

Analisis *Break Even Point* (BEP) Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada PT Unilever Tahun 2021-2024

Nurhasanah¹, Ayu Lestari², Aprilia Nefrit Pah³, Luthfi Afrian Syah⁴, Najib Dzannur⁵

nurkhasanah020@gmail.com, ayulestari.24617@gmail.com, apriiapah23@gmail.com, lutfiarfians@gmail.com, najibdz13@gmail.com

Program Studi Manajemen, Universitas Bina Sarana Informatika

Article Info

Article history:

Received 27/06/2025

Revised 29/06/2025

Accepted 29/06/2025

Abstract

Companies in the consumer goods sector are companies that produce goods and materials for household needs and also personal needs, here we will conduct research on one of the largest companies in Indonesia, namely PT Unilever Indonesia Tbk, where the company is engaged in consumer goods. The purpose of this study is to explore how PT Unilever Indonesia Tbk uses Break Even Point (BEP) as a profit forecasting strategy from 2020 to 2024. The break-even threshold is very important for businesses to effectively plan sales tactics and control costs in a highly competitive business environment. The main objective of this study is to identify and analyze the annual margin contribution and break-even point of PT Unilever Indonesia Tbk to assess how these elements affect the company's net income. This study uses a quantitative descriptive approach and relies on information from the company's annual financial statements. The study findings show that although cost effectiveness is relatively constant, the company's net profit decline is also influenced by declining sales. The downward trend is not immediately corrected, this condition indicates an increased risk of loss. As a result, the BEP created can be a valuable instrument for strategic decision making and profit planning Profit

Keywords: Break Even Point, profit planning.

Abstrak

Perusahaan di bidang barang konsumen merupakan perusahaan yang memproduksi barang dan bahan untuk kebutuhan rumah tangga dan juga kebutuhan pribadi, disini kami akan melakukan penelitian pada salah satu perusahaan terbesar di Indonesia yaitu PT Unilever Indonesia Tbk dimana perusahaan tersebut bergerak di bidang barang konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi cara PT Unilever Indonesia Tbk menggunakan Break Even Point (BEP) sebagai strategi peramalan laba dari tahun 2020 hingga 2024. Ambang titik impas sangat penting bagi bisnis untuk secara efektif merencanakan taktik penjualan dan mengendalikan biaya dalam lingkungan bisnis yang sangat kompetitif. Tujuan utama penelitian ini adalah mengidentifikasi dan menganalisis kontribusi margin tahunan dan titik impas PT Unilever Indonesia Tbk untuk menilai bagaimana elemen-elemen ini memengaruhi laba bersih perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dan mengandalkan informasi dari laporan keuangan tahunan perusahaan. Temuan studi menunjukkan bahwa meskipun efektivitas biaya relatif konstan, penurunan laba bersih perusahaan juga dipengaruhi oleh penurunan penjualan. Tren penurunan tidak segera diperbaiki, keadaan ini menandakan peningkatan risiko kerugian. Hasilnya, BEP yang tercipta dapat menjadi instrumen yang berharga bagi pengambilan keputusan strategis dan perencanaan keuntungan Laba.

Kata Kunci: Break Even Point, perencanaan laba.



PENDAHULUAN

Setiap perusahaan pasti ingin usahanya menghasilkan keuntungan. Laba merupakan hal yang penting karena laba merupakan indikator kesehatan perusahaan dan kemampuannya untuk bertahan dan berkembang. Namun, untuk memaksimalkan laba, perusahaan tidak hanya perlu menjual produk sebanyak-banyaknya. Perusahaan juga perlu mengetahui biaya yang dikeluarkan dan berapa besar pendapatan yang dibutuhkan untuk menutupi biaya tersebut.

Di sinilah pentingnya analisis titik titik impas(BEP). Bisnis dapat menggunakan BEP untuk menghitung ambang penjualan dimana mereka dapat memperoleh laba yaitu, ketika semua biaya telah dibayarkan dan setiap penjualan menghasilkan laba. Dengan mengetahui titik impas, perusahaan dapat menyusun strategi penjualan, menetapkan target penjualan, dan membuat perencanaan laba yang lebih realistis.

PT Unilever Indonesia Tbk merupakan salah satu perusahaan terbesar di Indonesia yang bergerak di bidang barang konsumsi. Produk-produk Unilever sudah dikenal luas oleh masyarakat, dan perusahaan ini memiliki sistem operasional yang cukup kompleks. Dalam pasar yang sangat kompetitif saat ini dan kondisi ekonomi yang terus berubah, perencanaan laba yang matang tentunya. Salah satu metode untuk meraihnya adalah dengan memanfaatkan analisis BEP sebagai sarana untuk mengambil keputusan yang lebih akurat, terutama tentang biaya dan sasaran penjualan.

Penelitian ini mengkaji bagaimana PT Unilever Indonesia Tbk melaksanakan perencanaan laba dengan menggunakan pendekatan titik impas selama periode tahun 2021 hingga tahun 2024. Dengan melakukan perbandingan dari tahun ke tahun, Diharapkan analisis ini dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang efektivitas perusahaan dalam mengelola biaya dan mencapai titik impas.

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk memahami penerapan alat analisis *Break Even Point* dalam perencanaan keuntungan perusahaan di PT. Unilever.

Akuntansi biaya adalah proses mengidentifikasi, mencatat, menghitung, meringkas, merotasi, dan melaporkan biaya suatu produk, baik barang atau jasa, menggunakan metode dan sistem khusus yang memungkinkan Administrasi membuat keputusan bisnis yang efektif dan efisien. (Fatimah et al., 2019)

Biaya dapat dibagi menjadi tiga kategori, yaitu:

1. Biaya Tetap
Biaya tetap adalah biaya yang nilainya tetap konstan dan tidak dipengaruhi oleh fluktuasi produksi atau permintaan bisnis dalam jangka waktu tertentu; perusahaan harus menanggung biaya ini terlepas dari tingkat produksi atau hasil penjualan.
2. Biaya Variabel
Biaya variabel adalah biaya yang berfluktuasi berdasarkan perubahan tingkat produksi atau volume kegiatan bisnis yang sedang berlangsung.
3. Biaya Semi Variabel
Biaya yang memiliki komponen tetap dan variabel disebut biaya semi-variabel. Sementara biaya tertentu berubah dengan tingkat produksi yang berbeda, biaya lainnya harus dibayar terlepas dari aktivitas produksi.

Perencanaan laba melibatkan pilihan yang dibuat oleh manajemen dalam jangka waktu tertentu mengenai tujuan keuangan yang ingin dicapai bisnis. Indikator penting dalam perencanaan laba adalah faktor biaya, khususnya pengeluaran yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan bermanfaat, terutama dalam meningkatkan laba.(Palupi & Wulan, 2021).

1. *Fixed or static budget* (Anggaran tetap atau statistik) ditetapkan berdasarkan prediksi mengenai tingkat kinerja yang stabil yang diharapkan dapat diraih oleh perusahaan dalam periode momen tertentu. Dengan demikian, anggaran untuk pendapatan dan biaya disusun berdasarkan tingkat kinerja tersebut.
2. *Flexible budget or sliding scale* (anggaran fleksibel atau anggaran skala naik turun) adalah anggaran yang dibuat berurutan yang membandingkan beberapa tingkat volume kemampuan, disini anggaran dibedakan menjadi anggaran biaya tetap da anggaran biaya variable, jumlah total untuk anggaran biaya tetap akan sama dalam rentang kapasitas tertentu, sedangkan jumlah total anggaran biaya variable akan mengalami perubahan secara proporsional sesuai dengan perubahan tingkat kapasitas.

Agar perusahaan tidak mengalami kerugian atau kendala, analisis ini bertujuan untuk memastikan bahwa total pendapatan dari penjualan dan biaya keseluruhan seimbang. Penjualan minimum yang diperlukan untuk memenuhi tujuan laba jangka pendek mungkin ditetapkan oleh manajemen. BEP mengevaluasi bagaimana pendapatan, laba, biaya tetap, dan biaya variabel saling berhubungan. Evaluasi ini membantu bisnis dalam memahami bagaimana variasi penjualan memengaruhi laba, sehingga memungkinkan peramalan laba yang lebih akurat dan tepat. BEP membantu dalam menentukan margin kontribusi yang diperlukan untuk membayar biaya tetap dan menghasilkan laba serta biaya variabel dari barang yang dipasok. Untuk mencapai tujuan laba, data ini penting untuk menentukan strategi penetapan harga dan sasaran penjualan.

Melalui analisis margin of safety yang terkait dengan BEP, perusahaan dapat mengukur seberapa besar penjualan dapat turun sebelum mengalami kerugian. Hal ini membantu manajemen dalam mengambil keputusan strategi untuk menghindari kerugian dan merencanakan laba secara realistis. Menurut (Arrizqi & Mulyati, 2018) yang mengatakan bahwa batas keamanan atau margin of safety jumlah penjualan akan berkurang sebelum terjadi defisit. Semakin besar margin keamanannya, semakin kecil kemungkinan terjadinya defisit.
Perhitungan margin of safety:

$$MoS = \frac{T. \text{ Penjualan} - P. \text{ Titik Impas}}{\text{Total Penjualan}}$$

Total Penjualan

Satuan, nilai mata uang, atau persentase dapat digunakan untuk menyampaikan perhitungan. Untuk memastikan perusahaan tidak mengalami penurunan penjualan atau mencapai tingkat penjualan yang tidak menguntungkan, manajemen dapat menggunakan perhitungan ini sebagai tolok ukur untuk mempertahankan tingkat penjualan yang dicapai. (Palenteng et al., 2022).

Break Even Point

Break Even Point (BEP) adalah ketika perusahaan tidak mendapatkan keuntungan atau mengalami kerugian selama operasinya. Dengan kata lain, ini adalah situasi di mana pendapatan dan pengeluaran sama besarnya, sehingga menghasilkan laba bisnis nol (total pengeluaran = pendapatan). Analisis BEP mengevaluasi hubungan antara profitabilitas dan jumlah penjualan. Tujuannya adalah menemukan tingkat aktivitas di mana pendapatan penjualan sama dengan jumlah semua biaya variabel dan tetap. Dalam skenario ini, analisis BEP biasanya digunakan untuk menentukan laba bersih perusahaan. Memahami laba bersih ini membantu manajemen dalam memutuskan berapa banyak unit yang akan diproduksi atau ditawarkan untuk dijual untuk meminimalkan defisit. Kelemahan analisis BEP adalah analisis ini hanya dapat digunakan untuk satu jenis produk. Dengan beberapa jenis produk, kombinasi atau komposisi penjualan tetap tidak berubah. (Manuho et al., 2021).

Manfaat Analisis *Break Even Point* (BEP) :

Menurut (Fauzi et al., 2024) Dengan menggunakan analisis titik impas, manajer bisnis biasanya dapat menentukan berapa biaya, laba, dan volume penjualan yang dapat dicapai pada ambang penjualan tertentu. Keuntungan lainnya meliputi:

1. Tetapkan ambang batas penjualan minimum yang harus dicapai perusahaan untuk mencegah timbulnya kerugian
2. Menetapkan target penjualan untuk mencapai margin keuntungan yang diinginkan
3. Periksa bagaimana perubahan harga jual, harga beli, dan volume penjualan memengaruhi margin defisit.

Analisis titik impas sangat penting untuk manajer usaha karena membantu mereka mengambil keputusan yang lebih bijak dan akurat.

Kerentanan *Titik Impas*

Meskipun perusahaan sering menggunakan analisis titik impas ini, analisis ini memiliki beberapa kelemahan. Salah satu kelemahan utama analisis titik impas ini adalah asumsi linearitas, klasifikasi biaya, dan penggunaan terbatas untuk jangka waktu pendek.

1. Premis mengenai linearitas

Secara umum, volume penjualan terkait erat dengan harga jual per unit dan biaya variabel per unit. Dengan kata lain, menurunkan harga jual per unit adalah satu-satunya cara untuk mencapai tingkat penjualan tertentu. Situasi ini pasti mengarah pada tren linier. Lebih jauh, seiring peningkatan penjualan dan peningkatan kapasitas penuh, biaya operasi variabel per unit juga meningkat.

2. Klasifikasi biaya

Keterbatasan analisis titik impas adalah bahwa biaya bersifat variabel sebagian. Dengan kata lain, biaya sulit dikategorikan karena biaya tersebut tetap konstan pada tingkat tertentu dan kemudian berubah setelah tingkat tersebut tercapai.

3. Durasi penggunaan

Keterbatasan analisis titik impas adalah jangka waktunya yang terbatas; analisis ini umumnya hanya diterapkan untuk proyeksi tahunan. Ketika sebuah bisnis berinvestasi besar dalam biaya iklan atau biaya lainnya, pengembalian atas biaya tersebut (investasi tambahan) tidak akan terlihat dalam jangka pendek karena meningkatnya biaya operasional. Oleh karena itu, pendapatan yang ingin dicapai menurut analisis titik impas juga harus melebihi peningkatan biaya operasional.

Dengan berbagai jenisnya, struktur penjualan, yang juga disebut komposisi penjualan, tetap tidak berubah. Di pasar saat ini, perusahaan merasa cukup sulit untuk meningkatkan daya saing mereka dengan memproduksi banyak produk. Diasumsikan pula bahwa Harga jual per unit tetap sama tidak berubah, terlepas dari jumlah volume penjualan atau harga keseluruhan. Analisis titik impas biasanya diterapkan hanya untuk proyeksi operasional satu tahun karena fokusnya pada jangka waktu yang pendek. Ketika sebuah perusahaan mengalokasikan anggaran yang besar untuk iklan atau biaya lainnya, dampak dari biaya tersebut (investasi lebih lanjut) tidak akan terlihat dalam jangka pendek karena meningkatnya biaya operasional. Oleh karena itu, pendapatan yang ingin dicapai menurut analisis titik impas juga harus melebihi peningkatan biaya operasional. (Maruta, 2018)

Metode Perhitungan Break Even Point (BEP)

Metode umum untuk menghitung titik impas adalah metode persamaan, metode margin kontribusi, dan metode grafis. Ketiga metode ini pada dasarnya menghasilkan hasil yang sama, tetapi persamaan margin kontribusi dibuat secara berbeda. Berikut ini menjelaskan ketiga metode tersebut untuk memperjelas perbandingan:

1. Pendekatan berbasis persamaan

Pendekatan berbasis persamaan merupakan salah satu teknik yang diterapkan dalam evaluasi laporan laba rugi. Dalam kerangka ini, terdapat persamaan dasar yang dapat diilustrasikan di bawah ini:

$$\text{Penghasilan Total} = \text{Biaya Total}$$

Lebih lanjut, persamaan ini dapat dirintis menjadi :

$$\text{Penghasilan Total} = \text{Biaya Variabel} + \text{Biaya Tetap}$$

Dengan demikian, Pendekatan ini menunjukkan hubungan antara pendapatan yang dihasilkan dan total Biaya yang dikeluarkan, termasuk biaya tetap dan biaya variable.

Dalam konteks analisis biaya dan pendapatan, Berikut ini adalah penjelasan variabel yang digunakan:

Keterangan :

a = menunjukkan harga satuan produk yang dijual

x = menunjukkan jumlah unit produk yang dijual atau diproduksi

c = adalah biaya tetap yang dikeluarkan

b = menunjukkan variabel biaya yang terkait dengan masing-masing unit produk.

Dalam situasi BEP, perusahaan tidak memperoleh laba atau ($y = 0$) atau diberikan dalam persamaan berikut:

$$\begin{aligned}
 0 &= ax - bx - c \\
 ax &= bx + c \\
 bx - bx &= c \\
 x(a - b) &= c \\
 x &= \frac{c}{a - b} \dots \dots \text{Persamaan titik BEP dalam unit}
 \end{aligned}$$

Break Even Point dalam satuan uang penjualan

$$\text{BEP (rupiah)} = \frac{c}{1 - \left[\frac{b}{a}\right]}$$

a. Break Even Point dalam unit produk

$$\text{BEP(unit)} = \frac{c}{a - b}$$

Pada keadaan titik impas laba operasinya sama dengan nol, sehingga akan menghasilkan jumlah produk (dalam satuan unit maupun satuan uang penjualan) yang dijual mencapai titik impas ditambah biaya tetap.

2. Metode Kontribusi Unit

Metode kontribusi unit adalah suatu variasi dari metode persamaan. Dalam metode ini, kontribusi margin yang dihasilkan dari penjualan setiap unit atau satuan barang berfungsi untuk menutupi biaya tetap. Untuk menggunakan metode unit kontribusi, diperlukan angka margin kontribusi. Margin kontribusi dibagi dengan total pendapatan untuk mendapatkan rasio margin kontribusi. Di sisi lain, pendapatan penjualan dapat diperoleh dengan mengurangi biaya variabel. Untuk menentukan titik impas, digunakan rumus tersebut:

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin Kontribusi Per Unit}}$$

$$\text{BEP (Rupiah)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$

3. Metode Grafis

Pada grafik titik impas, sumbu x, atau garis horizontal, menggambarkan volume penjualan, dan sumbu y, atau garis vertikal, menggambarkan biaya. Sisi kiri garis titik impas menggambarkan kerugian perusahaan, sedangkan sisi kanan menggambarkan laba perusahaan. Metode grafis membantu menghindari metode matematis saat mempertimbangkan berbagai tingkat penjualan di bagian tengah. Metode ini membantu dalam mengevaluasi dampak perubahan penjualan selama setahun terakhir dan dalam memproyeksikan penjualan untuk tahun berikutnya.

Menurut Simamora, memiliki beberapa aspek penting, apabila harga jual melebihi biaya variabel (menghasilkan margin kontribusi yang positif), kenaikan penjualan akan menguntungkan perusahaan, baik dalam bentuk peningkatan laba maupun pengurangan kerugian. Untuk itu, perusahaan sebaiknya terus beroperasi, karena kerugian yang dialami akan semakin membesar jika mereka berhenti atau

menutup usahanya. Kondisi ini umumnya kerap terlihat pada usaha yang bersifat musiman. (Kharismawati et al., 2021)

Faktor-faktor perubahan dalam analisis BEP

Untuk mencegah perusahaan mengalami kerugian, analisis BEP berfungsi sebagai instrumen penting untuk mengidentifikasi tingkat penjualan yang diperlukan agar total pendapatan sesuai dengan total biaya. (Luntungan & Tinangon, 2021)

Ada beberapa Faktor-faktor perubahan dalam analisis BEP:

1. Harga Jual per Unit:
 - a) Peningkatan harga jual: mempercepat pemulihan biaya tetap, karena peningkatan pendapatan dari setiap penjualan menurunkan titik impas.
 - b) Penurunan harga jual: Diperlukan unit tambahan untuk mencapai pendapatan yang sesuai dengan total biaya, *Break Even Point* (BEP) akan meningkat
2. Perubahan Biaya Tetap (Fixed Cost)

Biaya tetap mengacu pada keseluruhan biaya yang tetap konstan dan tidak terpengaruh oleh perubahan output yang dihasilkan oleh suatu aktivitas selama jangka waktu tertentu. Sebaliknya, biaya untuk setiap unit bervariasi secara terbalik seiring dengan perubahan output aktivitas. (Sherly et al., 2021). BEP secara langsung dipengaruhi oleh kenaikan atau penurunan biaya tetap seperti sewa, gaji tetap, dan penyusutan. BEP akan meningkat ketika biaya tetap meningkat, dan sebaliknya.

 - a) Kenaikan Biaya Tetap: Jika biaya seperti sewa atau gaji bersifat tetap, asuransi, atau depresiasi meningkat, perusahaan perlu menjual lebih banyak unit atau mencapai pendapatan yang lebih tinggi untuk menutupi biaya-biaya ini. Akibatnya, titik impas akan naik.
 - b) Penurunan Biaya Tetap: Sebaliknya, jika perusahaan berhasil mengurangi biaya tetap, misalnya dengan negosiasi ulang kontrak sewa atau efisiensi operasional, maka titik impas akan turun.
3. Perubahan Biaya tidak tetap

Biaya tidak tetap merupakan jumlah biaya tambahan untuk setiap unit yang diproduksi dan berubah sebanding dengan aktivitas perusahaan. Biaya ini dapat dianggap sebagai biaya normal. (Assegaf, SE., MM., 2019)

 - a) Kenaikan Biaya tidak tetap: Peningkatan Biaya bahan baku, tenaga kerja langsung per unit, dan biaya overhead pengiriman, atau komisi penjualan akan meningkatkan total biaya untuk setiap perangkat yang diproduksi dan dijual. Hal ini akan menaikkan titik impas karena harga jual per unit dikurangi biaya variabel per unit adalah margin kontribusi per unit. menjadi lebih kecil.
 - b) Penurunan Biaya Variabel: Jika perusahaan dapat menekan biaya variabel per unit melalui pembelian massal, negosiasi dengan pemasok, atau peningkatan efisiensi produksi, margin kontribusi per unit akan meningkat, sehingga titik impas akan merosot.
4. Volume Penjualan:

Volume penjualan, juga dikenal sebagai sales volume, merujuk mengenai kuantitas unit produk atau layanan yang dijual perusahaan dalam periode waktu tertentu.

 - a) Peningkatan volume penjualan: Meskipun tidak secara langsung mengubah BEP, peningkatan penjualan di atas titik impas akan menghasilkan keuntungan yang lebih besar.
 - b) Penurunan volume penjualan: Jika penjualan turun Bisnis merugi jika berada di bawah titik impas.

Objek penelitian dalam analisis BEP

Secara umum, analisis BEP digunakan oleh perusahaan atau unit bisnis untuk menentukan pada tingkat penjualan berapa mereka mencapai titik keseimbangan, yaitu Ketika Seluruh jumlah yang dibelanjakan sama dengan jumlah uang yang dihasilkan.

Objek penelitian ini bisa berupa:

- a) Perusahaan secara keseluruhan: Menganalisis BEP untuk seluruh operasi bisnis.
- b) Lini produk atau layanan tertentu: Menganalisis BEP untuk setiap produk atau layanan yang ditawarkan perusahaan.
- c) Unit bisnis atau divisi: Menganalisis BEP untuk setiap unit atau divisi dalam perusahaan yang lebih besar.
- d) Proyek atau investasi baru: Menganalisis BEP untuk mengevaluasi kelayakan finansial suatu proyek atau investasi.

Metode analisis data dalam analisis BEP

Analisis titik impas adalah prosedur analitis untuk memeriksa hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, laba dan volume aktivitas (Pangemanan, 2016), umumnya melibatkan perhitungan matematis dan visualisasi grafis. Berikut adalah metode utama:

1. *Break Even Point* (BEP) dalam Unit

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

- Total Biaya Tetap : Biaya yang tidak berubah terlepas dari tingkat penjualan atau produksi (misalnya, sewa, gaji tetap, asuransi).
- Harga Jual per Unit : Harga jual untuk setiap unit produk atau layanan.
- Biaya Variabel per Unit : Biaya yang berubah sehubungan dengan volume produksi atau penjualan (misalnya, biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung).

2. *Break Even Point* (BEP) dalam Rupiah (Nilai Penjualan)

Ada dua cara utama untuk menghitung BEP dalam rupiah:

- Menggunakan BEP dalam Unit:

$$BEP (Rupiah) = BEP(unit) \times \text{Harga Jual Per unit}$$

- Menggunakan Rasio Margin Kontribusi:

$$BEP (Rupiah) = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$

Langkah-langkah Perhitungan BEP dengan Margin Kontribusi:

Margin Kontribusi:

Margin Kontribusi = Penjualan – HPP (Harga Pokok Penjualan)

Keterangan:

- Penjualan adalah jumlah total pendapatan dari penjualan barang atau jasa.
- HPP adalah total biaya yang dikeluarkan dalam memproduksi barang atau jasa yang dijual.

$$\text{Margin Kontribusi (\%)} = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Penjualan}}$$

Keterangan:

Margin kontribusi menunjukkan seberapa besar persentase penjualan yang tersedia untuk menutupi biaya tetap setelah dikurangi harga pokok penjualan.

$$BEP = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin Kontribusi (\%)}}$$

Keterangan:

- Biaya seperti sewa, gaji tetap, dan lainnya yang tidak berubah sesuai dengan tingkat produksi atau penjualan disebut biaya tetap.
- Margin kontribusi (%) menggambarkan seberapa besar kontribusi setiap unit penjualan untuk menutupi biaya tetap.

Rumus BEP yang disebutkan di atas merupakan inti dari metode analisis data yang digunakan dalam analisis BEP. Dengan memahami dan menerapkan rumus-rumus ini, perusahaan dapat menentukan volume penjualan minimum yang diperlukan untuk menutupi semua biaya dan menghasilkan laba. Analisis tambahan seperti analisis sensitivitas dan grafik membantu memperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang dinamika biaya, volume, dan laba.

Dampak *Break Even Point* (BEP)

Dampak *Break Even Point* (BEP) pada perusahaan memiliki peranan yang sangat penting dalam pengelolaan keuangan dan penentuan strategi bisnis. Berikut adalah beberapa dampak positif dari BEP:

- Pemahaman Total Biaya Produksi: Dengan melakukan perhitungan BEP, perusahaan dapat menentukan total biaya yang dikeluarkan selama proses produksi, yang memungkinkan mereka untuk mengoptimalkan biaya dan meningkatkan efisiensi.
- Dasar untuk Menghitung Laba: BEP membantu bisnis memilih harga jual terbaik. Untuk memperoleh laba, serta memperkirakan waktu yang diperlukan untuk menjual produk.
- Estimasi Waktu Pengembalian Modal: Melalui perhitungan BEP, perusahaan dapat memperkirakan jumlah produk yang harus terjual dan waktu yang dibutuhkan untuk menjual produk, sehingga dapat memprediksi kapan bisnis akan mulai meraih keuntungan.
- Analisis Profitabilitas: BEP memungkinkan perusahaan untuk menganalisis apakah bisnis tersebut benar-benar menghasilkan laba, sehingga dapat menilai profitabilitasnya.
- Pengelolaan Risiko Kerugian: Dengan pemahaman yang baik tentang BEP Bisnis dapat dikelola dengan lebih efisien. Risiko kerugian dan merencanakan keuangan dengan lebih akurat.
- Penetapan Target Penjualan: BEP membantu perusahaan dalam menetapkan target penjualan yang realistis serta menilai kelayakan investasi atau strategi ekspansi.

Namun, BEP juga dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti :

- Harga Jual: Harga jual yang lebih tinggi akan menurunkan jumlah unit yang harus dijual untuk mencapai BEP.
- Biaya Tetap: Biaya tetap yang lebih tinggi akan meningkatkan target penjualan untuk mencapai BEP.
- Biaya Variabel: Biaya variabel yang lebih rendah akan mempercepat pencapaian BEP.
- Volume Penjualan: Volume penjualan yang lebih tinggi akan mempercepat perusahaan dalam mencapai BEP.

Dengan memahami BEP dan faktor-faktor yang mempengaruhinya, perusahaan dapat memutuskan secara lebih efektif tentang taktik pemasaran, tingkat produksi, dan harga jual.

METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menetapkan bahwa objek penelitian adalah laporan keuangan PT Unilever Indonesia Tbk, khususnya laporan laba rugi tahunan periode 2020 sampai dengan 2024. Fokus utama analisis adalah pada elemen-elemen seperti penjualan bersih, harga pokok penjualan (HPP), biaya operasional (biaya tetap), dan laba bersih, yang menjadi dasar perhitungan margin kontribusi dan BEP.

Jenis Dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data tersebut diambil dari laporan tahunan PT Unilever Indonesia Tbk yang dipublikasikan secara resmi melalui situs perusahaan dan Bursa Efek Indonesia. Data tersebut meliputi penjualan bersih, harga pokok penjualan, laba usaha, dan biaya operasional selama periode lima tahun.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui dokumentasi, yaitu dengan mengakses dan menyalin laporan tahunan PT Unilever Indonesia Tbk yang tersedia secara publik. Dokumen yang relevan kemudian diolah menjadi tabel analisis guna mempermudah perhitungan dan interpretasi BEP serta margin kontribusi.

Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode perhitungan *Break Even Point* (BEP) dengan menerapkan pendekatan margin kontribusi. Rumus yang digunakan adalah:

Margin kontribusi = Penjualan - Harga Pokok Penjualan (HPP)

Selain menghitung BEP, analisis penjualan, margin kontribusi, dan laba bersih tahun ke tahun dilakukan untuk mengetahui sejauh mana efisiensi dan keberlanjutan laba perusahaan. Data dianalisis secara komparatif untuk mengetahui dampak perubahan biaya dan penjualan terhadap titik impas dan laba bersih perusahaan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengolahan Data Penelitian

Tahun	Pendapatan Bersih	Harga Pokok Penjualan (HPP)	Laba Bruto	Beban Usaha	Laba Usaha	Laba Bersih
2020	42.972	20.515	22.457	13.006	9.451	7.164
2021	39.546	19.620	19.926	11.947	7.679	5.758
2022	41.219	22.154	19.065	11.996	7.069	5.365
2023	38.611	19.417	19.195	12.915	6.279	4.801
2024	35.139	18.419	16.720	12.305	4.415	3.369

Tabel 1 : Rekap Data Laba Rugi PT. Unilever Indonesia Tbk 5 Tahun Terakhir

Perhitungan Break-Even Point (BEP) dengan Menggunakan Margin Kontribusi

Perhitungan *Break Even Point* (BEP) adalah teknik analisis keuangan yang digunakan untuk menentukan titik impas di mana total pendapatan perusahaan sama dengan total biayanya. Perhitungan margin kontribusi adalah salah satu cara untuk menentukan BEP. Margin kontribusi adalah selisih antara pendapatan penjualan dan harga pokok penjualan, yang menunjukkan seberapa besar kontribusi penjualan untuk menutupi biaya tetap perusahaan.

Tahun	Penjualan	HPP	Margin Kotribusi	Margin (%)	Beban Usaha (Biaya Tetap)	BEP (Estimasi)	Laba Bersih
2020	42.972	20.515	22.457	52.25%	13.006	24.887	7.164
2021	39.546	19.620	19.926	50.38%	11.947	23.710	5.758
2022	41.219	22.154	19.065	46.25%	11.996	25.935	5.365
2023	38.611	19.417	19.194	49.71%	12.915	25.980	4.801
2024	35.139	18.419	16.720	47.58%	12.305	25.860	3.369

Tabel 2 : Hasil Perhitungan Data Laba Rugi PT. Unilever Indonesia Tbk

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis kinerja keuangan PT Unilever Indonesia Tbk dengan menggunakan pendekatan *Break Even Point* (BEP) selama lima tahun terakhir, yaitu dari tahun 2020 hingga 2024. Analisis difokuskan pada informasi yang diperoleh dari laporan tahunan resmi industri, dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana efisiensi operasional perusahaan serta kemampuan dalam menghasilkan laba setelah menutupi seluruh biaya tetap dan variabel.

Dari data yang diperoleh, terlihat bahwa penjualan bersih perusahaan mengalami tren penurunan secara bertahap, dari Rp 42,972 miliar pada tahun 2020 menjadi Rp 35,139 miliar pada tahun 2024. Penurunan ini mencerminkan adanya tantangan di sektor industri barang konsumen, baik karena persaingan yang semakin ketat, perubahan perilaku konsumen, maupun tekanan ekonomi secara umum. Meski demikian, PT Unilever Indonesia tetap mampu menjaga margin kontribusinya pada tingkat yang relatif stabil, berkisar antara 47% hingga 52% selama periode lima tahun tersebut.

Penurunan penjualan tersebut berdampak langsung pada menurunnya laba bersih perusahaan. Pada tahun 2020, laba bersih tercatat sebesar Rp 7,164 miliar, namun pada tahun 2024, angka ini turun hampir setengahnya menjadi hanya Rp 3,369 miliar. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun efisiensi dalam pengelolaan biaya variabel tetap terjaga, penurunan volume penjualan memberikan tekanan cukup besar terhadap profitabilitas perusahaan secara keseluruhan.

Dalam perhitungan BEP, nilai titik impas perusahaan selama lima tahun terakhir berada pada kisaran Rp 24 hingga 26 miliar. Nilai ini relatif konstan dan menunjukkan bahwa untuk dapat menutup seluruh biaya tetap dan variabel, perusahaan harus mencapai penjualan setidaknya sebesar angka tersebut setiap tahunnya. Namun, karena penjualan terus menurun dan mulai mendekati nilai BEP, margin keamanan (*safety margin*) menjadi semakin kecil. Hal ini berarti risiko kerugian akan semakin besar apabila tren penurunan penjualan terus berlanjut di masa depan.

Selain itu, biaya tetap yang diwakili oleh beban usaha terlihat cukup stabil selama lima tahun terakhir. Tidak ada lonjakan signifikan pada beban usaha, namun penurunan penjualan membuat kontribusi margin terhadap laba bersih menyusut. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa PT Unilever Indonesia perlu melakukan langkah-langkah strategis untuk mendorong pertumbuhan pendapatan dan meningkatkan efisiensi biaya tetap agar profitabilitas perusahaan dapat kembali membaik. Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa meskipun perusahaan masih tergolong efisien dalam hal pengendalian biaya produksi, tekanan dari sisi pendapatan menjadi tantangan utama yang perlu segera diatasi. Diperlukan inovasi, ekspansi pasar, dan efisiensi lebih lanjut dalam struktur biaya tetap agar perusahaan dapat meningkatkan performa keuangannya ke depan.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa PT Unilever Indonesia Tbk. menghadapi tantangan yang cukup serius dalam lima tahun terakhir, khususnya dari sisi penjualan. Meskipun perusahaan masih mampu menjaga efisiensi biaya dan margin kontribusi pada tingkat yang cukup stabil, penurunan penjualan dari tahun ke tahun berdampak langsung terhadap turunnya laba bersih perusahaan. Bahkan, pada tahun 2024, laba bersih yang diperoleh hampir setengah dari laba yang dicapai pada tahun 2020. Melalui perhitungan *Break Even Point* (BEP), terlihat bahwa penjualan perusahaan makin mendekati titik impas, artinya keuntungan yang didapat semakin kecil dan risiko kerugian makin besar jika tren penurunan ini tidak segera diatasi. Meskipun beban usaha (biaya tetap) tidak mengalami kenaikan signifikan, penurunan penjualan membuat kontribusi terhadap laba menjadi semakin kecil. Secara umum, perusahaan masih tergolong efisien dalam hal pengeluaran, namun tekanan utama datang dari berkurangnya pendapatan. Inilah yang menjadi perhatian penting bagi keberlanjutan dan profitabilitas usaha PT Unilever di masa depan.

Saran

Melihat kondisi Ada berbagai tindakan yang dapat dilakukan oleh PT Unilever Indonesia. Pertama, perusahaan perlu berinovasi dalam produk, baik dari sisi variasi, kualitas, maupun kemasan, agar dapat lebih menarik minat pasar yang kini semakin selektif dan berubah-ubah. Kedua, pendekatan pemasaran juga harus lebih kreatif dan digital, menyesuaikan dengan perilaku konsumen yang kini lebih banyak berinteraksi secara online. Ketiga, walaupun biaya tetap sudah cukup stabil, perusahaan tetap perlu mencari cara untuk mengoptimalkan operasional, misalnya dengan otomatisasi, digitalisasi, atau efisiensi distribusi. Keempat, analisis BEP sebaiknya dijadikan alat rutin dalam pengambilan keputusan bisnis, agar manajemen dapat melihat seberapa jauh perusahaan dari titik impas dan bisa merancang strategi lebih tepat. Terakhir, perusahaan juga bisa mempertimbangkan ekspansi ke pasar baru atau segmen konsumen yang belum tergarap maksimal, agar potensi pendapatan bisa kembali ditingkatkan. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan PT Unilever dapat memperkuat kinerja keuangan dan menghadapi tantangan bisnis dengan lebih siap ke depannya.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Arrizqi, M. S. A., & Mulyati, D. J. (2018). Analisis *Break Even Point* dan Margin Of Safety sebagai Alat Perencanaan Laba pada UD. Budi Jaya Makmur Lamongan. IGN Anom Maruto. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.
- [2] Assegaf, SE., MM., A. R. (2019). Pengaruh Biaya Tetap Dan Biaya Variabel Terhadap Profitabilitas Pada Pt. Pecel Lele Lela Internasional, Cabang 17, Tanjung Barat, Jakarta Selatan. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, 20(1), 1–5. <https://doi.org/10.35137/jei.v20i1.237>
- [3] Fatimah, F., Danial, R. D. M., & Z, F. M. (2019). Analisis Perataan Laba Pada Perusahaan Industri Makanan Dan Minuman. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(2), 19. <https://doi.org/10.30659/ekobis.20.2.19-29>
- [4] Fauzi, A., Rukmayani, E., Estevani, G., Gumelarasati, N., & Fahrezi, M. K. (2024). Analisis *Break Even Point* (BEP) Sebagai Alat Perencanaan Laba. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 2(1), 83–102. <https://doi.org/10.61597/jbe-ogzrp.v2i1.25>
- [5] Kharismawati, Z., Dewi, I., & Zaenuddin, Z. (2021). Analisis *Break Even Point* (BEP) Sebagai Alat Perencanaan Laba Bagi Manajemen. *Conference on Economic and Business Innovation*, 52(6), 236–236.
- [6] Manuho, P., Makalare, Z., Mamangkey, T., & Budiarmo, N. S. (2021). Analisis *Break Even Point* (Bep). *Jurnal Ipteks Akuntansi Bagi Masyarakat*, 5(1), 21. <https://doi.org/10.32400/jiam.5.1.2021.34692>
- [7] Maruta, H. (2018). Laba, Perencanaan Manajemen, Bagi. *Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(1), 9–28.
- [8] Palenteng, M. F., Karamoy, H., & Lambey, R. (2022). Penerapan Analisis *Break Even Point* Dan Margin Of Safety Sebagai Alat Bantu Manajerial Untuk Perencanaan Laba Pada De Nearby Hotel Manado. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, Dan Hukum)*, 6(1), 159–168.
- [9] Palupi, Y., & Wulan, E. R. (2021). Jurnal Riset Akuntansi dan Perbankan Volume 15 Nomor 2 , Agustus 2021 Hal 552-568 ISSN 2088-5008 ANALISIS CVP (COST VOLUME PROFIT) SEBAGAI DASAR PERENCANAAN PENJUALAN DAN LABA YANG DIHARAPKAN PADA PT MAYORA INDAH Tbk . 553 | Jurnal Riset Akuntansi dan P. *E-Proceeding of Management*, 15(2), 552–568.
- [10] Pangemanan, J. T. (2016). Analisis Perencanaan Laba Perusahaan Dengan Penerapan *Break Even Point* Pada Pt. Kharisma Sentosa Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 376–385.
- [11] Sherly, A., Widia, N., & Putri, A. M. (2021). Analisis Biaya Tetap (Studi Kasus Pada Toko Pinochio Di Duri). *Research In Accounting Journal*, 1(2), 283–290. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/raj%7C>