

# ANALISIS *BREAK EVEN POINT* (BEP) SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA PADA COFFEE TOFFEE SAMARINDA

Zulfiqri Zylvane <sup>1</sup>, Elfreda Aplonia Lau <sup>2</sup>, Umi Kulsum <sup>3</sup>  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda  
Email : zylvane22@gmail.com

---

**Keywords :**

*Sales, Profit, Break Even Point*

**ABSTRACT**

*The large number coffee shop in Samarinda requires business actors to be careful in planning and managing finances effectively as the key to success. One important tool that can be used in financial planning is analysis break even point (BEP). This research aims to find out and analyze break-even point for sales of café Latte products at Coffee Toffee and expected profit from sales of café Latte products at Coffee Toffee.*

*The theoretical basis used is operational management, especially regarding break even point. This research was conducted only on Café Latte production at Coffee Toffee Samarinda. Data collection techniques use field research and library research. The analytical tool in this research uses analysis break even point.*

*The research results show that 1) Sales of café latte products at Coffee Toffee Samarinda have reached the break-even point because Coffee Toffee has succeeded in increasing sales every month for café latte products and set selling prices that are in line with production and market costs so that it reaches the break-even point. 2) Sales of café Latte products at Coffee Toffee Samarinda have not reached the expected profit level of 35% due to market coffee shop It is full of competitors, where many coffee shops offer similar products, so this affects the profit planning set by Coffee Toffee.*

---

## PENDAHULUAN

Kedai kopi atau café saat ini menjadi bisnis yang menjamin dari sekian banyak bisnis kuliner. Era perkembangan zaman yang begitu cepat seperti saat ini menuntut masyarakat untuk mengikuti setiap perubahan sekecil apapun, begitu pula terhadap perubahan gaya hidup, seperti budaya mengkonsumsi kopi yang semakin meningkat. Kopi merupakan salah satu jenis minuman global yang dicintai dan banyak diminati oleh sebagian besar masyarakat dan memang sudah menjadi bagian dari kebiasaan yang tidak bisa di hindari oleh kalangan orang untuk menikmati dalam berbagai waktu baik itu dalam waktu santai, kerja, dan dalam berbagai aktivitas lainnya. Kopi sangat mudah ditemukan, mulai dari warung pinggir jalan, café, hotel berbintang serta tempat-tempat umum lainnya seperti bandara, pelabuhan dan tempat-tempat wisata yang menyediakan minuman kopi dengan berbagai jenis varian dan harga yang berbeda.

Samarinda, sebagai salah satu kota yang ada di Indonesia turut serta menerima dampak dari perkembangan dunia yang begitu cepat. Kota ini, sebagai ibu kota Provinsi

Kalimantan Timur, telah menunjukkan peningkatan signifikan dalam jumlah dan kualitas *coffee shop*. Perkembangan ini mencerminkan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin menggemari kopi sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari dan sebagai sarana berkumpul serta bersosialisasi. *Coffee shop* kini menjadi salah satu pilihan utama bagi masyarakat Samarinda untuk bersantai, bekerja, dan bersosialisasi.

Banyaknya jumlah *coffee shop* yang ada di Samarinda menuntut para pelaku usaha harus cermat dalam merencanakan dan mengelola keuangan yang efektif sebagai kunci dari keberhasilan. Salah satu alat penting yang dapat digunakan dalam perencanaan keuangan yaitu analisis *break even point* (BEP).

Menurut Mulyadi (2016:41) "*break even point* diartikan sebagai impas, yakni keadaan di mana usaha tidak mendapatkan laba, tapi juga tidak menderita kerugian". Analisis *break even point* (BEP) membantu perusahaan menentukan titik di mana total pendapatan sama dengan total biaya, sehingga perusahaan tidak mengalami kerugian maupun keuntungan. BEP sangat penting karena memberikan gambaran tentang jumlah minimum produk yang harus dijual untuk menutupi biaya produksi dan dapat dijadikan sebagai alat dalam merencanakan laba yang diinginkan. Tujuan analisis titik impas adalah untuk mengetahui tingkat aktivitas dimana pendapatan hasil penjualan sama dengan jumlah semua biaya variabel dan biaya tetapnya.

Menurut Mulyadi (2018:44), biaya variabel adalah biaya produksi yang berperilaku variabel, yaitu biaya yang diperhitungkan dalam metode penentuan biaya produksi. Biaya variabel terdiri dari: Biaya bahan baku, Biaya tenaga kerja langsung, Biaya overhead pabrik variabel. Semakin banyak barang atau jasa yang diproduksi, semakin besar biaya variabel yang dikeluarkan, dan sebaliknya. Biaya variabel merupakan komponen penting dalam pengelolaan keuangan perusahaan, karena berpengaruh langsung terhadap biaya produksi dan keuntungan.

Menurut Sujarweni (2015:10) Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tidak berubah dalam periode tertentu, terlepas dari volume produksi atau aktivitas bisnis. Biaya ini tetap harus dibayar meskipun perusahaan tidak memproduksi barang atau jasa. Biaya tetap memiliki peran penting dalam analisis *Break Even Point* (BEP) karena biaya ini merupakan komponen utama yang harus ditutupi oleh kontribusi margin dari penjualan agar perusahaan mencapai titik impas.

Coffee Toffee Samarinda merupakan salah satu *coffee shop franchise* yang ada di kota Samarinda. Coffee Toffee merupakan salah satu jaringan *coffee shop* terkenal di Indonesia yang telah melebarkan sayapnya ke berbagai kota, termasuk Samarinda. Coffee Toffee sebagai *brand* yang dikenal dengan kopi berkualitas tinggi dan suasana nyaman, berhasil menarik perhatian pecinta kopi di Samarinda. Kehadiran Coffee Toffee di Samarinda menambah pilihan bagi masyarakat untuk menikmati kopi dengan cita rasa khas dalam suasana yang modern dan santai. Coffee Toffee di Samarinda menawarkan suasana yang cozy dan modern, cocok untuk berbagai aktivitas seperti bekerja, belajar, atau sekadar bersantai. Interior yang didesain dengan baik, pencahayaan yang nyaman, serta dekorasi yang menarik menjadikan Coffee Toffee sebagai tempat yang *instagramable* dan menarik bagi pengunjung dari berbagai kalangan. Coffee Toffee dikenal dengan berbagai menu andalan yang memanjakan lidah para pecinta kopi, beberapa di antaranya *espresso based drinks*, *speciality coffee*, *non coffee beverages* serta makanan ringan. Ada beberapa produk minuman kopi yang paling laris di Coffee Toffee Samarinda sepanjang bulan Januari – Maret 2024.

## METODE

### 1. Rincian Data Yang Diperlukan

Melakukan penelitian pada PT Kaliman Karya Jaya diperlukan berbagai data dan informasi. Adapun data yang diperlukan adalah :

- a) Gambaran Umum Coffee Toffee Samarinda
- b) Struktur Organisasi Coffee Toffee Samarinda
- c) Data Biaya yang terdiri dari :
  - 1) Biaya variabel bulan Januari – Juni tahun 2024
  - 2) Biaya tetap bulan Januari – Juni tahun 2024
- d) Data penjualan Café Latte di Coffee Toffee Samarinda bulan Januari – Juni tahun 2024

### 2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field work research*) dengan mengangkat data yang ada dilapangan, dengan cara wawancara dan penelitian kepustakaan (*library research*).

### 3. Alat Analisis

Alat analisis dalam penelitian ini adalah *break even point* (BEP), dimana sebelum melakukan perhitungan *break even point* (BEP) terlebih dahulu dilakukan perhitungan sebagai berikut:

#### 1) Alokasi Biaya Bersama

Pengalokasian biaya bersama menggunakan metode nilai jual relatif dengan rumus :

$$\frac{\text{Nilai Jual Masing – Masing Produk}}{\text{Total Nilai Jual Keseluruhan Produk}} \times \text{Biaya Bersama}$$

Sumber : Bastian Bustami dan Nurlela (2016:160)

#### 2) Analisis *Break Even Point*

Menurut Andrianto et al., (2016:112) rumus untuk menghitung BEP adalah:

- a. Atas dasar unit (Q)

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

Sumber : Andrianto et al., (2016:112)

Dimana :

- Q : Jumlah unit kuantitas produk yang dihasilkan  
P : Harga jual per unit  
VC : Biaya variabel per unit  
FC : Biaya tetap

- b. Atas dasar rupiah (Rp)

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

Sumber : Andrianto et al., (2016:112)

Dimana :

- FC : Biaya tetap  
VC : Biaya variabel  
S : Volume penjualan

#### 3) Laba Yang Direncanakan

Menurut Andrianto et al., (2016:114) rumus untuk menghitung laba yang direncanakan adalah:

a. Atas dasar unit (Q)

$$\text{Penjualan (Q)} = \frac{\text{FC} + \text{Laba yang direncanakan}}{P - VC}$$

Sumber : Andrianto et al., (2016:112)

Dimana :

- P : Harga jual per unit  
VC : Biaya variabel per unit  
FC : Biaya tetap

b. Penjualan atas dasar rupiah (Rp)

$$\text{Penjualan (Rp)} = \frac{\text{FC} + \text{Laba yang direncanakan}}{1 - \frac{TVC}{S}}$$

Sumber : Andrianto et al., (2016:112)

Dimana

- FC : Biaya tetap  
VC : Biaya variabel  
S : Volume penjualan

Menurut Andrianto et al., (2016:114) kriteria penjualan optimal dalam *break event point*, yaitu:

1. Apabila penjualan produk lebih dari target laba yang direncanakan, maka penjualan dalam kategori optimal.
2. Apabila penjualan produk kurang dari target laba yang direncanakan, maka penjualan dalam kategori tidak optimal.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Alokasi Biaya Bersama

#### 1. Biaya Bahan Baku

Perhitungan alokasi biaya bersama untuk biaya bahan baku bulan Januari – Juni 2024 disajikan sebagai berikut.

$$BB = \frac{30.275.000}{97.965.000} \times 22.825.000$$
$$BB = 7.053.814$$

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh biaya bersama bahan baku untuk produk café late pada bulan Januari – Juni 2024 sebesar Rp7.053.814,00.

#### 2. Biaya Air

Perhitungan alokasi biaya bersama untuk biaya air bulan Januari – Juni 2024 disajikan sebagai berikut.

$$BA = \frac{30.275.000}{97.965.000} \times 1.950.000$$
$$BA = 602.626$$

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh biaya bersama air untuk produk café late pada bulan Januari – Juni 2024 sebesar Rp602.626,00.

#### 3. Biaya Listrik

Perhitungan alokasi biaya bersama untuk biaya listrik bulan Januari – Juni 2024 disajikan sebagai berikut.

$$BL = \frac{30.275.000}{97.965.000} \times 5.700.000$$

$$BL = 1.761.522$$

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh biaya bersama listrik untuk produk café late pada bulan Januari – Juni 2024 sebesar Rp1.761.522,00.

#### 4. Biaya Tenaga Kerja

Perhitungan alokasi biaya bersama untuk biaya tenaga kerja bulan Januari – Juni 2024 disajikan sebagai berikut.

$$BTK = \frac{30.275.000}{97.965.000} \times 43.200.000$$

$$BTK = 13.350.482$$

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh biaya bersama tenaga kerja untuk produk café latte pada bulan Januari – Juni 2024 sebesar Rp13.350.482.

#### 5. Biaya Penyusutan Peralatan

Perhitungan alokasi biaya bersama untuk biaya penyusutan peralatan bulan Januari – Juni 2024 disajikan sebagai berikut.

$$Penyusutan = \frac{30.275.000}{97.965.000} \times 11.303.380$$

$$Penyusutan = 3.493.185$$

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh biaya bersama penyusutan peralatan untuk produk café latte pada bulan Januari – Juni 2024 sebesar Rp3.493.185,00.

#### 6. Biaya Wifi

Perhitungan alokasi biaya bersama untuk biaya wifi bulan Januari – Juni 2024 disajikan sebagai berikut.

$$Wifi = \frac{30.275.000}{97.965.000} \times 3.270.000$$

$$Wifi = 1.010.557$$

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh biaya bersama wifi untuk produk café latte pada bulan Januari – Juni 2024 sebesar Rp1.010.557,00.

### B. Perhitungan *Break Even Point*

*Break Even Point* (BEP) adalah suatu keadaan dimana jumlah penerimaan sama dengan jumlah biaya, yaitu saat perusahaan tidak memperoleh keuntungan namun juga tidak menderita kerugian.

#### 1. Atas Dasar Unit

Perhitungan *Break Even Point* atas dasar unit menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Perhitungan *Break Even Point* atas dasar unit pada Coffee Toffee bulan Januari - Juni tahun 2024 sebagai berikut :

$$BEP (Q) = \frac{Rp17.854.224}{35.000 - 10.888}$$

$$BEP (Q) = \frac{Rp17.854.224}{24.112}$$

$$BEP (Q) = 740,5$$

Hasil perhitungan *Break Even Point* diketahui bahwa untuk mencapai titik impas dalam penjualan café latte, maka Coffee Toffee Samarinda harus mampu menjual hasil produksinya sama dengan 740,5 unit atau lebih.

2. Atas Dasar Rupiah

Perhitungan *Break Even Point* atas dasar rupiah menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Perhitungan *Break Even Point* atas dasar rupiah pada Coffee Toffee bulan Januari - Juni tahun 2024 sebagai berikut :

$$\begin{aligned} BEP (Rp) &= \frac{Rp17.854.224}{1 - \frac{Rp9.417.992}{Rp30.275.000}} \\ BEP (Rp) &= \frac{Rp17.854.224}{1 - 0,31} \\ BEP (Rp) &= \frac{Rp17.854.224}{0,69} \\ BEP (Rp) &= Rp25.916.307 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan *Break Even Point* diketahui bahwa untuk mencapai titik impas dalam penjualan café latte, maka Coffee Toffee Samarinda harus mampu menjual hasil produksinya sama dengan Rp25.916.307,00 atau lebih.

**C. Perhitungan Perencanaan Laba**

Laba yang direncanakan, atau sering disebut sebagai target laba, adalah jumlah keuntungan yang ingin dicapai oleh sebuah perusahaan atau organisasi dalam periode waktu tertentu. Laba yang direncanakan oleh Coffee Toffee Samarinda untuk produk café latte adalah 35% dari biaya yang dikeluarkan.

1. Atas Dasar Uni

Perhitungan laba yang direncanakan atas dasar unit menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Penjualan (Q)} = \frac{FC + \text{Laba yang direncanakan}}{P - VC}$$

Perhitungan laba yang direncanakan atas dasar unit pada Coffee Toffee Samarinda bulan Januari – Juni tahun 2024 sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Penjualan (Q)} &= \frac{Rp17.854.224 + (35\% + Rp9.417.992)}{35.000 - 10.888} \\ \text{Penjualan (Q)} &= \frac{Rp17.854.224 + 12.714.289}{24.112} \\ \text{Penjualan (Q)} &= \frac{Rp30.568.513}{24.112} \\ \text{Penjualan (Q)} &= 1.267,8 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan laba yang direncanakan diketahui bahwa untuk mencapai laba 35% dalam penjualan produk café latte, maka Coffee Toffee Samarinda harus mampu menjual hasil produksinya sama dengan 1.267,8 unit atau lebih.

2. Atas Dasar Rupiah

Perhitungan laba yang direncanakan atas dasar rupiah menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Penjualan (Rp)} = \frac{FC + \text{Laba yang direncanakan}}{1 - \frac{TVC}{S}}$$

Perhitungan laba yang direncanakan atas dasar rupiah pada Coffee Toffee Samarinda bulan Januari – Juni tahun 2024 sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Penjualan (Rp)} &= \frac{\text{Rp}17.854.224 + (35\% + \text{Rp}9.417.992)}{1 - \frac{\text{Rp}9.417.992}{\text{Rp}30.275.000}} \\ \text{Penjualan (Rp)} &= \frac{\text{Rp}17.854.224 + 12.714.2897}{1 - 0,31} \\ \text{Penjualan (Rp)} &= \frac{\text{Rp}30.568.513}{0,69} \\ \text{Penjualan (Rp)} &= \text{Rp}44.302.193 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan laba yang direncanakan diketahui bahwa untuk mencapai laba 35% dalam penjualan produk café latte, maka Coffee Toffee Samarinda harus mampu menjual hasil produksinya sama dengan Rp44.302.193,00 atau lebih.

## Pembahasan

### a) Analisis *Break Even Point*

Berdasarkan hasil perhitungan, diketahui bahwa *break even point* atas dasar unit di Coffee Toffee pada penjualan produk café latte, maka Coffee Toffee Samarinda harus mampu menjual hasil produksinya sama dengan 740,5 unit atau lebih sedangkan penjualan pada bulan Januari – Juni tahun 2024 sebanyak 865 unit. Perhitungan *break even point* atas dasar rupiah di Coffee Toffee Samarinda pada penjualan produk café latte, maka Coffee Toffee Samarinda harus mampu menjual hasil produksinya sama dengan Rp25.916.307,00 atau lebih sedangkan penjualan pada tahun 2023 sebesar Rp30.275.000,00. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, dapat diketahui bahwa penjualan produk café latte di Coffee Toffee Samarinda sudah mencapai titik impas.

Penjualan produk café latte di Coffee Toffee Samarinda sudah mencapai titik impas dikarenakan Coffee Toffee berhasil melakukan penjualan yang meningkat setiap bulannya untuk produk café latte serta menetapkan harga jual yang sesuai dengan biaya produksi dan pasar sehingga mencapai titik impas. Peningkatan dalam volume penjualan produk café latte dan pendapatan dari penjualan yang terjadi setiap bulannya berhasil menutupi biaya tetap dan variabel, sehingga mencapai titik impas.

Coffee Toffee menggunakan bahan baku secara efisien serta pengendalian biaya produksi yang baik, termasuk manajemen stok dan penggunaan sumber daya, sehingga membantu menekan biaya. Coffee Toffee juga menetapkan harga produk yang sesuai dapat mempercepat tercapainya titik impas dan menerapkan strategi pemasaran yang baik sehingga membantu menarik lebih banyak pelanggan atau meningkatkan penjualan produk, **hipotesis diterima**.

### b) Analisis Perencanaan Laba

Berdasarkan hasil perhitungan, diketahui bahwa untuk mencapai laba 35% dalam penjualan produk café latte, maka Coffee Toffee Samarinda harus mampu menjual hasil produksinya sama dengan 1.267,8 unit atau lebih sedangkan pada bulan Januari – Juni tahun 2024 Coffee Toffee berhasil menjual sebanyak 865 unit. Berdasarkan hasil perhitungan, diketahui bahwa untuk mencapai laba 35% dalam penjualan produk café latte, maka Coffee Toffee Samarinda harus mampu menjual hasil produksinya sama dengan Rp44.302.193,00 atau lebih sedangkan penjualan pada bulan Januari – Juni tahun 2024 sebesar Rp30.275.000,00. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, dapat diketahui bahwa penjualan produk café latte di Coffee Toffee Samarinda belum optimal.

Penjualan produk café Latte di Coffee Toffee Samarinda belum mencapai tingkat keuntungan yang diharapkan sebesar 35% dikarenakan pasar coffee shop sudah penuh dengan pesaing, dimana banyak *coffee shop* yang menawarkan produk serupa, sehingga hal tersebut mempengaruhi perencanaan laba yang ditetapkan oleh Coffee Toffee. Coffee Toffee belum

memahami target pasar, dimana produk café latte merupakan produk yang umumnya diminati oleh segmen konsumen tertentu, seperti konsumen yang benar – benar mengerti tentang kopi. Coffee Toffee masih kurang mempromosikan produk sesuai preferensi kelompok, seperti penyuka kopi yang lebih suka rasa khas latte sehingga berdampak pada penjualan, **hipotesis ditolak**.

## SIMPULAN DAN SARAN

### 1. Simpulan

Berdasarkan pada analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a) Penjualan produk café latte di Coffee Toffee Samarinda sudah mencapai titik impas dikarenakan Coffee Toffee berhasil melakukan penjualan yang meningkat setiap bulannya untuk produk café latte serta menetapkan harga jual yang sesuai dengan biaya produksi dan pasar sehingga mencapai titik impas.
- b) Penjualan produk café Latte di Coffee Toffee Samarinda belum mencapai tingkat keuntungan yang diharapkan sebesar 35% dikarenakan pasar coffee shop sudah penuh dengan pesaing, dimana banyak coffee shop yang menawarkan produk serupa, sehingga hal tersebut mempengaruhi perencanaan laba yang ditetapkan oleh Coffee Toffee.

### 2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ditarik dalam penelitian ini , maka dapat disarankan:

1. Bagi Coffee Toffee Samarinda :  
Hendaknya Coffee Toffee Samarinda harus target pasar dan melakukan kebijakan promosi program loyalitas atau insentif seperti diskon pembelian berikutnya yang dapat mendorong pembelian berulang sehingga hal tersebut diharapkan dapat berdampak pada perencanaan laba diinginkan.
2. Bagi peneliti selanjutnya :  
Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas penelitian dan menambah perhitungan seperti harga pokok produksi agar didapat gambaran yang utuh mengenai *break even point*.

## REFERENCES

- Andrianto dkk. 2016. *Analisis Break even point (BEP) Sebagai Alat Perencana Laba*. <https://www.neliti.com/id/publications/86996/analisis-break-even-point-bep-sebagai-alat-perencanaan-laba-studi-pada-cv-langge>. Diakses pada hari Jumat, 23 Juli 2024, pukul 08.44 wita.
- Bustami, Bastian dan Nurlela. 2016. *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Mulyadi. 2016. *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- \_\_\_\_\_. 2018. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Akuntansi Biaya Teori Dan Penerapannya*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.