
Analisis Break Even Point Pada UMKM Franchise Es Teh Sruput Di Polokarto, Kab. Sukoharjo

Amalia Yusrina Lutfiani¹, Vika Pandu Kusuma², Femas Andita Pratama³, Rudi Susanto⁴

^{1,2,3}Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Duta Bangsa Surakarta

⁴Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Duta Bangsa

Jl. Bhayangkara No.55, Tipes, Serengan, Surakarta

Telp. 0271-719552

E-mail: 202030397@udb.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Titik Impas (BEP) waralaba Es Teh Sruput, sebuah UMKM yang berlokasi di Kabupaten Sukoharjo. Penelitian ini berfokus pada penghitungan BEP dalam satuan unit dan rupiah untuk menetapkan target penjualan yang memungkinkan usaha tersebut mencapai titik impas. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk menentukan BEP dengan menganalisis total unit yang terjual dan total biaya yang dikeluarkan pada bulan November 2024. Penelitian ini menggunakan metode analisis BEP dan mengandalkan data primer yang dikumpulkan melalui wawancara lisan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BEP pada bulan November tercapai pada angka 11.083 unit dengan nilai penjualan sebesar Rp34.313.696. Studi ini menyimpulkan bahwa UMKM waralaba Es Teh Sruput perlu menetapkan target penjualan melebihi angka-angka ini untuk memastikan keberlanjutan dan profitabilitas. Hal ini menyoroti peran penting perhitungan BEP dalam membantu UMKM merencanakan strategi penjualan dan anggaran keuangan yang efektif. Selain itu, penelitian ini menggarisbawahi pentingnya UMKM dalam meningkatkan ekonomi lokal, mengurangi kemiskinan, dan mempromosikan kesejahteraan ekonomi yang merata. Secara keseluruhan, analisis BEP terbukti menjadi alat yang berharga untuk membantu UMKM dalam pengambilan keputusan strategis dan perencanaan keuangan.

Kata Kunci: Es Teh, Break Even Point, UMKM, Waralaba.

Abstract

The aim of this study is to examine the Break-Even Point (BEP) of the Sruput Ice Tea franchise, an MSME located in Sukoharjo Regency. The research focuses on calculating BEP in terms of units and rupiah to establish sales targets that allow the business to break even. Specifically, this study aims to determine the BEP by analyzing the total units sold and total costs incurred in November 2024. The research employs the BEP analysis method and relies on primary data collected through oral interviews. The findings indicate that the BEP in November was achieved at 11,083 units with a sales value of Rp34,313,696. The study concludes that Sruput Ice Tea franchise MSMEs need to set sales targets exceeding these figures to ensure sustainability and profitability. This highlights the critical role of BEP calculations in aiding MSMEs to plan effective sales strategies and financial budgets. Furthermore, the research underscores the importance of MSMEs in boosting the local economy, reducing poverty, and promoting equitable economic welfare. Overall, BEP analysis proves to be a valuable tool for assisting MSMEs in strategic decision-making and financial planning.

Keywords: Ice Tea, MSME, Break Even Point, Franchise.

1. Pendahuluan

Industri minuman telah menjadi salah satu pilihan waralaba yang paling menarik bagi calon pengusaha, karena memenuhi kebutuhan utama dalam masyarakat. Ada berbagai macam bisnis minuman yang bisa dipilih, dan teh menjadi salah satu pilihan yang paling populer. Bahan-bahannya yang mudah didapat dan harganya yang relatif terjangkau membuat teh menjadi minuman favorit di Indonesia. Alhasil, banyak orang yang terinspirasi untuk mendirikan bisnis waralaba di sektor minuman teh (Wardani et al., 2023). Waralaba es teh saat ini merupakan fenomena yang sedang tren di industri minuman. Es teh telah mendapatkan popularitas yang luas di berbagai demografi, menjadikannya sorotan yang menarik di dunia kuliner. Dikenal dengan kesederhanaan dan rasanya yang menyegarkan, es teh telah berevolusi dari bentuk tradisionalnya, dengan memasukkan inovasi seperti es teh kempluk, es teh susu, dan varian rasa buah. Di Indonesia, es teh biasanya ditawarkan sebagai pilihan minuman di kafe, restoran, dan bahkan oleh UMKM. (Salatalohy et al., 2024)

Untuk mendukung perkembangan ekonomi nasional, pemerintah dan masyarakat perlu mendukung adanya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Sering dianggap sebagai kekuatan pendorong di balik pertumbuhan ekonomi, UMKM berkontribusi secara substansial dengan menciptakan lapangan kerja yang luas dan mendorong pemerataan pembangunan (Hidayat et al., 2022). UMKM dianggap sebagai salah satu pilar ekonomi yang paling penting. Kontribusi mereka sangat penting dalam menjaga stabilitas ekonomi Indonesia dan mendukung pemulihannya selama periode penurunan ekonomi. Seiring berjalannya waktu, UMKM telah membuktikan ketangguhannya, bertindak sebagai kekuatan penstabil utama selama krisis ekonomi dan memitigasi dampak penurunan indikator ekonomi (Komara et al., 2020).

Pertumbuhan UMKM sangat bergantung pada manajemen bisnis yang efektif, yang mencakup berbagai aspek, termasuk manajemen operasional dan keuangan. Namun, sebagian besar UMKM dijalankan secara informal (Maesaroh, 2020). Dikalangan usaha UMKM yang dapat terbilang kecil hal-hal tentang pengelolaan manajemen keuangan banyak dari mereka tidak mengerti bagaimana hal tersebut bekerja. Mengakibatkan manajemen keuangan untuk usaha dilakukan secara manual. Disaat seseorang mendirikan UMKM sudah harus disiapkan untuk mengetahui struktur biaya usaha yang dijalankan. Biaya tersebut meliputi biaya tetap dan biaya variable dan total biaya yang mereka keluarkan. Biaya variable tidak boleh lebih besar daripada biaya tetap, jika hal tersebut terjadi akan dapat mempengaruhi harga jual produk, dan jika hal itu benar-benar terjadi akan merepotkan karena harga jual produk UMKM tersebut akan sangat cepat berubahnya. Namun, jika biaya tetap yang lebih banyak mereka harus dapat menjual lebih banyak produk daripada biasanya untuk mendapatkan Break even point nya (Zalukhu et al., 2024)

Di dalam penelitian ini digunakan analisis titik impas untuk mengenali volume penjualan (unit) dan nilai penjualan (rupiah) yang dibutuhkan supaya bisnis tersebut dapat mencapai titik impas nya. Artinya, di saat perusahaan tidak memperoleh profit ataupun merugi. (Zalukhu et al., 2024). Untuk menutupi semua biaya, perlu untuk mengenali jumlah unit produk yang diperlukan untuk dijual dan nilai penjualan yang harus diraih. Informasi ini sangat penting dalam menetapkan target penjualan untuk mencapai titik impas (Shokoshoci & Trisyanto, 2023; Surya et al., 2023). Dalam hal ini, analisis BEP juga berfungsi sebagai alat evaluasi untuk menghitung jumlah barang atau jasa yang harus dijual dengan harga tertentu untuk menutup biaya operasional dan menghasilkan laba, sehingga bisnis dapat berjalan dengan cara yang berkelanjutan dan menguntungkan (Mufriantje et al., 2020). Umumnya disebut sebagai analisis titik impas, teknik ini mengidentifikasi titik yang tepat di mana pendapatan dari penjualan sama dengan total biaya operasional. Selain itu, teknik ini juga membantu memprediksi potensi keuntungan atau kerugian jika penjualan melebihi atau kurang dari titik impas (Emanuali, et al., 2021). Bagi UMKM Es Teh Sruput, analisis BEP memberikan pemahaman yang jelas tentang volume penjualan yang dibutuhkan. Analisis ini juga membantu menilai seberapa besar volume penjualan yang direncanakan dapat berkurang tanpa menyebabkan kerugian, sehingga memungkinkan bisnis untuk mengelola risiko secara efektif. Analisis titik impas (BEP) memberikan wawasan kepada

manajemen tentang hubungan antara biaya, volume penjualan, dan keuntungan sehingga memudahkan dalam mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian laba di masa depan.

Penelitian ini berfokus pada UMKM Es Teh Sruput yang berlokasi di Kecamatan Polokarto, Kabupaten Sukoharjo, yang menjual es teh. Rata-rata, dari bulan November hingga saat ini, bisnis ini telah menjual 5.000 gelas per minggu. Perubahan musim sangat mempengaruhi penjualan; selama musim hujan, penjualan mingguan sekitar 5.000 gelas, sedangkan di musim kemarau, penjualan sering melebihi 6.000 gelas per minggu. Perubahan pendapatan, baik kenaikan maupun penurunan, sering kali disebabkan oleh perencanaan penjualan yang kurang optimal. Oleh karena itu, analisis BEP sangat penting sebagai alat strategis untuk perencanaan penjualan. Analisis ini dapat menjadi dasar pengambilan keputusan, sehingga UMKM dapat membuat pilihan yang tepat. Hingga saat ini, UMKM Es Teh Sruput belum menerapkan atau memahami sepenuhnya konsep titik impas dalam operasi bisnis mereka.

2. Metodologi

Penelitian ini dilakukan pada UMKM waralaba Es Teh Sruput yang berlokasi di kecamatan Polokarto, kabupaten Sukoharjo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis Break Even Point (BEP). Jenis data nya yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data atau informasi awal yang didapatkan secara langsung dari responden. Data atau informasi ini dikumpulkan melalui pertanyaan lisan dengan menggunakan teknik wawancara (Kusmuwardani & Alamsyah, 2020). Menggunakan alat yaitu Laptop dan Handphone untuk melangsungkan proses wawancara pada penelitian ini. Selain itu juga menggunakan bahan penelitian yaitu daftar pertanyaan (Defa et al., 2022). Untuk data sekunder adalah data yang berbentuk publikasi, penulis melakukan research melalui berbagai referensi, contohnya seperti jurnal-jurnal yang dapat diakses dengan internet (Kristanto et al., 2022). Tahapan pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi: Observasi, yaitu melakukan pengamatan secara langsung di lokasi UMKM waralaba Es Teh Sruput; Wawancara, yaitu mengajukan beberapa pertanyaan kepada pengelola UMKM waralaba Es Teh Sruput; Dokumentasi, yaitu mengumpulkan data-data dan informasi yang tersedia di lokasi waralaba.

3. Hasil dan Pembahasan

Dalam analisis Break Even Point, ada tiga jenis biaya. Yang pertama adalah biaya variabel, yaitu biaya yang berubah secara total sebanding dengan perubahan faktor produksi, sedangkan biaya per unit mengacu pada biaya untuk setiap unit. Yang kedua adalah biaya tetap, yang tetap konstan secara total dalam rentang yang relevan, terlepas dari perubahan dalam penggerak output aktivitas, meskipun biaya per unitnya berubah secara terbalik dengan penggerak output. Yang ketiga adalah biaya semivariabel, yang melibatkan total yang berubah, namun tidak sebanding dengan perubahan dengan faktor produksi, dan biaya per unitnya tentunya berubah secara terbalik dengan fluktuasi penggerak faktor produksi. (Riwayadi, 2019)

1) Rumus BEP dalam rupiah.

$$BEP (Rp) = \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variable per Unit}}{\text{Harga Jual per Unit}}} \quad 1$$

2) Rumus BEP dalam unit.

$$BEP (Unit) = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual per unit} - \text{Biaya variabel per Unit}} \quad 2$$

(Saleh et al., 2022)

Tabel 1. Data Fixed Cost dan Variable Cost

No	Keterangan	Jenis Biaya	
		Biaya Tetap	Biaya Variable
1.	Biaya <i>Franchise</i>	Rp10.000.000	
2.	Peralatan Usaha	Rp4.000.000	
3.	Gaji Karyawan	Rp40.000	
5.	Bahan Baku		Rp6.454.000
6.	Listrik		Rp100.000
7.	Upah Karyawan		Rp 5.000/jam
8.	Biaya Lain-lain.		Rp2.406.000
	Jumlah	Rp14.040.000	Rp8.665.000

Berdasarkan tabel di atas, dapat diamati bahwa biaya terbesar yang dikeluarkan oleh UMKM Waralaba Es Teh Sruput adalah total biaya tetap yaitu senilai Rp 14.040.000, sedangkan biaya variabel senilai Rp 8.665.000. Dalam analisis Break Even Point, volume penjualan, harga jual, dan pendapatan merupakan faktor kunci yang menentukan titik impas. Penelitian yang dilakukan pada UMKM Waralaba Es Teh Sruput di daerah Polokarto, Sukoharjo menghasilkan data volume penjualan dan harga jual per unit, seperti yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 2. Data Volume Penjualan, Harga Jual dan Pendapatan pada UMKM Franchise Es Teh Sruput pada bulan November .

No	Volume Penjualan	Harga Jual (Rp)	Pendapatan
1	5.000	3.000	15.000.000

Data menunjukkan bahwa pada bulan November 2024, pendapatan dari produk tersebut mencapai Rp15.000.000, dengan harga jual per unit Rp3.000, sehingga menghasilkan volume penjualan sebanyak 5.000 unit. Berdasarkan perhitungan Break Even Point, diperoleh angka-angka sebagai berikut: biaya tetap = Rp 14.040.000, biaya variabel = Rp 8.665.000, harga jual per unit = Rp 3.000, biaya variabel per unit = Rp 1.733, dan total pendapatan = Rp 15.000.000

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{biaya tetap}}{1 - \frac{\text{biaya Variable per unit}}{\text{harga jual per unit}}} \quad 1$$

$$= \frac{\text{Rp14.040.000}}{1 - \frac{\text{Rp1.773}}{\text{Rp3.000}}}$$

$$\text{Hitung rasio} = \frac{\text{biaya variable per Unit}}{\text{harga jual per unit}} = \frac{\text{Rp1.773}}{\text{Rp3.000}} = 0,591$$

$$\text{Hitung} - 0,591 = 1 - 0,591 = 0,409$$

$$\text{Hitung BEP (Rp)} \frac{\text{Rp14.040.000}}{\text{Rp0,409}} = \text{Rp34.313.696}$$

$$\text{BEP (Unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual per Unit} - \text{Biaya Variabel per Unit}} \quad 2$$

$$= \frac{\text{Rp14.040.000}}{\text{Rp1.267}}$$

= 11.083 unit

Kalkulasi Break Even Point dalam unit dan rupiah menunjukkan bahwa UMKM Es Teh Sruput mencapai titik impas pada November 2024 di angka 11.083 unit atau Rp 34.313.696.

4. Kesimpulan

Di suatu negara pasti mewajibkan untuk ditingkatkannya peran di dalam ekonomi local, dengan cara apa ekonomi local dapat ditingkatkan, yaitu dengan cara mendirikan dan mendukung adanya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Signifikansi UMKM terletak pada kemampuannya untuk membantu meningkatkan status ekonomi masyarakat kecil dan mempersempit kesenjangan pendapatan. Berdasarkan analisis dan perhitungan yang diperoleh, kesimpulan yang dapat diambil dari analisis Break Even Point UMKM Waralaba Es Teh Sruput adalah BEP untuk bulan November adalah 11.083 unit dan Rp 34.313.696,-. Temuan ini berimplikasi pada proses penganggaran penjualan UMKM Waralaba Es Teh Sruput. Untuk memastikan bisnis impas, UMKM harus menetapkan target penjualan melebihi 11.083 unit dan target pendapatan melebihi Rp 34.313.696 dalam anggarannya. Dalam konteks ini, perhitungan Break Even Point menjadi alat yang berharga bagi UMKM.

Daftar Pustaka

- Defa, A. S., Febrianisa, A. E., Maharani, T. P., Listiani, T., & Susanto, R. (2022, January). Analisis Break Even Point (BEP) Usaha Jati Furniture di Desa Sambirembel Kecamatan Kalijambe Kabupaten Sragen. In *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains dan Teknologi* (Vol. 2, No. 1, pp. 18-18).
- Emanauli, E., Sari, F. P., & Oktaria, F. (2021). Analisis Break Event Point (Bep) Pada Pabrik Teh Pt. Perkebunan Nusantara Vi Unit Usaha Kayu Aro. *JAS (Jurnal Agri Sains)*, 5(1), 24-34.
- Hidayat, A., Lesmana, S., & Latifah, Z. (2022). Peran Umkm (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6707-6714.
- Komara, B. D., Setiawan, H. C. B., & Kurniawan, A. (2020). Jalan terjal UMKM dan pedagang kecil bertahan di tengah pandemi Covid-19 dan ancaman krisis ekonomi global. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(3), 342-359.
- Kristianto, A., Nugroho, L., Ikhwanudin, M. K., Christian, N. D. R., Pangestu, P. D. A., & Susanto, R. (2022, January). Analisis “Break Even Point (BEP)” Pada Kangen Café di Masa Pandemi. In *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains dan Teknologi* (Vol. 2, No. 1, pp. 1-1).
- 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.
- Maesaroh, S. S. (2020). Upaya peningkatan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Kota Tasikmalaya melalui pemanfaatan system informasi geografis (SIG). *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 11(1), 61-74.
- Mufriantje, F., & Saputra, I. (2020). Analisis Break Even Point dan Return Of Investment pada Usaha Ikan Asin di Kelurahan Sumber Jaya Kecamatan Kampung Melayu Kota Bengkulu. *Jurnal Agribis*, 13(2).
- Riwayadi. (2019). *Akuntansi Biaya: Pendekatan Tradisional Dan Kontemporer Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat
- Salatalohy, N. S., Nusamara, E. M., Niklerek, Y., Likumahua, G. J., Hataul, R. A., Sahetapy, V. A., ... & Manuhutu, M. Z. (2024). *STUDI KELAYAKAN USAHA MIKRO KECIL*

-
- MENENGAH (UMKM) MINUMAN KEKINIAN “BUBBLE HALUW”. *Jurnal Tagalaya Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 25-32.
- Saleh, S. M., Agustin, M. A., & Amor, A. (2022). Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Umkm Muthia Bakery Di Kabupaten Tanah Datar. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(2).
- Shokoshoci, N., & Trisyanto, A. (2023). Sosialisasi Rencana Anggaran Biaya Pada UMKM Gadungku di Desa Tegallega. Konferensi Nasional Penelitiandan Pengabdian (KNPP) Ke-3 Universitas Buana Perjuangan Karawang, 2559–2566.
- Surya, A., Yunindra, A. E., Sari, M., Deffi, S. W. P., Salwa, S., & Umami, A. R. (2023). Pelatihan Menyusun Anggaran Untuk UMKM Di Desa Pahawang. *Insani Mandiri: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 7–14. <https://ejournal.stikestrimandirisakti.ac.id/index.php/insanmandiri>
- Wardani, Y. D., Indira, A. L., Cahyaningrum, M., & Yahya, B. (2023). ANALISIS MANAJEMEN KEUANGAN PADA UMKM FRANCHISE TEH POCL. *Musyitari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 2(3), 41-50.
- Zalukhu, R. S., Hutauruk, R. P. S., Collyn, D., Sinurat, Y. M., & Sinaga, M. (2024). Analisis Struktur Biaya Dan Break Even Point Pada UMKM Salero Basamo. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 2(3), 336-346.