%.
3	(Husna et al., 2024)	Analisa BEP dan MOS sebagai Alat Perencanaan Laba pada UMKM di Toko Berlian Pancing	Kuantitatif	Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kemampuan untuk menentukan tingkat biaya yang dikeluarkan sebelum mencapai

No .	Nama Tahun	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				profitabilitas dengan menggunakan konsep <i>Break Even Point</i> dan <i>Margin of Safety</i> .
4	(Kristianto et al., 2021)	Analisis “ <i>Break Even Point</i> (BEP)” Pada Kangen Café di Masa Pandemi	Kualitatif	Temuan yang berasal dari prinsip Kangen Cafei menunjukkan bahwa strategi dalam era kontemporer ini dapat berfungsi secara efektif sambil mempertahankan keseimbangan di tengah-tengah banyak pesaing. Di hadapan pesaing, menjadi semakin menantang bagi pengusaha untuk menemukan metode inovatif untuk memajukan perusahaan mereka.
5	(Penelitian et al., 2024)	Analisis <i>Break Even Point</i> (BEP) pada Usaha Healty Juice di Kelurahan Klawuyuk Kota Sorong	Kuantitatif	Temuan yang diperoleh dari penyelidikan ini menunjukkan bahwa proses perencanaan laba pada bulan Februari mengalami peningkatan yang signifikan.
6	(Kerupuk et al., 2023)	Analisis <i>Break Even Point</i> (BEP) Dalam Perencanaan Laba Pada Pabrik Kerupuk Sri Rasa Di Bengkulu	Kuantitatif	Hasil analisis menunjukkan bahwa metode <i>Break Even Point</i> (BEP) adalah alat yang tepat untuk digunakan dalam perencanaan laba di pabrik kerupuk Sri Rasa di Bengkulu. Metode ini dapat digunakan untuk menentukan titik impas pada penjualan.
7	(Bep et al., 2024)	Analisis BEP, NPV, PP, dan PI Pada UMKM Gym Amora	Kuantitatif	Temuan penelitian menunjukkan bahwa Amorai Gym membutuhkan minimal 3.075 anggota untuk mencapai ambang batas

No .	Nama Tahun	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				impas. Dengan periode pengembalian investasi yang diperpanjang hingga sepuluh tahun dan dua bulan, hasil analisis nilai tambah mengungkapkan bahwa setelah 16 tahun beroperasi, inisiatif menghasilkan nilai tambah yang menguntungkan yang tercermin dalam indeks laba 1.023, meskipun laba relatif sederhana.
8	(Putri & Susena, 2017)	<i>Break Even Point Analysis in Determining Profit in Pempek RR Pagar Dewa Business Bengkulu City</i>		Temuan investigasi dan wacana selanjutnya menunjukkan bahwa Break-Even Point (BEP) dalam Artificial Intelligence (AI) untuk tahun 2016 ditetapkan pada 5.902 unit atau 46.896.551, disertai dengan rasio kontribusi 28,8%, margin laba operasional 24,26%, dan persentase margin keamanan 84,26%. Pada tahun 2017 berikutnya, BEP dilaporkan sebesar 5.196 unit atau 41.212,121, dengan Indeks Pengembalian Penjualan (RASI) menyumbang 32,7%, dan margin laba operasi meningkat menjadi 28,5%, di samping tingkat margin keamanan 87,17%.
9	(Enterprise et al., 2023)	<i>Analisa Break Even Point (BEP) dalam Pengembangan</i>		

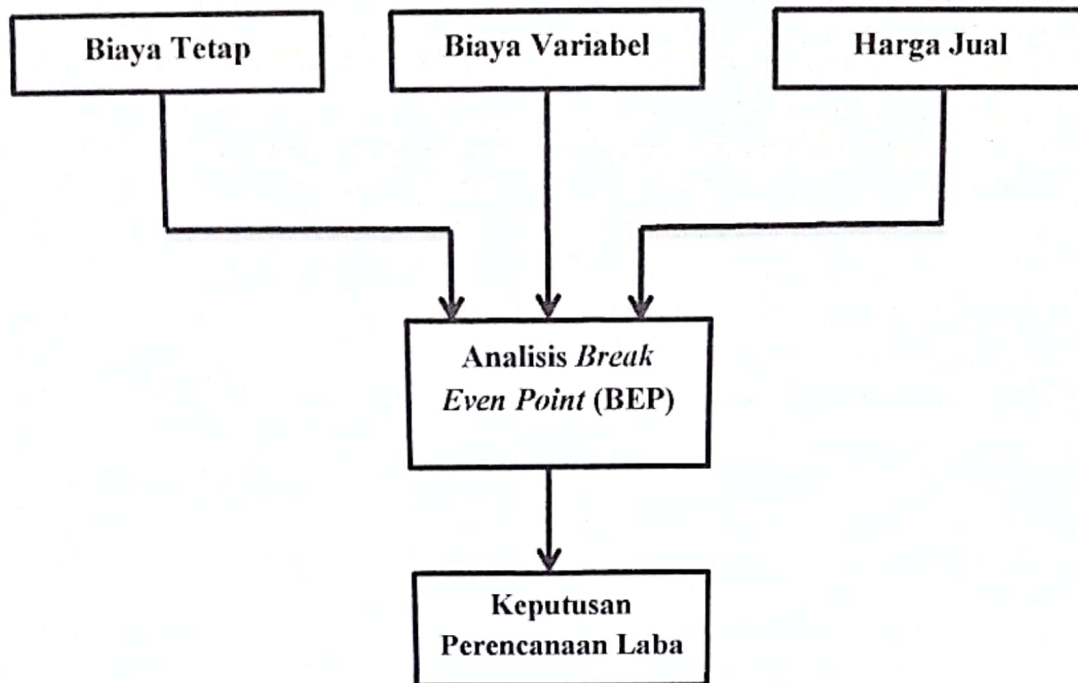
No .	Nama Tahun	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		Produk UMKM Argowisata Dusun Bolu Kecamatan Seyagen Sleman		
10	(Dwintara et al., 2023)	Analisis <i>Break Even Point</i> (BEP) dalam Perencanaan Laba UMKM (Studi : Ayam Geprek Nur Kecamatan Pontianak Barat, Pontianak)	Mix Method	Seperti yang terjadi pada usaha Pempek RR Kota Bengkulu, analisis BEP bermanfaat sebagai alat perencanaan laba karena dapat menentukan tingkat laba yang diinginkan pada tahun 2020 berdasarkan Titik BEP tahun 2016, 2017, 2018, dan 2019. Ini memungkinkan untuk menentukan apakah laba yang diinginkan akan dicapai melalui penjualan baik dalam unit maupun rupiah.

2.3. Kerangka Pemikiran

Perencanaan laba sangat membantu manajemen pada setiap unit bisnis dalam merencanakan aktivitas operasionalnya. Perencanaan laba dapat dilakukan salah satunya dengan menggunakan analisis *Break Even Point* (BEP) atau titik impas. Menurut (Lestari dan Permana, 2017). Titik impas (*Break Even Point*) adalah titik ketika jumlah pendapatan dari penjualan sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan. Dengan kata lain, titik ini adalah di mana keuntungan mempunyai nilai nol.

Mengingat teori-teori yang telah diartikulasikan, dapat disimpulkan bahwa analisis *Break Even Point* berfungsi sebagai instrumen berharga untuk perencanaan laba serta dapat menyajikan informasi-informasi terkait dengan harga

jual, volume penjualan, biaya tetap, dan biaya variabel yang dikeluarkan. Oleh karena itu, berikut ini adalah kerangka pemikiran dari Cafe Cowboy Rohul dalam menganalisis *Break Even Point* untuk perencanaan laba:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas dapat disimpulkan bahwa untuk merencanakan laba, Cafe Cowboy Rohul harus mengklasifikasi biaya variabel dan tetap terlebih dahulu sebelum menghitung titik impas. Dengan titik impas, Cafe Cowboy Rohul dapat mengetahui berapa penjualan yang harus dilakukan agar tidak menderita kerugian. Analisis *Break Even Point* memudahkan dalam menganalisis faktor yang memengaruhi pencapaian laba perusahaan di masa yang akan datang.

2.4.Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah di uraikan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah diduga *Break Even Point* dapat digunakan dalam mengambil keputusan perencanaan laba di pada Cafe Cowboy Rohul.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Ruang lingkup Penelitian

Bingkai penelitian disebut ruang lingkup penelitian, yang mendefinisikan batas penelitian dan mempersempit masalah dengan membatasi ruang lingkup penelitian (Aziz, 2023). Harus ada batasan yang jelas pada ruang lingkup penelitian ini, yaitu tentang *Break Even Point* (BEP) dalam Keputusan Perencanaan Laba pada Cafe Cowboy Rohul, agar tugas akhir ini dapat dilakukan dengan benar dan tidak menyimpang.

Penelitian ini dilakukan di Cafe Cowboy Rohul. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei lapangan, yakni teknik pengumpulan data dengan melakukan kunjungan langsung ke lokasi penelitian untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Pada penelitian ini, data diperoleh dari pemilik Cafe Cowboy Rohul yang berada di Kecamatan Rambah. Melalui pendekatan kuantitatif tersebut, peneliti akan mengolah dan menganalisis data yang meliputi pendapatan, volume penjualan, berbagai jenis biaya (biaya tetap dan biaya variabel), serta harga jual produk periode 2024.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi Penelitian

Renggo & Kom (2022) dalam bukunya memaparkan bahwa populasi merupakan sekumpulan dari data yang begitu banyak maupun luas dalam sebuah penelitian (Nurkholisa, Idris, Budi, et al., 2024). Berdasarkan pemaparan definisi

tersebut populasi dalam penelitian ini yaitu laporan penjualan dan pengeluaran (*cash flow*) yang dimiliki oleh Cafe Cowboy Rohul pada tahun 2024.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sugiyono menyatakan bahwa sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil dari sebagian data yang dianggap dapat mewakili populasi secara keseluruhan (Salma, 2023). Sampel dalam penelitian ini yaitu data penjualan menu Chicken Steak Bakar (makanan) dan data penjualan menu Ice Coffe Latte (minuman) serta data pengeluaran (*cash flow*) pada tahun 2024

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah: KBBI mendefinisikan "kuantitatif" sebagai "berdasarkan jumlah atau banyaknya". Penelitian yang mengumpulkan banyak data disebut data kuantitatif (Nanda, 2024). Data kuantitatif berkaitan dengan informasi yang digunakan atau dievaluasi melalui skala numerik atau kuantitatif.

Sugiyono membagi jenis data menjadi dua: kuantitatif dan kualitatif. Penelitian ini menggunakan metodologi teknik kuantitatif. Data penelitian dikumpulkan, diproses, dan dianalisis. Menurut sumbernya, data yang dikumpulkan berasal dari data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Sugiyono mengemukakan bahwa sumber data primer mencakup wawancara, yang dilakukan dengan peserta penelitian, menggunakan metodologi observasional dan observasional langsung, yang kemudian diberikan kepada pengumpul data atau peneliti. Sumber data penelitian ini berasal dari wawancara yang dilakukan peneliti dengan pemilik Cafe Cowboy Rohul dan juga pegawai tetapnya. Namun, hasil wawancara ini bukan sumber data utama dalam penelitian ini.

2. Data Sekunder

Menurut Hardani (2020), sumber data sekunder berasal dari berbagai literatur, termasuk buku, jurnal, dan bacaan lainnya. Dalam penelitian ini, sumber data sekunder berasal dari data penjualan dan data pengeluaran Cafe Cowboy Rohul tahun 2024.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang diperlukan adalah data sekunder dan data primer. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber lain atau secara tidak langsung melalui media perantara. Sebelum digunakan, data sekunder akan diolah dan diedit terlebih dahulu. Biasanya, data sekunder berasal dari data yang telah dikumpulkan oleh individu lain atau suatu organisasi seperti data pasar atau data sensus penduduk. Akibat mudah diakses dan hemat biaya, data sekunder sering digunakan dalam penelitian dibandingkan data primer karena peneliti harus turun langsung ke lapangan untuk mengumpulkan data primer (Maulana, 2023).

Data yang langsung dikumpulkan dari sumber dan diberikan kepada peneliti atau pengumpul data disebut data primer. Sugiyono juga berpendapat bahwa wawancara dengan subjek penelitian, baik secara pengamatan maupun observasi, adalah sumber data primer. Data primer dalam penelitian ini yaitu hasil wawancara peneliti kepada pemilik Cafe Cowboy Rohul dan pegawai tetapnya.

Dalam konteks penelitian ini, data primer digunakan sebagai pelengkap data sekunder, yang diperoleh melalui pencarian dan pengumpulan informasi dari sumber-sumber eksternal perusahaan. Sumber data sekunder mencakup literatur, catatan serta dokumen-dokumen yang memiliki relevansi dengan permasalahan penelitian. Sedangkan, data sekunder pada penelitian ini yaitu data penjualan dan data pengeluaran Cafe Cowboy Rohul tahun 2024.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono, fase paling penting dalam penyelidikan ilmiah berkaitan dengan metodologi yang digunakan untuk akuisisi data, karena data merupakan tujuan mendasar penelitian (Luqman Hakim, 2024). Teknik pengumpulan data yang diterapkan peneliti pada Cafe Cowboy Rohul meliputi beberapa metode sebagai berikut :

1. Wawancara

Peneliti akan melakukan sesi tanya jawab secara langsung dengan pemilik usaha dan karyawan tetap dari Cafe Cowboy Rohul. Tujuan wawancara ini adalah untuk memperoleh informasi dan data yang relevan yang dibutuhkan dalam proses penelitian.

Data yang langsung dikumpulkan dari sumber dan diberikan kepada peneliti atau pengumpul data disebut data primer. Sugiyono juga berpendapat bahwa wawancara dengan subjek penelitian, baik secara pengamatan maupun observasi, adalah sumber data primer. Data primer dalam penelitian ini yaitu hasil wawancara peneliti kepada pemilik Cafe Cowboy Rohul dan pegawai tetapnya.

Dalam konteks penelitian ini, data primer digunakan sebagai pelengkap data sekunder, yang diperoleh melalui pencarian dan pengumpulan informasi dari sumber-sumber eksternal perusahaan. Sumber data sekunder mencakup literatur, catatan serta dokumen-dokumen yang memiliki relevansi dengan permasalahan penelitian. Sedangkan, data sekunder pada penelitian ini yaitu data penjualan dan data pengeluaran Cafe Cowboy Rohul tahun 2024.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono, fase paling penting dalam penyelidikan ilmiah berkaitan dengan metodologi yang digunakan untuk akuisisi data, karena data merupakan tujuan mendasar penelitian (Luqman Hakim, 2024). Teknik pengumpulan data yang diterapkan peneliti pada Cafe Cowboy Rohul meliputi beberapa metode sebagai berikut :

1. Wawancara

Peneliti akan melakukan sesi tanya jawab secara langsung dengan pemilik usaha dan karyawan tetap dari Cafe Cowboy Rohul. Tujuan wawancara ini adalah untuk memperoleh informasi dan data yang relevan yang dibutuhkan dalam proses penelitian.

2. Dokumentasi

Data juga dikumpulkan melalui metode dokumentasi, yakni dengan menelaah catatan administrasi atau pembukuan yang dimiliki usaha. Informasi yang diperoleh mencakup data penjualan, pendapatan, pengeluaran (baik biaya tetap maupun biaya variabel), serta dokumentasi visual berupa foto-foto suasana kafe.

3.5 Defenisi Operasional

Tabel 3.1
Defenisi Operasional

N o.	Variabel	Indikator	Defenisi
1	BEP	1. Biaya tetap 2. Biaya variabel 3. Harga jual (Kharismawati et al., 2020)	<i>Break Even Point</i> merupakan metode untuk menentukan volume total kegiatan produksi di mana organisasi tidak menyadari keuntungan atau menimbulkan kerugian, dan ambang batas ini disebut sebagai titik impas
2	Perencanaan Laba	1. Target laba 2. Margin kontribusi 3. Volumen penjualan minimum (Kharismawati et al., 2020)	Kerangka kerja strategis telah dievaluasi dengan cermat dan diartikulasikan secara kuantitatif dalam dokumentasi fiskal untuk cakrawala jangka pendek dan jangka panjang, sebuah proses yang disebut sebagai perencanaan laba.

3.6 Instrumen Penelitian

Menurut Notoatmojo, instrument penelitian adalah alat-alat yang digunakan untuk mengumpulkan atau mendapatkan data yang valid (Sitanggang, 2022). Secara umum, instrumen penelitian kuantitatif memiliki dua peran utama yaitu sebagai pengganti (substitusi) dan sebagai pelengkap (suplemen). Instrumen

sebagai substitusi biasanya berbentuk angket atau kuesioner sementara, sebagai suplemen, instrumen berfungsi sebagai alat bantu tambahan dalam proses pengumpulan data yang dilakukan peneliti.

Intrumen dalam peneltian ini digunakan sebagai alat pelengkap, karena sumber data utama berasal dari data sekunder yakni data penjualan dan pengeluaran Cafe Cowboy Rohul tahun 2024. Sedangkan, Instrumen yang dimanfaatkan berupa kegiatan wawancara atau dialog langsung dengan pemilik dan karyawan tetap Cafe Cowboy Rohul untuk mendukung pengumpulan data yang dibutuhkan. Berikut kisi-kisi instrumen wawancara yang telah penulis jabarkan :

Tabel 3.2

Lembar Instrumen Wawancara Penelitian “Analisis *Break Even Point* (BEP) dalam Keputusan Perencanaan Laba pada Cafe Cowboy Rohul”

No.	Indikator Pertanyaan	Responden
1	Bagaimana awalnya berdirinya Cafe Cowboy Rohul?	Pemilik Usaha
2	Dari mana mendapatkan inspirasi untuk mendirikan Cafe Cowboy Rohul serta konsep kafanya?	
3	Apakah Cafe Cowboy Rohul memiliki struktur organisasi khusus?	
4	Apa visi misi Cafe Cowboy Rohul?	
5	Apakah Cafe Cowboy Rohul telah memilki izin usaha?	
6	Apakah di Cafe Cowboy Rohul menggunakan analisis <i>Break Even Point</i> sebagai alat perencanaan laba?	
7	Apa yang membuat pengeluaran tahun 2024 lebih banyak dibanding 2023?	
8	Bagaimana mengatasi masalah kenaikan	

	harga bahan baku?	
9	Apakah Cafe Cowboy Rohul memiliki target tahunan atau bulanan?	
10	Bagaimana cara pencatatan dan pemantauan biaya tetap dan variabel?	
11	Apakah anda tahu analisis <i>Break Event Point</i> (BEP) untuk perencanaan laba	Karyawan Tetap
12	Apakah Anda tahu bahwa pengeluaran tahun 2024 lebih banyak daripada tahun 2023?	
13	Apakah dari kenaikan harga pengeluaran kafe, mengalami penurunan gaji?	
14	Apakah Cafe Cowboy Rohul memerlukan analisis <i>Break Event Point</i> ?	

Sumber : Data diolah sendiri

3.7. Teknik Analisis

Metode deskriptif kuantitatif menggunakan instrumen analisis tabel untuk menampilkan rangkuman data atau nilai yang dihitung dari data yang tersedia atau dikumpulkan. Selanjutnya, penjumlahan dan prosentase dilakukan, dan hasilnya disimpulkan.

a. Atas Dasar Unit

$$\text{BEP (Q)} = \frac{FC}{P - VC}$$

Dimana :

Q = Jumlah unit kuantitas produk yang dihasilkan dan dijual

P = Harga jual per unit

VC = Biaya Variabel per unit

FC = Biaya Tetap

b. Penjualan atas Dasar Rupiah

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{FC}{1 - \frac{VC}{S}}$$

Dimana :

FC = Biaya tetap

VC = Biaya variabel

S = Volume penjualan

c. Perencanaan Laba

$$\text{Perencanaan Laba (unit)} = \frac{FC + \text{Laba yang Diinginkan}}{P - VC}$$

Dimana :

P = Harga jual per unit

VC = Biaya Variabel per unit

FC = Biaya Tetap

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{FC + \text{Laba yang Diinginkan}}{1 - \frac{VC}{S}}$$

Dimana :

FC = Biaya tetap

VC = Biaya variabel

S = Volume penjualan

d. Pencapaian Target Laba

Laba sebenarnya = Total Margin Kontribusi – Biaya Tetap

Total Margin Kontribusi = Harga jual per unit – Biaya Variabel