



**ANALISIS *COST VOLUME PROFIT* (CVP) SEBAGAI ALAT
PERENCANAAN LABA PADA UMKM KERUPUK KULIT
MAHKOTA NAGARI SARUASO KECAMATAN TANJUNG
EMAS**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun)
Pada Program Studi Akuntansi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mahmud Yunus Batusangkar*

Oleh:

**Siti Aissya
NIM 2130403099**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS
BATUSANGKAR
1446 H/2025 M**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Aissya
Nim : 2130403099
Tempat, Tanggal Lahir : Medan, 12 November 2003
Program Studi : Akuntansi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa SKRIPSI yang berjudul "**Analisis Cost Volume Profit Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota Nagari Saruaso Kecamatan Tanjung Emas**" adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat. Apabila dikemudian hari terbukti sebagai plagiat, maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Batusangkar, Januari 2025
Membuat Pernyataan,



Siti Aissya
Nim 2130403099

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Skripsi Atas Nama Siti Aissya, NIM 2130403099 dengan judul "Analisis Cost Volume Profit (CVP) Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota". Memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke sidang *Munawar*.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, Januari 2025

Ketua Program Studi,
Akuntansi Syariah

Pembimbing



Elsa Fitri Amran, M.Si, CertSf
NIP. 19870620 201903 2 009

Mega Rahmi, S.E., Sy., M.Si
NIP. 19900127 202012 2 008

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar



Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP
NIP. 197310072002121001

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi atas nama Siti Aissya, NIM 2130403099, dengan judul: "**Analisis Cost Volume Profit** Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota Nagari Saruaso Kecamatan Tanjung Emas", telah diuji dalam ujian *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar pada Kamis 30 Januari 2025 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi Syariah (S.Akun) Program Strata Satu (S1) dalam Program Studi Akuntansi Syariah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

No	Nama/NIP Penguji	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Mega Rahmi, S.E.Sy., M.Si NIP. 19900127 202012 2 008	Ketua / Pembimbing		4/2/2025
2.	Hj. Elfina Yenti, SE., Ak., M.Si., CA NIP. 19740623 200003 2 002	Penguji I		5/2/2025
3.	Sri Madona Saleh, SE., M.Si NIP. 19810725 202321 2 025	Penguji II		4/2/25

Batusangkar, Februari 2025
Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus
Batusangkar



Dr. H. Rizal, M.Ag. CRP
NIP. 19731007 200212 1 001

ABSTRAK

Siti Aissya, NIM: 2130403099, Judul Skripsi: “Analisis *Cost Volume Profit (CVP)* Sebagai Alat Perencanaan Laba pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota Nagari Saruaso Kecamatan Tanjung Emas” Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar.

Permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah UMKM Kerupuk Kulit Mahkota belum melakukan perencanaan terhadap laba, Tujuan penelitian ini adalah menganalisis penerapan *Cost Volume Profit (CVP)* pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota untuk mengetahui perencanaan laba.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) metode kualitatif pendekatan deskriptif. Jenis data yang digunakan adalah data primer diperoleh melalui wawancara, sedangkan data sekunder bersumber dari dokumen internal usaha dengan teknik pengumpulan data dari observasi, wawancara dan dokumentasi dari UMKM Kerupuk Kulit Mahkota.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis CVP pada kondisi normal memberikan dasar untuk mengidentifikasi *break even point*, *contribution margin*, *margin of safety*, dan *degree of operating leverage* yaitu perubahan laba akibat volume penjualan. *Break even point* kerupuk latua sebanyak 93 kg sedangkan kerupuk jangek sebanyak 31 kg. *Contribution margin* untuk kerupuk kulit latua sebesar Rp 44.019.404 sedangkan kerupuk kulit jangek sebesar Rp 22.456.118. Batas aman penjualan untuk kerupuk kulit latua sebesar 1030 kg sedangkan kerupuk jangek sebesar 327 kg. Selain itu, tingkat *leverage* operasional kerupuk kulit latua berada pada angka 1,12 dan untuk kerupuk jangek 1,07. UMKM menargetkan laba 20% untuk tahun berikutnya, maka dibutuhkan total penjualan target laba produk kerupuk latua sebanyak 1.239 unit (kg) atau sebesar Rp 198.240.000, sedangkan produk kerupuk kulit jangek 416 kg atau sebesar Rp 83.200.000. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM, khususnya Kerupuk Kulit Mahkota, dalam menerapkan metode *Cost Volume Profit (CVP)* dapat digunakan sebagai alat perencanaan laba.

Kata Kunci: *Cost Volume Profit (CVP), Perencanaan Laba, UMKM Kerupuk Kulit Mahkota*

ABSTRACT

Siti Aissya, NIM: 2130403099, Thesis Title: “Cost Volume Profit (CVP) Analysis as a Profit Planning Tool at UMKM Mahkota Leather Crackers Nagari Saruaso, Tanjung Emas District” Sharia Accounting Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, Mahmud Yunus State Islamic University Batusangkar.

The problem discussed in this study is that Mahkota Leather Crackers MSMEs have not planned for profits, the purpose of this study is to analyze the application of Cost Volume Profit (CVP) in Mahkota Leather Crackers MSMEs to determine profit planning.

This type of research is field research qualitative method descriptive approach. The type of data used is primary data obtained through interviews, while secondary data comes from internal business documents with data collection techniques from observation, interviews and documentation from UMKM Mahkota Leather Crackers.

The results showed that CVP analysis under normal conditions provides a basis for identifying break even point, contribution margin, margin of safety, and degree of operating leverage, namely changes in profit due to sales volume. The break even point for latua crackers is 93 kg while jangek crackers is 31 kg. Contribution margin for latua skin crackers amounted to Rp 44,019,404 while jangek skin crackers amounted to Rp 22,456,118. The safe limit of sales for latua skin crackers is 1030 kg while jangek crackers are 327 kg. In addition, the operational leverage level for latua skin crackers is 1.12 and for jangek crackers is 1.07. MSMEs target 20% profit for the following year, it requires total sales of latua cracker target profit of 1,239 units (kg) or Rp 198,240,000, while jangek leather cracker products are 416 kg or Rp 83,200,000. This research is expected to be a reference for MSME players, especially Mahkota Skin Crackers, in applying the Cost Volume Profit (CVP) method can be used as a profit planning tool.

Keywords: Cost Volume Profit (CVP), Profit Planning, UMKM Mahkota Leather Crackers

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	
PENGESAHAN TIM PENGUJI	
ABSTRAK	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat dan Luaran Penelitian.....	8
F. Definisi Operasional	9
BAB II KAJIAN TEORI	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Biaya	11
2. Analisis <i>Cost Volume Profit</i>	16
3. Perencanaan Laba	24
B. Penelitian Relevan	33
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Jenis Penelitian	38
B. Latar dan Waktu Penelitian.....	38
C. Sumber Data	39
D. Teknik Pengumpulan Data.....	39
E. Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Gambaran Umum Perusahaan	43
1. Sejarah dan Perkembangan UMKM Kerupuk Kulit Mahkota.....	43

2. Struktur Organisasi Perusahaan	44
3. Proses Produksi Pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota.....	45
4. Penjualan/Pemasaran	46
B. Hasil Penelitian.....	47
1. Identifikasi Biaya.....	47
2. Volume Penjualan dan Produksi Produk Kerupuk Kulit Latua dan Produk Jangek.....	62
3. Analisis <i>Cost Volume Profit</i> (CVP).....	66
4. Analisis perencanaan laba/ target laba.....	73
C. Pembahasan	79
BAB V PENUTUP.....	84
A. Kesimpulan.....	84
B. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Rancangan Waktu Penelitian.....	38
Tabel 4. 1 Kerupuk Kulit Mahkota Daftar Gaji dan Nama Karyawan.....	44
Tabel 4. 2 Klasifikasi Biaya UMKM Kerupuk Kulit Mahkota	48
Tabel 4. 3 Daftar Biaya Tetap UMKM Kerupuk Kulit Mahkota November Tahun 2024.....	49
Tabel 4. 4 Daftar Biaya Variabel Per November 2024.....	50
Tabel 4. 5 UMKM Kerupuk Kulit Mahkota Laporan Biaya Produksi Kerupuk Latua dan Jangek Per November Tahun 2024.....	51
Tabel 4. 6 Pengeluaran Biaya Bahan Baku Produk latua UMKM Kerupuk Kulit Mahkota selama November 2024.....	53
Tabel 4. 7 Pengeluaran Biaya Bahan Baku Produk Jangek UMKM Kerupuk Kulit Mahkota selama November 2024.....	53
Tabel 4. 8 Biaya Tenaga Kerja UMKM Kerupuk Kulit Mahkota selama November 2024.....	54
Tabel 4. 9 Biaya Penggunaan Gas UMKM Kerupuk Kulit Mahkota selama November 2024	55
Tabel 4. 10 Biaya Plastik Kemasan UMKM Kerupuk Kulit Mahkota selama November 2024.....	56
Tabel 4. 11 Biaya Karet UMKM Kerupuk Kulit Mahkota selama November 2024	57
Tabel 4. 12 UMKM Kerupuk Kulit Mahkot Penjualan dan Produksi Kerupuk Kulit Tahun 2024.....	63
Tabel 4. 13 Daftar Harga UMKM Kerupuk Kulit Mahkota.....	63
Tabel 4. 14 Laporan Laba Rugi UMKM K.erupuk Kulit Mahkota Periode Penjualan Normal Produk Latua	65
Tabel 4. 15 Laporan Laba Rugi UMKM Kerupuk Kulit Mahkota Periode Penjualan Normal Produk Jangek	66
Tabel 4. 16 UMKM Kerupuk Kulit Mahkota.....	67
Tabel 4. 17 BEP Bauran Produk UMKM Kerupuk Kulit Mahkota	69

Tabel 4. 18 Laporan Laba/Rugi dalam BEP Bauran Produk UMKM Kerupuk Kulit Mahkota.....	70
Tabel 4. 19 Laporan Laba Operasi UMKM Kerupuk Kulit Mahkota.....	74
Tabel 4. 20 Target Laba(Dibulatkan)	76
Tabel 4. 21 Hasil Penelitian	78

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian nasional. Peran penting tersebut yaitu UMKM memiliki kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, pemberdayaan masyarakat, dan pengurangan ketimpangan ekonomi. Di tengah ancaman perekonomian negara memburuk, UMKM telah berkembang menjadi penggerak ekonomi nasional dan memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa jumlah unit UMKM paling signifikan dibandingkan dengan unit usaha lainnya. Menurut Data dan Statistik UMKM 2024 peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Pada tahun 2023 pelaku usaha UMKM mencapai sekitar 66 juta. Kontribusi UMKM mencapai 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia, setara Rp9.580 triliun. UMKM menyerap sekitar 117 juta pekerja 97% dari total tenaga kerja (Kadin, 2024).

UMKM terus dikembangkan karena merupakan salah satu dari prioritas nasional, dampak dari potensi dan manfaat UMKM yang besar bagi perekonomian nasional dalam membantu membuka lapangan pekerjaan, mengurangi pengangguran dan menaikkan pertumbuhan ekonomi nasional, dengan meningkatnya perekonomian masyarakat, maka akan tercapainya tingkat kesejahteraan masyarakat (Lestari & Amri, 2020). Kesejahteraan masyarakat semakin tinggi maka tingkat pertumbuhan dan pembangunan ekonomi negara juga semakin baik. Oleh karena itu, perlu peran pemerintah dalam memperhatikan keberadaan pelaku UMKM supaya tetap membantu menopang keadaan ekonomi rakyat kecil dan terus meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pemerintah harus berfokus terhadap program-program UMKM yang diharapkan bisa menaikkan pertumbuhan ekonomi Indonesia yaitu seperti dengan mengadakan perhatian pelatihan untuk

mengembangkan atau mengelola usaha dengan baik serta membimbing langsung para pemilik unit usaha UMKM yang ada.

Memiliki peran penting tentunya UMKM harus terus berkembang dan berinovasi, di era bisnis yang sangat kompetitif ini, UMKM pun tak luput dari tuntutan untuk beradaptasi. Persaingan yang ketat menuntut perubahan dalam berbagai aspek, mulai dari strategi bersaing, proses produksi, cara memasarkan produk, pengelolaan sumber daya manusia, hingga sistem transaksi. Untuk bertahan dan berkembang, UMKM perlu menghasilkan produk berkualitas tinggi dan bernilai mutu guna menghasilkan laba atau keuntungan yang maksimal. Tak hanya itu, UMKM juga harus mampu menjaga keberlangsungan usaha dan mempersiapkan diri untuk bersaing di kancah global. Semua ini erat kaitannya dengan perencanaan laba yang matang agar usaha yang dikembangkan berjalan dengan lancar dan terus berkembang (Lestari & Amri, 2020).

Strategi penting agar usaha berkembang ialah melakukan perencanaan laba yang matang karena perencanaan laba menjadi suatu hal yang sangat penting dalam menjaga keberlangsungan sebuah usaha. Perencanaan laba ditunjukkan kepada sasaran akhir organisasi dan bermanfaat sebagai pedoman untuk memepertahankan arah kegiatan yang pasti. Dengan perencanaan laba yang baik, UMKM dapat menetapkan target laba yang realistis, mengidentifikasi resiko, dan menyusun strategi yang efektif untuk mencapai tujuan finansial, selain itu perencanaan laba juga memungkinkan UMKM untuk mengalokasikan sumber daya secara efisien dan mengambil keputusan bisnis yang lebih tepat. Dalam rangka merencanakan laba, maka suatu usaha harus menentukan seberapa besar laba yang ingin diperoleh perusahaan atau UMKM (HS et al., 2021)

Dalam analisis target laba yang ditentukan, tujuan sebuah perusahaan dan tentunya UMKM adalah untuk memperoleh keuntungan atau laba yang dapat di pergunakan untuk kelangsungan usaha. Mendapatkan keuntungan atau laba dan besar kecilnya laba sering menjadi ukuran kesuksesan suatu manajemen. Hal tersebut didukung oleh kemampuan manajemen di dalam

melihat kemungkinan dan kesempatan dimasa yang akan datang. Manajemen dituntut untuk menghasilkan keputusan-keputusan yang menunjang terhadap pencapaian tujuan perusahaan serta mempercepat perkembangan perusahaan.. Untuk membuat perencanaan laba yang baik, maka diperlukan alat bantu berupa analisis *Cost Volume Profit (CVP)* (HS et al., 2021).

Analisis biaya, volume, laba (*Cost Volume Profit analysis*) merupakan metode untuk menganalisis hubungan antara struktur biaya dan volume terhadap laba untuk membantu manajemen dalam perencanaan laba jangka pendek. Analisis *Cost Volume Profit (CVP)* dapat membantu manajer dalam memahami hubungan antara biaya variabel, biaya tetap, harga jual per unit, dan tingkat output. Analisis hubungan biaya volume laba merupakan teknik untuk menghitung dampak perubahan harga jual, volume penjualan, dan biaya terhadap laba untuk membantu manajemen dalam perencanaan laba jangka pendek. Hubungan biaya, harga jual, dan volume penjualan sangat penting untuk kesuksesan sebuah perusahaan dan UMKM, dimana biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang dikehendaki dan harga jual mempengaruhi volume penjualan, sedangkan volume penjualan langsung mempengaruhi volume produksi dan volume produksi mempengaruhi biaya. Ketiga faktor tersebut saling berkaitan satu sama lain, misalnya dalam hal perencanaan laba jangka pendek, hubungan antara biaya, volume, dan laba memegang peranan yang sangat penting (Kholmi, 2019).

Analisis *Cost Volume Profit* merupakan alat yang sangat penting bagi UMKM dalam merancang strategi perencanaan laba. Dengan memahami hubungan antara biaya, volume dan laba, UMKM dapat membuat keputusan bisnis yang lebih informatif dan berguna untuk kedepannya. Analisis ini menggunakan beberapa parameter yang berguna untuk perencanaan pendapatan keuangan perusahaan atau UMKM dengan cara yang menguntungkan, seperti *Break Event Point*, *Margin Kontribusi*, *Margin of Safety* dan *Degree of Operating Leverage*. Pada sektor manufaktur seperti UMKM Kerupuk Kulit Mahkota, CVP sangat penting untuk mengelola biaya produksi yang mencakup biaya tetap serta biaya variabel dan akan

memperlihatkan bagaimana suatu UMKM untuk menentukan harga jual optimal, mengevaluasi keuntungan dan mengoptimalkan keputusan bisnis. Analisis *cost volume profit berperan* penting untuk keberlangsungan perkembangan UMKM karena dengan CVP dapat memahami keterkaitan hubungan biaya, volume penjualan dan keuntungan yang akan didapatkan (Priyatno & Gabriella, 2024).

Usaha Kerupuk Kulit Mahkota Kerupuk adalah sebuah Usaha Mikro Kecil & Menengah (UMKM) yang bergerak dibidang kuliner pembuatan kerupuk kulit, yang didirikan pada tahun 1993 kerupuk kulit mahkota merupakan milik pribadi atau perseorangan pemilik usaha ini adalah Bapak Heriwen yang bertempat di Jorong Saruoaso Barat, Nagari Saruoaso, Kecamatan Tanjung Emas. Usaha Kerupuk kulit adalah usaha pengolahan kulit ternak menjadi kerupuk kulit, baik itu berasal dari kulit sapi ataupun kulit kerbau. Proses produksi usaha ini menghasilkan 2 jenis produk yaitu kerupuk kulit latua dan kerupuk kulit jangek siap untuk dikonsumsi, harga jual untuk 1 Kg kerupuk kulit latuah Rp 160.000 dan 1 Kg kerupuk kulit jangek seharga Rp.200.000. Pasokan bahan baku berupa kulit basah yang biasanya di beli dari rumah potong hewan yang berasal dari Padang Panjang dan Bukittinggi. Pemasaran produk yang dipasarkan untuk daerah pemasarannya meliputi Tanah Datar (pasar-pasar tradisional), Padang Panjang, Tembilahan, Palembang, dan Jakarta.

Menurut Pak Heriwen volume penjualan kerupuk kulit mahkota ini tergantung musim, apabila musim lebaran dan liburan maka volume penjualannya akan meningkat, sehingga target penjualan harus diperhitungkan dengan jelas karena memang setiap tahunnya menjelang Lebaran UMKM Kerupuk Kulit Mahkota selalu mengalami lonjakan permintaan

Berikut data penjualan pada tahun 2024 penjualan kerupuk kulit latua dan jangek pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota yang tiap bulannya mengalami fluktuasi penjualan.

Tabel 1. 1
Data Penjualan Tahun 2024
UMKM Kerupuk Kulit Mahkota

No	Bulan	Penjualan/Unit(Kg)	
		Latua	Jangek
1	Januari	1041	354
2	Februari	1018	339
3	Maret	1183	365
4	April	2305	725
5	Mei	1015	61
6	Juni	1005	54
7	Juli	1019	75
8	Agustus	1010	318
9	September	1015	329
10	Oktober	1035	342
11	November	1050	350
12	Desember	2041	612
Jumlah		14737	3924

Sumber: Data olahan 2024

Terlihat dari data tabel 1.1 di atas bahwa penjualan tiap bulannya mengalami fluktuasi, saat musim lebaran mengalami pelonjakan peningkatan hingga dua kali lipat dari penjualan normal biasanya dan diikuti pada bulan Desember yaitu libur akhir tahun terjadi peningkatan penjualan seperti musim lebaran, apabila musim lebaran dan liburan maka volume penjualannya akan meningkat, sehingga target produksi harus diperhitungkan dengan jelas karena memang setiap tahunnya menjelang Lebaran UMKM Kerupuk Kulit Mahkota selalu mengalami lonjakan permintaan, maka dari itu Pak Heriwen perlu mempertimbangkan kapasitas produksi yang ada, perkiraan permintaan pasar. Dengan perencanaan yang tepat diharapkan UMKM Kerupuk Kulit Mahkota tidak hanya memenuhi permintaan konsumen, tapi juga bisa membantu UMKM dalam memprediksi keuntungan yang diinginkan. Namun pasti terjadi fluktuasi penjualan seperti dibulan Mei sampai Juli disebabkan adanya bencana galodo di Sumatera Barat, karena penjualan kerupuk kulit yang dipasarkan di sate mak syukur terputus, ketika kejadian galodo ini tidak ada pemasukan sama sekali dari sate mak syukur

dan rumah makan lainnya, sehingga volume penjualan ikut menurun drastis untuk produk kerupuk kulit jangek.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan Pak Heriwen selaku pemilik UMKM Kerupuk Kulit Mahkota menjelaskan bahwa dalam hal perencanaan laba Pak Heriwen sama seperti banyak pemilik UMKM lainnya, tidak melakukan perencanaan laba sehingga belum mengetahui tingkat penjualan yang akan dilakukan untuk mencapai target laba, selama ini seringkali menganggap bahwa laba sebagai hasil sederhana dari mengurangi biaya produksi dari total pendapatan. Pak Heriwen berfikir, “*selama penjualan bagus dan biaya terkendali, keuntungan akan otomatis mengikuti.*”. Perencanaan laba tidak hanya sekedar menghitung selisih angka, tetapi juga analisis mendalam terhadap pasar, persaingan, dan faktor yang mempengaruhi keuntungan bisnis. Dengan perencanaan laba menggunakan alat bantu Analisis *Cost Volume Profit*, Pak Heriwen dapat memastikan usahanya tidak hanya bertahan, tetapi juga terus berkembang dan mencapai target keuntungan yang diharapkan, serta dengan menggunakan analisis *cost volume profit* ini dapat diketahui pengelompokan biaya tetap dan biaya variabel sehingga dalam proses produksi itu memiliki target produksi yang jelas dan memaksimalkan tenaga kerja yang dimiliki.

Menurut keadaan yang tidak bisa diprediksi maka melakukan analisis CVP untuk perencanaan laba di Usaha Kerupuk Kulit Mahkota penting karena dapat mengetahui titik impas atau *Break Event Point* yaitu titik dimana perusahaan tidak mengalami laba dan tidak mengalami rugi, dengan melakukan analisis BEP Pak Heriwen akan memperoleh informasi tingkat penjualan minimum yang harus dicapai agar tidak mengalami kerugian serta mengetahui jumlah produksinyang harus dikaapi untuk memaksimalkan tenaga kerja yang dimiliki setiap bulannya . Dari analisis ini dapat diketahui sampai berapa jauh volume penjualan yang boleh turun agar perusahaan tidak mengalami kerugian seperti saat kejadian setelah galodo tersebut. agar Pak Heriwen mengetahui berapa jumlah produk yang harus dijual agara menutupi biaya-biaya tetap yang sudah dikeluarkan sehingga tidak mengalami

kerugian dan mengalami keuntungan. hal ini membantu UMKM dalam memprediksi produksi yang harus dilakukan.

Margin kontribusi merupakan hal yang sangat penting untuk menentukan harga jual yang optimal, dalam hal ini seberapa besar setiap rupiah penjualan yang dihasilkan dapat menutupi biaya produksi yang bersifat variabel seperti bahan baku kulit, bumbu, minyak goreng dan tenaga kerja langsung, apakah harga jual yang sudah ditetapkan Pak Heriwen sudah optimal atau belum dan mengalokasi sumber daya secara efektif serta mengetahui target laba yang ditentukan atau yang sudah diperkirakan Pak Heriwen sudah tercapai atau belum dalam satu periode tertentu. Selain itu, penting mengetahui *Margin of Safety* (MOS) atau titik aman keuntungan usaha kerupuk kulit pada saat mengalami fluktuasi permintaan yang tidak terduga seperti keadaan penurunan penjualan tetapi tidak mengalami kerugian misalnya keadaan pasca galodo ini atau bencana lainnya dimana penjualan menurun, apakah usaha ini tetap bisa menghindari kerugian. Serta dapat mengetahui *operating leverage* yaitu bagaimana dampak perubahan penjualan terhadap laba operasi,. UMKM Kerupuk kulit Mahkota sudah berkembang tetapi perlu analisis CVP sebagai alat perencanaan laba, karena mengaitkan biaya yang dikeluarkan, volume penjualan dengan tercapainya keuntungan yang diinginkan maka UMKM dapat lebih memperluas pasar dan mengoptimalkan keuntungan yang akan dicapai (Sanjaya, 2023).

Berdasarkan uraian tersebut maka dilakukan penelitian dengan judul "**Analisis *Cost Volume Profit* (CVP) Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota Nagari Saruaso Kecamatan Tanjung Emas**".

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dapat diidentifikasi fokus masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana menentukan perencanaan laba dengan menggunakan analisis *Cost Volume Profit* (CVP) pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota

2. Bagaimana mengetahui marjin kontribusi pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota Nagari Saruaso Kecamatan Tanjung Emas
3. Bagaimana mengetahui titik impas atau *Break Event Point* (BEP) pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota Nagari Saruaso Kecamatan Tanjung Emas
4. Bagaimana mengetahui tingkat keamanan keuntungan usaha menggunakan *Margin of Safety* (MOS) pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota Nagari Saruaso Kecamatan Tanjung Emas
5. Bagaimana mengetahui dampak perubahan penjualan terhadap laba operasi menggunakan *Degree of Operating Leverage*(DOL)

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka masalah yang dapat dirumuskan adalah bagaimana perencanaan laba dengan menggunakan analisis *Cost Volume Profit* (CVP) pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota Nagari Saruaso Kecamatan Tanjung Emas?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui perhitungan perencanaan laba dengan menggunakan analisis *Cost Volume Profit* (CVP) pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota Nagari Saruaso Kecamatan Tanjung Emas

E. Manfaat dan Luaran Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi penulis dan bagi pihak-pihak yang memerlukan, sehingga maksud dan tujuan yang ingin dicapai dapat terwujud dan bernilai lebih. Penelitian ini mempunyai kegunaan sebagai berikut:

1. Kegunaan Praktis
 - a. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi kepada pihak lain yang berkepentingan dalam rangka penentuan perencanaan laba pada Usaha Kerupuk Kulit Mahkota

- b. Memperkaya ilmu pengetahuan dalam bidang akuntansi terutama yang terkait dengan penentuan perencanaan laba dengan menggunakan analisis *Cost Volume Profit* (CVP) pada
2. Kegunaan Akademis
- a. Bagi Perusahaan
 - 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Usaha Kerupuk Kulit Mahkota dalam menentukan perencanaan laba.
 - 2) Membantu perusahaan dalam menentukan perencanaan laba dengan menggunakan analisis *Cost Volume Profit* (CVP).
 - b. Bagi Peneliti
 - 1) Membandingkan teori yang diperoleh di bangku perkuliaha dengan praktek yang ada di perusahaan.
 - 2) Memperoleh pengetahuan dalam bidang akuntansi biaya dan akuntansi manajemen dalam menentukan perencanaan laba perusahaan.

F. Definisi Operasional

1. Analisis *Cost Volume Profit*

Analisis *Cost Volume Profit* (CVP) adalah metode yang digunakan manajer perusahaan dalam membuat keputusan keuangan. Analisis CVP membantu para manajer memahami hubungan antara biaya, volume, dan laba dalam organisasi perusahaan. beberapa parameter yang digunakan dalam analisis *Cost Volume Profit* (Kholmi, 2019).

- a. *Break Event Point* atau Titik impas adalah keadaan suatu usaha yang tidak memperoleh laba dan tidak mengalami kerugian. Dengan kata lain, suatu usaha dikatakan impas jika jumlah pendapatan sama dengan jumlah biaya (Kholmi, 2019).
- b. Margin kontribusi dapat diartikan seberapa besar kontribusi satuan produk dalam menutup biaya tetap. Margin kontribusi didapat dari selisih antara antara harga jual dengan biaya variable per satuan produk

atau selisih antara seluruh hasil penjualan dengan seluruh komponen biaya variable (Sanjaya, 2023).

- c. *Margin of safety* dapat diartikan sebagai penjualan yang diharapkan untuk mendapatkan laba diatas titik impas. Manajemen memerlukan informasi margin of safety untuk mengetahui batas aman agar mengetahui jumlah penjualan minimum yang diperlukan agar perusahaan tetap menghindari kerugian (Purwanti, 2019).
- d. Tingkat leverage operasi/*Degree of Operating Leverage (DOL) Degree of Operating Leverage* merupakan informasi tentang seberapa besar perubahan penjualan berdampak pada perubahan laba operasi (Purwanti, 2019).

2. Perencanaan Laba

Perencanaan laba merupakan rencana kerja yang telah diperhitungkan dengan cermat dimana proses penyusunan rencana untuk mencapai target laba yang diinginkan perusahaan. Dalam rangka merencanakan laba, maka suatu usaha harus menentukan seberapa besar laba yang ingin diperoleh perusahaan (Hidayati, 2023).

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Biaya

a. Pengertian Biaya

Biaya dalam konteks akuntansi merujuk pada pengorbanan ekonomi yang dikeluarkan atau diukur dalam suatu transaksi atau kegiatan untuk mencapai tujuan tertentu. Definisi biaya menurut Standar Akuntansi Keuangan adalah penurunan manfaat ekonomi selama satu periode akuntansi dalam bentuk arus keluar atau berkurangnya aktiva atau terjadinya kewajiban yang mengakibatkan penurunan ekuitas yang tidak menyangkut pembagian kepada penanam modal (Karini Asti, 2024).

Menurut Atkinson dalam Darya (2019) biaya adalah nilai moneter dari barang dan jasa yang dikeluarkan untuk mendapatkan keuntungan baik di masa sekarang maupun di masa mendatang. Biaya dapat juga digunakan untuk membuat suatu produk, sehingga dapat dijual dan menghasilkan keuntungan kas. Menurut Harnanto dalam Darya (2019) beban (*expend*) adalah penurunan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi dalam bentuk arus keluar atau berkurangnya aktiva atau terjadinya kewajiban yang mengakibatkan penurunan ekuitas yang tidak menyangkut pembagian kepada penanam modal.

Menurut Carter dalam Darya (2019) biaya adalah suatu nilai tukar, pengeluaran, pengorbanan yang dikeluarkan untuk menjamin memperoleh manfaat.

b. Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya merupakan suatu proses pengelompokan biaya secara sistematis atas keseluruhan elemen biaya yang ada ke dalam golongan-golongan tertentu yang lebih ringkas. Menurut Mulyadi

dalam (Sunarmi et al, 2024) biaya dapat digolongkan dengan berbagai macam cara.

Umumnya penggolongan biaya ini ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai dengan penggolongan tersebut, karena dalam akuntansi biaya dikenal konsep "*different costs for different purposes*". Adapun cara penggolongan biaya adalah sebagai berikut:

1) Berdasarkan Objek Pengeluaran

Dalam cara penggolongan ini, nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama objek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut "biaya bahan bakar" (Sunarmi et al, 2024).

2) Berdasarkan Fungsi Pokok dalam Perusahaan

Dalam perusahaan manufaktur, ada tiga fungsi pokok, yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran dan fungsi administrasi & umum. Oleh karena itu dalam perusahaan manufaktur, biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok:

- a) Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.
- b) Biaya pemasaran merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk.
- c) Biaya administrasi dan umum merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk (Sunarmi et al, 2024).

3) Berdasarkan hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai, sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan yaitu:

- a) Biaya langsung (*direct cost*) adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada, maka

biaya langsung ini tidak akan terjadi. Dengan demikian biaya langsung akan mudah diidentifikasi dengan sesuatu yang dibiayai.

- b) Biaya tidak langsung (*indirect cost*) adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai (Sunarmi et al, 2024).
- 4) Berdasarkan perilakunya dalam hubungan dengan perubahan volume aktivitas

Dalam kaitannya dengan adanya perubahan volume aktivitas, biaya dapat diklasifikasi sebagai berikut:

- a) Biaya tetap adalah biaya yang totalnya tidak berubah dalam rentang volume kegiatan tertentu. Contoh dari biaya tetap adalah gaji direktur produksi. Biaya tetap per unit akan berkurang secara proporsional seiring dengan peningkatan volume kegiatan atau kapasitas. Artinya, semakin tinggi tingkat kegiatan, semakin rendah biaya tetap per unit, dan sebaliknya, semakin rendah tingkat kegiatan, semakin tinggi biaya tetap per unit. Biaya tetap dibagi menjadi dua jenis, yaitu::

(1) *Committed fixed cost*.

Committed fixed cost merupakan Jenis biaya yang mencakup semua pengeluaran yang diperlukan untuk mempertahankan kapasitas atau kemampuan organisasi dalam melaksanakan kegiatan produksi, pemasaran, dan administrasi. Perilaku dari *committed fixed cost* dapat diidentifikasi dengan jelas melalui pengamatan terhadap biaya-biaya yang tetap dikeluarkan, bahkan jika perusahaan tidak melakukan aktivitas sama sekali dan kembali ke kondisi normal. Contoh dari *committed fixed cost* termasuk biaya depresiasi, pajak bumi dan bangunan, biaya sewa, dan biaya asuransi *Discretionary fixed cost* (Sunarmi et al, 2024).

- (2) *Discretionary fixed cost* merupakan biaya yang muncul dari keputusan dan penyediaan anggaran secara berkala yang mencerminkan kebijaksanaan manajemen secara langsung. *Discretionary fixed cost* sering kali juga disebut juga *managed* atau *programmed cost* atau biaya yang dapat diatur. Biaya ini tidak mempunyai hubungan tertentu dengan volume kegiatan. Contohnya: biaya riset dan pengembangan, biaya iklan dan biaya pelatihan karyawan (Sunarmi et al, 2024).
- b) Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya bervariasi secara proporsional dengan variasi volume kegiatan, tetapi jumlah per unitnya tetap. Biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan tingkat perubahan volume kegiatan atau aktivitas, contoh: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung (Sunarmi et al, 2024).
- c) Biaya semi variabel adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semivariabel mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel. Biaya ini adalah biaya yang memiliki karakteristik lainnya biaya variabel dan biaya tetap, dimana sebagian biaya campuran berubah sesuai dengan perubahan aktivitas dan sebagian lainnya tidak berubah. Contohnya biaya tagihan listrik, dimana biaya tersebut akan berubah (meningkat atau menurun) sesuai dengan tingkat pemakaian listrik.

Semakin banyak mesin yang beroperasi, maka tingkat pemakaian listrik akan naik, begitu sebaliknya. Perubahan biaya pada tagihan listrik ini yang diklasifikasi sebagai biaya variabel. Sedangkan klasifikasi biaya tetap terjadi pada biaya berlangganan (abodemen) listrik yang tidak akan berubah walaupun biaya pemakaian listrik berubah. Biaya semi variabel dapat dipisahkan dengan menggunakan tiga metode yaitu:

- (1) Metode titik tertinggi dan terendah (*high low method*). Metode ini suatu pendekatan yang digunakan untuk memisahkan biaya tetap dan biaya variabel dalam suatu periode dengan mempertimbangkan kapasitas serta biaya pada titik tertinggi dan terendah. Meskipun metode ini sederhana, terdapat kelemahan dalam ketelitiannya, karena hanya menggunakan dua tingkat kapasitas ekstrem yaitu tertinggi dan terendah tanpa memperhitungkan tingkat kapasitas lainnya yang mungkin juga berpengaruh.

$$V = \frac{\text{High Cost} - \text{Low Cost}}{\text{High Unit} - \text{Low Units}}$$

- (2) Metode *scattergraph*: merupakan metode yang berguna untuk memisahkan biaya tetap dan biaya variabel melalui cara menggambarkan biaya setiap bulan dalam sebuah grafik dan menarik garis lurus di tengah biaya-biaya tersebut. Metode ini memiliki kelemahan mengenai adanya kemungkinan penarikan garis yang berbeda antara yang satu dengan yang lain karena bersifat subjektif, maka data yang dihasilkan tidak selalu sama antara yang satu dengan yang lain.
- (3) Metode kuadrat terkecil (metode *least squares*): Metode yang mempertimbangkan hubungan antara biaya dan volume aktivitas. sebagai garis lurus dengan persamaan $y = a + bx$, dengan mana y adalah variabel terikat yang menunjukkan biaya, sedangkan x merupakan variabel bebas yang menunjukkan volume kegiatan, a merupakan biaya tetap dan b biaya variabel (Sunarmi et al, 2024).

5) Berdasarkan Jangka Waktu Manfaatnya

- a) Pengeluaran Modal (*capital expenditures*) Pengeluaran modal adalah adalah biaya yang memberikan manfaat lebih dari satu periode akuntansi (biasanya periode akuntansi adalah satu tahun kalender). Pada saat terjadinya pengeluaran modal ini dibebankan

sebagai kos aktiva dan dibebankan dalam tahun-tahun yang menikmati manfaatnya dengan cara didepresiasi, diamortisasi atau didepleksi.

b) Pengeluaran Pendapatan (*revenue expenditures*)

Pengeluaran Pendapatan adalah biaya yang hanya memberikan manfaat dalam periode akuntansi saat terjadinya pengeluaran tersebut. Ketika terjadinya, pengeluaran pendapatan ini akan dibebankan sebagai biaya dan ditandingkan dengan pendapatan yang diperoleh dari pengeluaran biaya tersebut (Sunarmi et al, 2024).

6) Berdasarkan Tujuan Pengambilan Keputusan Menurut Supriyono dalam (Sunarmi et al, 2024) berdasarkan tujuan pengambilan keputusan manajemen, biaya dapat dikelompokkan sebagai berikut:

a) Biaya Relevan (*relevant cost*). Biaya relevan adalah biaya yang muncul pada suatu alternatif tindakan tertentu, tetapi tidak terjadi pada alternatif tindakan lainnya. Biaya relevan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan, sehingga harus dipertimbangkan dalam proses pembuatan keputusan. Ciri khas dari biaya relevan adalah: merupakan biaya yang akan terjadi di masa depan (*future cost*), bukan biaya yang telah terjadi di masa lalu serta berbeda antara dua alternatif atau lebih yang mempengaruhi pengambilan keputusan.

b) Biaya Tidak Relevan (*irrelevant cost*) Biaya tidak relevan ialah biaya yang tidak berbeda di antara alternatif tindakan yang tersedia. *Irrelevant cost* tidak memengaruhi pengambilan keputusan dan jumlahnya akan tetap sama tanpa memperhatikan alternatif yang dipilih.

2. Analisis *Cost Volume Profit*

a. Definisi Analisis biaya, volume, laba (*Cost Volume Profit analysis*)

Cost Volume Profit Analysis dalam bahasa Indonesia disebut dengan analisis biaya volume laba yang merupakan sebuah alat analisis

yang digunakan dalam manajemen akuntansi untuk memahami hubungan antara biaya, volume produksi, dan laba suatu perusahaan dengan kata lain CVP membantu untuk melihat bagaimana perubahan dan volume produksi atau penjualan akan mempengaruhi biaya dan laba perusahaan (Winanto et al., 2024)..

Cost Volume Profit Analysis adalah sebuah metode analisis keuangan yang dipakai oleh perusahaan untuk memahami hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba. Pada CVP Analysis, biaya perusahaan dibagi menjadi dua kategori utama: biaya tetap (*fixed costs*) dan biaya variabel (*variable costs*). Biaya tetap adalah biaya yang tetap dalam jumlah total, tidak peduli seberapa banyak unit yang diproduksi atau dijual, sementara biaya variabel berubah sebanding dengan volume produksi atau penjualan (Winanto et al., 2024).

Analisis biaya, volume, laba (*Cost Volume Profit analysis*) menurut Mulyadi dalam (Kholmi, 2019) merupakan metode untuk menganalisis hubungan antara struktur biaya dan volume terhadap laba untuk membantu manajemen dalam perencanaan laba jangka pendek. Analisis *Cost Volume Profit* (CVP) mampu membantu manajer dalam memahami hubungan antara biaya variabel, biaya tetap, harga jual per unit, dan tingkat output. Analisis hubungan biaya volume laba ialah suatu teknik yang digunakan untuk menghitung dampak perubahan harga jual, volume penjualan, dan biaya terhadap laba untuk membantu manajemen dalam perencanaan laba jangka pendek.

Hubungan biaya, harga jual, dan volume penjualan sangat penting untuk kesuksesan sebuah perusahaan, di mana biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang dikehendaki dan harga jual mempengaruhi volume penjualan, sedangkan volume penjualan langsung mempengaruhi volume produksi dan volume produksi mempengaruhi biaya. Ketiga faktor tersebut saling berkaitan satu sama lain, misalnya dalam hal perencanaan laba jangka pendek, hubungan antara biaya, volume, dan laba memegang peranan

yang sangat penting. Dengan menggunakan CVP Analysis, perusahaan dapat mengidentifikasi titik impas (break event point) di mana pendapatan total sama dengan biaya total, sehingga perusahaan tidak mengalami laba maupun rugi. Selain itu, perusahaan juga dapat menentukan tingkat penjualan yang diperlukan untuk mencapai target laba tertentu (Kholmi, 2019).

CVP Analysis menyediakan informasi yang berharga bagi manajemen dalam membuat keputusan strategis terkait harga jual, volume produksi, dan biaya operasional. Pemahaman hubungan antara biaya, volume, dan laba, maka perusahaan dapat mengoptimalkan kinerja keuangannya dan meningkatkan profitabilitasnya (Kholmi, 2019).

Analisis Cost Volume Profit (CVP) merupakan alat yang sangat penting bagi para manajer korporasi dalam hal membantu membuat keputusan keuangan. Analisis CVP membantu para manajer memahami hubungan antara biaya, volume, dan laba dalam organisasi perusahaan dengan memusatkan perhatian pada interaksi dari lima unsur sebagai berikut:

- 1) Harga jual produk
- 2) Volume atau tingkat aktivitas
- 3) Biaya variabel per unit
- 4) Total biaya tetap
- 5) Bauran produk yang dijual (Kholmi, 2019)

Dengan memahami analisis biaya volume laba, manajer dapat mengidentifikasi hubungan antara biaya, volume, dan laba, yang merupakan faktor penting dalam pengambilan keputusan bisnis. Keputusan ini mencakup produk yang akan dijual, kebijakan harga jual, strategi pemasaran yang harus diterapkan, fasilitas produksi yang perlu diperoleh, jumlah dana yang harus disediakan, serta bentuk koordinasi yang diperlukan antar fungsi dalam perusahaan. Alat analisis CVP ini sangat umum digunakan dalam dunia korporasi dan merupakan salah

satu alat manajerial yang penting untuk dikuasai oleh manajer, terutama dalam memprediksi potensi keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan (Kholmi, 2019).

Dalam mempelajari CVP, penting untuk memahami perilaku biaya. Berdasarkan perilaku biaya, biaya dapat dikategorikan menjadi biaya variabel, biaya tetap, dan biaya semi-variabel. Biaya variabel adalah biaya per unit yang tetap, tetapi total biayanya akan berubah seiring dengan perubahan tingkat aktivitas atau volume kegiatan, seperti biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung. Di sisi lain, biaya tetap adalah biaya yang totalnya tidak berubah meskipun terjadi perubahan dalam tingkat volume atau aktivitas, sedangkan biaya perunit dapat berubah mengikuti perubahan volume kegiatan (Santoso, 2024).

Metode CVP menurut Ria (2021) memberikan informasi yang penting dalam pengambilan keputusan bisnis. Beberapa manfaat analisis CVP antara lain:

- 1) Menentukan Titik Impas: Analisis CVP memungkinkan perusahaan untuk mengetahui jumlah unit yang harus dijual atau nilai penjualan yang dibutuhkan untuk mencapai titik impas. Informasi ini membantu perusahaan dalam menentukan target penjualan dan mengatur strategi pemasaran.
- 2) Evaluasi Sensitivitas: Dengan menganalisis hubungan antara perubahan volume penjualan dengan biaya dan laba perusahaan, analisis CVP membantu dalam mengevaluasi sensitivitas perusahaan terhadap perubahan lingkungan bisnis. Perusahaan dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang berpotensi
- 3) Pengambilan Keputusan Harga: Analisis CVP memungkinkan perusahaan untuk menentukan harga jual yang tepat dengan mempertimbangkan biaya, volume penjualan, dan target laba perusahaan. Perusahaan dapat mengetahui pengaruh perubahan harga terhadap laba dan memilih strategi harga yang optimal.

- 4) Analisis Pilihan Produk: Dalam menghadapi berbagai pilihan produk atau jasa, analisis CVP membantu perusahaan dalam mengevaluasi profitabilitas masing-masing pilihan. Perusahaan dapat memilih produk atau jasa yang memberikan margin kontribusi tertinggi dan berkontribusi signifikan terhadap laba perusahaan.
- 5) Perencanaan Laba: Dengan menggunakan analisis CVP, perusahaan dapat melakukan perencanaan laba dengan memperkirakan pendapatan dan biaya yang diharapkan. Hal ini membantu dalam penyusunan anggaran dan perencanaan keuangan perusahaan (Ria 2021).

Dalam melakukan pengambilan keputusan bisnis, analisis CVP memberikan wawasan yang sangat penting tentang hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba perusahaan. Informasi ini membantu manajer dalam menentukan strategi, mengelola risiko, dan mencapai tujuan keuangan perusahaan. Analisis ini menggunakan berbagai parameter yang digunakan untuk perencanaan pendapatan keuangan, seperti *Break Event Point*, *Margin Kontribusi*, *Margin of Safety* dan *Degree of Operating Leverage* (Ria 2021).

b. Margin Kontribusi

Margin kontribusi dapat diartikan seberapa besar kontribusi satuan produk dalam menutup biaya tetap. Margin kontribusi didapat dari selisih antara antara harga jual dengan biaya variable per satuan produk atau selisih antara seluruh hasil penjualan dengan seluruh komponen biaya variable. Dalam analisis biaya volume laba, peran margin kontribusi sangat penting. Margin kontribusi positif menunjukkan bahwa penjualan produk dapat digunakan untuk menutup biaya variabel. Apabila total dari margin kontribusi melebihi jumlah biaya tetap total, maka kelebihanannya merupakan laba. Pentingnya informasi margin kontribusi bagi manajemen antara lain:

- 1) Informasi margin kontribusi bisa digunakan manajemen untuk melihat kemampuan produk dalam menghasilkan laba sehingga

manajemen mudah memilih produk yang menghasilkan laba lebih tinggi.

- 2) Memudahkan dalam menghitung titik impas dengan hanya memperhatikan margin kontribusi dari sebuah produk.
- 3) Dapat menjadi pertimbangan menghentikan atau melanjutkan produksi sebuah produk hanya dengan memperhatikan margin kontribusi. Produk yang memiliki margin kontribusi positif akan menguntungkan bagi perusahaan dan memberikan kontribusi dalam menutup biaya tetap (Sanjaya, 2023)

Margin kontribusi sangat berperan dalam menentukan titik impas dengan rumus:

$$\text{Margin kontribusi} = \text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel}$$

$$\text{Margin Kontribusi Rasio} = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

c. *Break Event Point*

Break even analysis dan cost, volume profit analysis merupakan teknik untuk menafsirkan data produksi dan distribusi dalam rangka membantu manajemen di dalam pengambilan keputusan, meliputi:

- 1) Pemilihan jenis produk
- 2) Pemilihan harga pokok
- 3) Strategi pemasaran
- 4) Pemanfaatan fasilitas produktif.

Titik impas (break event) adalah kondisi di mana suatu usaha tidak menghasilkan laba maupun mengalami kerugian. Dengan kata lain, sebuah usaha dianggap mencapai titik impas jika total pendapatan sama dengan total biaya (Kholmi, 2019).

1) Pendekatan Persamaan

Model CVP dengan pendekatan persamaan Laba adalah total hasil penjualan bersih dikurangi total biaya atau dapat dinyatakan dalam persamaan, sebagai berikut:

Laba Pendapatan Total biaya Karena total biaya meliputi elemen biaya tetap dan biaya variabel, maka model tersebut dapat diubah menjadi:

$$\text{Pendapatan} = \text{Biaya tetap} + \text{Biaya variabel} + \text{laba atau PS} - (\text{VC} + \text{FC})$$

Keterangan:

P = Profit (laba)

S = Sales (harga jual satuan x jumlah unit yang dijual)

VC Variable cost (biaya variabel per unit x jumlah unit yang diproduksi)

FC = Fixed cost (biaya tetap)

2) Rumus pendekatan marjin kontribusi

Menentukan Break Event Point (BEP)

$$\text{BEP (dalam unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap Total}}{\text{Harga jual per unit} - \text{biaya variabel per unit}}$$

Atau

$$\text{BEP (dalam rupiah)} = \frac{\text{Biaya Tetap Total}}{\text{Rasio marjin kontribusi}}$$

3) Pendekatan grafik

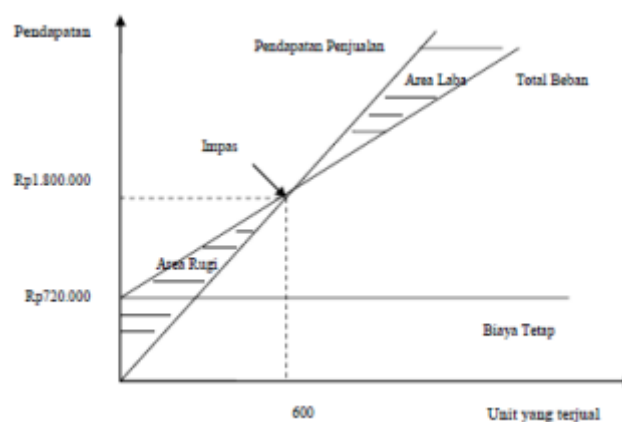
Perhitungan titik impas dapat dilakukan dengan mengidentifikasi titik pertemuan antara garis pendapatan penjualan dan garis biaya dalam sebuah grafik. Titik pertemuan tersebut merupakan titik impas. Untuk menentukan titik impas, perlu dibuat grafik dengan sumbu datar menunjukkan volume penjualan, sedangkan sumbu tegak menunjukkan biaya dan pendapatan.

Langkah –langkah pendekatan grafis:

- a) Gambarlah sumbu X (horizontal) dan sumbu Y (vertical)
- b) Sumbu X menunjukkan volume kegiatan dan sumbu Y menunjukkan biaya dan penjualan.
- c) Misalkan nilai biaya tetap sebesar RP 500.000 gambalah garis sejajar pada sumbu X
- d) Pilihlah titik yang menunjukkan biaya total pada tingkat penjualan tertentu.

- e) Setelah menetapkan titik tersebut, gambalah garis yang menghubungkan titik mulainya garis biaya tetap dengan titik biaya total yang sudah dibuat.
- f) Pilihlah titik yang menunjukkan nilai penjualan sebesar unit tertentu.
- g) Gambarlah garis pada titik yang sudah dibuat dan hubungan dengan titik atau angka 0

Hasil dari langkah satu sampai tujuh dapat dilihat di bawah ini



Perhitungan impas dapat dilakukan dengan menentukan titik pertemuan antara garis penghasilan dengan garis biaya di dalam suatu grafik. Titik pertemuan antara garis penghasilan dengan garis biaya merupakan titik impas atau break event point (Kholmi, 2019).

d. *Margin Of Safety*

Margin of safety dapat diartikan sebagai penjualan yang diharapkan untuk mendapatkan laba diatas titik impas. Manajemen memerlukan informasi margin of safety untuk mengetahui batas aman penurunan penjualan agar tidak menderita kerugian. Semakin besar margin of safety dari sebuah perusahaan maka semakin baik (Purwanti, 2019). Rumus untuk menghitung margin of safety adalah sebagai berikut

Margin Of Safety=Total penjualan – Penjualan titik impas

$$\text{Margin Of Safety Ratio} = \frac{\text{Margin of Safety}}{\text{Total penjualan}} \times 100\%$$

Mos memberikan informasi kepada pihak manajemen perusahaan mengenai berapa jumlah penjualan yang direncanakan dirend boleh turun agar perusahaan tidak menderita kerugian lebih lanjut. Manajemen menggunakan Mos untuk melakukan evaluasi operasi saat ini dan/atau untuk mengukur risiko rencana bisnis baru. Semakin rendah MoS sebuah usaha maka akan semakin tinggi risikonya. Sebaliknya, semakin tinggi MoS, maka akan semakin rendah risikonya (Purwanti, 2019).

**e. Tingkat *leverage operasi/Degree of Operating Leverage (DOL)*
*Degree of Operating Leverage***

DOL merupakan informasi tentang seberapa besar perubahan penjualan berdampak pada perubahan laba operasi. DOL juga dapat berarti besar kecilnya biaya tetap dalam sebuah perusahaan. Semakin besar biaya tetap maka semakin besar juga operating leveragenya dan sensitivitas laba bersih terhadap perubahan penjualan juga semakin besar. Rumus DOL adalah sebagai berikut:

$$DOL = \frac{\text{Contribution Margin}}{\text{Laba bersih}}$$

Misalnya DOL 2Kali, artinya setiap tambahan penjualan akan menambah laba bersih 25% (Purwanti, 2019)

3. Perencanaan Laba

a. Pengertian Laba

Laba ialah salah satu indikator utama kinerja keuangan suatu perusahaan atau entitas bisnis. Pemahaman yang baik tentang laba memungkinkan pengusaha, manajer serta pemangku kepentingan lainnya dalam mengambil keputusan yang tepat serta dapat mengelola bisnis dengan efektif. Laba merujuk kepada keuntungan yang didapatkan oleh sebuah perusahaan atau entitas bisnis setelah mengurangi seluruh biaya serta pengeluaran yang terkait dengan operasi bisnisnya. Laba juga dikenal sebagai keuntungan bersih (Hidayati, 2023).

Laba dapat menjadi ukuran kinerja keuangan yang penting bagi perusahaan. Laba yang stabil atau meningkat menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan pendapatan yang cukup dalam menutupi biaya dan memberikan keuntungan kepada pemilik atau pemegang saha. Laba yang konsisten juga dapat menjadi indikator pertumbuhan serta stabilitas bisnis. Laba dapat digunakan untuk berbagai tujuan, termasuk reinvestasi dalam bisnis, pembayaran dividen kepada pemegang saham, mengurangi hutang, pengembangan produk baru, atau ekspansi bisnis. Analisis laba juga penting dalam menilai kesehatan keuangan perusahaan, melakukan perbandingan dengan pesaing, dan membuat keputusan bisnis yang informasional (Mursalim, 2018).

Pengertian laba dapat menjadi bervariasi tergantung pada konteksnya. Namun, secara umum, laba dihitung dengan mengurangi total pendapatan dengan total biaya yang diperlukan. Pendapatan mencakup seluruh sumber daya yang didapatkan oleh perusahaan dari penjualan produk atau jasa, investasi, atau kegiatan bisnis lainnya. Biaya mencakup berbagai pengeluaran seperti biaya produksi, gaji karyawan, bahan baku, biaya pemasaran, biaya administrasi dan biaya pajak.

b. Unsur-unsur Laba

Beberapa unsur laba dalam akuntansi yang dapat memengaruhi dari perolehan laba itu sendiri. Berikut adalah unsur-unsur laba:

1) Pendapatan

Unsur laba yang pertama adalah pendapatan yaitu suatu peningkatan kegiatan atau aktivitas perusahaan atau dari kegiatan yang menurun baik dari kewajiban dalam suatu periode akuntansi. Pendapatan yang diperoleh bisa dari penjualan atas barang dan atau jasa ataupun dari penjualan produk dari hasil produksi apabila perusahaan manufaktur. Bisa juga perolehan penjualan dari

keseluruhan aktivitas perusahaan yang penjualannya juga dilakukan secara kredit (Mulyana, 2023).

2) Beban

Yang kedua adalah unsur beban yang merupakan pengorbanan atau pengeluaran yang bisa dikeluarkan dari penggunaan asset yang sudah dikeluarkan ataupun dimanfaatkan dalam suatu periode tertentu yang kegiatannya dilakukan untuk kegiatan operasional perusahaan. Beban juga diartikan sebagai pemanfaatan dan berkurang atau penurunan aktiva serta penurunan manfaat secara ekonomi yang akhirnya akan mengurangi atau menurunkan dari ekuitas perusahaan (Mulyana, 2023).

3) Biaya

Unsur biaya berbeda dengan unsur beban, biaya merupakan suatu kas perusahaan atau yang paling likuid yang dikorbankan untuk suatu kegiatan dari produksi suatu perusahaan baik barang maupun jasa, namun biaya yang dikeluarkan atau dikorbankan manfaatnya akan kembali menjadi sebuah penghasilan atau pendapatan. Biaya yang sudah dirasakan manfaatnya oleh perusahaan tersebut maka akan dikatakan sebagai beban baik secara keseluruhan maupun sebagian (Mulyana, 2023).

4) Untung Rugi

Dalam dunia usaha ataupun dunia bisnis yang dikatakan untung rugi sudah biasa dan merupakan hal yang pernah dialami beberapa perusahaan, namun hal ini siapa yang ingin mengalami rugi pasti semua ingin untung. Untung dapat dikatakan suatu peningkatan dari ekonomi namun bukan dari hasil peningkatan investasi pemilik, untung diperoleh ketika penghasilan maupun pendapatan lebih tinggi nilainya dibanding dengan beban atau pengorbanan dari perusahaan tersebut begitupun sebaliknya apabila beban perusahaan lebih tinggi dibanding dengan perolehan pendapatan perusahaan, maka dikatakan rugi. Penghasilan atas penanaman modal itu bisa dikatakan untung

jika mengalami peningkatan dimana dalam menjalankan organisasi dilihat dari segi pemilik, sejumlah sumber daya yang masih tersisa sesudah dikurangi biaya atau kewajiban(Vadila & Rahmi, 2022)

5) Penghasilan

Penghasilan merupakan suatu selisih dari keuntungan antara penjualan dengan nilai harga pokok penjualannya. Penghasilan diperoleh perusahaan dari kegiatan operasional perusahaan dalam kegiatan penjualannya dan hasil dari penjualan ini dikatakan penghasilan bahkan bisa dikatakan berapa banyaknya terjual dari penjualan barang dan atau jasa tersebut selama satu periode akuntansi. Penghasilan juga merupakan arus kas masuk dari arus masuk kotor yang akan menimbulkan atau menyebabkan kenaikan ekuitas yang bukan dari hasil investasi atau penanaman modalnya.(Mulyana, 2023)

c. Perencanaan Laba

Perencanaan laba menurut HS et al., (2021) adalah Rencana kerja yang telah diperhitungkan dengan cermat, di mana implikasi keuangannya dinyatakan dalam bentuk proyeksi perhitungan rugi-laba, neraca, arus kas, dan modal kerja untuk jangka panjang maupun jangka pendek, disebut sebagai anggaran (budget). Anggaran merupakan suatu rencana yang dinyatakan dalam nilai uang atau satuan kuantitatif lainnya. Perencanaan laba ditujukan untuk mencapai sasaran akhir organisasi dan berfungsi sebagai pedoman untuk mempertahankan arah kegiatan yang jelas. Dalam merencanakan laba, penting untuk menentukan seberapa besar laba yang ingin dicapai oleh perusahaan. Dalam analisis ini, target laba yang ditetapkan bertujuan untuk memperoleh keuntungan yang dapat digunakan untuk kelangsungan hidup perusahaan. Besarnya keuntungan atau laba sering kali menjadi ukuran kesuksesan manajemen. Hal ini didukung oleh kemampuan manajemen dalam mengidentifikasi peluang dan kemungkinan di masa depan. Manajemen dituntut untuk mengambil keputusan yang

mendukung pencapaian tujuan perusahaan serta mempercepat pertumbuhannya. Oleh karena itu, manajemen memerlukan perencanaan yang matang untuk mencapai tujuan tersebut. Ukuran yang sering digunakan untuk menilai keberhasilan manajemen suatu perusahaan adalah laba yang diperoleh. Manajer perusahaan harus mampu menyusun perencanaan yang terintegrasi untuk semua aktivitas yang sedang dan akan dilakukan dalam upaya mencapai laba yang diharapkan (HS et al.,2021).

Perencanaan laba melibatkan kerjasama semua level manajemen, dan akan di evaluasi hasilnya setiap periode. Tujuan utama perencanaan laba:

1) Meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Dengan menyusun rencana laba yang efektif, perusahaan dapat meningkatkan peluang untuk mencapai target laba yang telah ditetapkan.

2) Meningkatkan efisiensi operasi

Perencanaan laba mendorong perusahaan untuk menggunakan sumber daya secara efisien dan menghindari pemborosan.

3) Meningkatkan nilai perusahaan.

Laba yang stabil dan berkelanjutan dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata investor dan pemangku kepentingan lainnya (HS et al.,2021).

Manfaat perencanaan laba:

1) Meningkatkan fokus pada profitabilitas.

Perencanaan laba membantu perusahaan untuk fokus pada pencapaian target laba.

2) Meningkatkan koordinasi antar departemen.

Perencanaan laba mendorong koordinasi antar departemen untuk mencapai tujuan bersama.

3) Meningkatkan motivasi karyawan.

Perencanaan laba dapat meningkatkan motivasi karyawan jika mereka mengetahui target laba yang ingin dicapai perusahaan.

4) Meningkatkan pengambilan keputusan.

Perencanaan laba menyediakan informasi yang dibutuhkan untuk pengambilan keputusan yang lebih baik. (Winanto, et al., 2024)

d. Analisis Target laba

Analisis Target Laba Dengan Metode Persamaan Dan Metode Rumus Analisis target laba menurut (Yanti & Ningsih, 2023) adalah salah satu penggunaan pokok dalam analisis CVP . Dalam analisis target laba (target profit anlysis) kita mengestimasi volume penjualan yang diperlukan untuk mencapai laba tertentu.

Secara umum dapat dihitung menggunakan rumus:

$$\text{Unit penjualan untuk mencapai target laba} = \frac{\text{Target laba} + \text{Biaya tetap}}{\text{Marjin Kontribusi Per unit}}$$

Analisis Target Laba Dalam Nilai Penjualan (rupiah)

Melakukan analisis target laba juga harus melakukan perhitungan terhadap nilai penjualan dalam dollar.

$$\frac{\text{Target laba} + \text{Biaya tetap}}{\text{Rasio Marjin Kontribusi}}$$

e. Analisis Sensitivitas

Dalam perencanaan, penting untuk mempertimbangkan kemungkinan perubahan pada salah satu variabel yang dapat memengaruhi besaran target laba. Analisis sensitivitas adalah teknik yang digunakan untuk mengeksplorasi dampak dari perubahan asumsi yang mendasari variabel independen terhadap variabel dependen. Proses analisis ini relatif sederhana, yaitu dengan memasukkan data mengenai harga, biaya variabel, biaya tetap, dan bauran penjualan, serta menerapkan rumus untuk menghitung titik impas dan target laba yang diinginkan. Data tersebut kemudian dapat dimodifikasi untuk mengevaluasi dampak perubahan terhadap laba yang diharapkan.

Penggunaan perangkat lunak *spreadsheet* akan mempermudah perhitungan yang diperlukan.

Beberapa perubahan variabel yang biasa dibahas antara lain:

- 1) Perubahan harga jual. Kenaikan harga jual dapat menyebabkan penurunan permintaan terhadap produk, tetapi juga dapat mengurangi titik impas produk. Sebaliknya, penurunan harga biasanya diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan, namun hal ini juga dapat mengakibatkan peningkatan titik impas produk (Yanti & Ningsih, 2023).
- 2) Perubahan biaya variabel. Penurunan biaya variabel per unit akan mengurangi titik impas. Hal ini dapat dicapai dengan meningkatkan efisiensi dalam penggunaan bahan baku dan tenaga kerja langsung (Yanti & Ningsih, 2023).
- 3) Perubahan biaya tetap. Manajemen mampu mempertimbangkan peningkatan biaya tetap dengan harapan akan terjadi kenaikan volume penjualan, misalnya melalui peningkatan biaya iklan, biaya pelatihan untuk pramuniaga dan salesman, dan lain-lain. Kenaikan biaya tetap akan memengaruhi titik impas serta volume penjualan yang diperlukan untuk mencapai target laba tertentu (Yanti & Ningsih, 2023).
- 4) Perubahan lebih dari satu variabel secara serentak. Dalam dunia nyata, seringkali beberapa variabel berubah dalam waktu bersamaan, misalnya. menurunkan harga sekaligus meningkatkan biaya iklan atau menaikkan harga jual sekaligus meningkatkan biaya variabel untuk kualitas yang lebih baik (Yanti & Ningsih, 2023).
- 5) Manajemen Manajemen dapat memilih strategi yang dianggap paling sesuai dengan kondisi persaingan, serta memperkirakan respons konsumen terhadap penurunan atau kenaikan harga jual, serta perubahan biaya tetap dan biaya variabel yang mungkin terjadi, termasuk kombinasi dari faktor-faktor tersebut. Dua konsep yang dapat digunakan oleh manajemen untuk mengukur risiko yang

dihadapi adalah margin pengaman (*margin of safety*) dan pengungkit operasi (*operating leverage*) (Yanti & Ningsih, 2023).

f. Definisi UMKM

Usaha mikro kecil dan menengah adalah bentuk kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang-undang. Usaha kecil dapat didefinisikan sebagai berikut:

- 1) Pengembangan empat kegiatan ekonomi utama (*core business*) yang menjadi motor penggerak pembangunan, yaitu agribisnis, UMKM manufaktur, sumber daya manusia, dan bisnis kelautan
- 2) Pengembangan kawasan andalan, untuk dapat mempercepat pemulihan perekonomian melalui pendekatan wilayah atau daerah, yaitu dengan pemilihan wilayah atau daerah untuk mewadahi program prioritas dan pengembangan sektor-sektor dan potensi.
- 3) Peningkatan upaya-upaya pemberdayaan masyarakat.

Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memenuhi kriteria sebagai berikut

- 1) Usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp200 juta rupiah, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- 2) Usaha yang memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp1 miliar rupiah.
- 3) Usaha yang berdiri sendiri, bukan perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau terafiliasi, baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau skala besar.
- 4) Berbentuk badan usaha yang dimiliki perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, termasuk koperasi.

Menurut Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan

yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

- 1) Kriteria usaha mikro adalah sebagai berikut:
 - a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00.
- 2) Kriteria usaha kecil adalah sebagai berikut:
 - a) Memiliki kekayaan paling banyak Rp50.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00.
- 3) Kriteria usaha menengah adalah sebagai berikut:
 - a) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan; atau
 - b) memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.2.500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000

Badan Pusat Statistik mengemukakan bahwa batasan usaha mikro, kecil dan menengah adalah:

- 1) Usaha mikro yaitu usaha yang memiliki pekerja kurang dari 5 orang termasuk tambahan anggota keluarga tidak dibayar
- 2) Usaha kecil yaitu usaha yang memiliki pekerjaan 5 sampai 19 orang
- 3) Usaha menengah yaitu usaha yang memiliki pekerja 19 sampai 99 orang

Fungsi dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah pertama, menciptakan lapangan kerja yang lebih luas untuk masyarakat. Perkerjaan dalam sektor UMKM dapat dilakukan oleh siapapun,

meskipun orang tersebut berada pada tingkat pendidikan yang rendah atau tidak mempunyai keterampilan khusus. Kedua, mendorong kondisi perekonomian agar lebih stabil dan merata (Purnomo et.al., 2019). Dalam UMKM, biasanya pemilik usaha bertanggung jawab atas pengelolaan dan kepemimpinan sendiri. Pemilik UMKM berperan ganda sebagai pengelola utama usaha, manajer produksi, manajer keuangan dan manajer pemasaran. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan kemampuan seseorang untuk menguasai berbagai aspek dalam waktu yang sama.

B. Penelitian Relevan

1. Penelitian yang dilakukan oleh Cantika Rosianna, Yola Winanda, dan Windy Rezki Kurnia (2021) yang berjudul Analisis Cost Volume Profit Terhadap Perencanaan Laba UMKM Keripik Ibu pada tahun 2021 di Pekan Baru, menggunakan variabel yaitu harga jual, volume penjualan, biaya variabel, biaya tetap, dan laba. Pengukuran yang digunakan ialah *contribution margin*, *break event point*, *margin of safety* dan *operating leverage*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis *Cost Volume Profit* (CVP), metode yang digunakan kualitatif, analisis deskriptif untuk meringkas dan menyajikan data yang dikumpulkan dari UMKM Keripik Ibu, membantu memahami struktur biaya dan laba bisnis. Hasil dari penelitian ini adalah pada perhitungan margin kontribusi sebesar 47%, yang menunjukkan bahwa usaha Kripik Ibu mampu untuk menutupi biaya tetap usaha. BEP atau titik impas untuk periode Oktober-April adalah Rp. 15.104.167. Dapat diartikan bahwa Usaha Kripik Ibu akan menghasilkan laba maksimal jika penjualan diatas Rp. 15.104.167. *Margin of Safety* Usaha Kripik Ibu adalah sebesar 93,41%, jika usaha Kripik Ibu mengalami penurunan penjualan sebesar 93,41% maka usaha Kripik Ibu akan mengalami kerugian. Akan tetapi, karena *margin of safety* yang diperoleh cukup besar, maka kemungkinan usaha mengalami kerugian kecil. Jika kenaikan penjualan sebesar 0,75% yang didapat dari *Operating Laverage*,

maka perusahaan akan mengalami kenaikan penjualan sebesar 0,75%. Persamaan penelitian Cantika, Yola dan Widya antika dengan penulis adalah sama-sama menggunakan analisis CVP untuk melakukan perencanaan laba sedangkan perbedaannya adalah pada tempat penelitian dimana penelitian Cantika, Yola dan Widya dilakukan di UMKM Keripik Ibu di Pekan Baru tahun 2021, sedangkan penulis di UMKM Kerupuk Kulit Mahkota Nagari Saruaso, Kecamatan Tanjung Emas tahun 2024.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Iksan Hikmatullah, Fajar Dini Harianto, Muhammad Riyanto Gufron, dan Mohammad Bastomi (2023) yang berjudul *Analisis Cost Volume Profit (CVP) Sebagai Alat Perencanaan Laba pada UMKM Ayam Broiler Ibu Ramlah di Malang*, menggunakan variabel yaitu biaya variabel dan tetap, penjualan, perhitungan laba. Teknik analisis data yaitu dengan analisis Cost Volume Profit melalui penelitian kualitatif dengan cara wawancara dengan ibu ramlah pemilik ayam broiler terkait deskripsi usaha dan bagaimana cara ibu ramlah memperkirakan laba serta pengukuran yang digunakan ialah titik impas, margin kontribusi, *margin of safety dan operating leverage*. Hasil dari penelitian ini adalah menggunakan analisis *Cost Volume Profit* diperoleh informasi bahwa usaha Ibu Ramlah harus mampu menjual 2.700 ekor ayam dengan total pendapatan 161.192.307 pertahun agar mencapai titik Break Even Point, rasio margin kontribusi 13%, Margin of Safety dalam Rupiah maksimal boleh turun 933.807.693, dan Degree of Operating Leverage sebesar 1,17 kali laba operasi. Untuk itu Ibu Ramlah dalam memperkirakan laba kedepannya diharapkan menggunakan analisis Cost Volume Profit agar dapat memperkirakan laba yang maksimal dan agar mengetahui berapa unit total penjualan dan pendapatan yang harus diperoleh agar mencapai titik *Break Even Point*. Persamaan penelitian Ihsan, Fajar danMohhammad dengan penulis adalah sama-sama menggunakan analisis CVP untuk melakukan perencanaan laba sedangkan perbedaannya adalah pada tempat penelitian dimana penelitian Ihsan, Fajar danMohhammad dilakukan di

UMKM Ayam Broiler Ibu Ramlah di Malang tahun 2023, sedangkan penulis di UMKM Kerupuk Kulit Mahkota tahun 2024.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Ayu Wanda Sari, Rudeva Juniawaty, dan Siti Juriah (2023) yang berjudul Analisis Perhitungan Cost Volume Profit (CVP) Sebagai Dasar Perencanaan Laba Banana Nugget Raffi di Cawang, menggunakan variabel yaitu harga jual, volume penjualan, biaya variabel, biaya tetap, dan laba dengan menggunakan *mix method* yaitu metode kualitatif dan metode kuantitatif, serta teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data Miles and Huberman yaitu analisis data dalam penelitian ini dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pengukuran yang digunakan ialah *contribution margin*, *break event point*, *margin of safety* dan *operating leverage* dan perencanaan laba. Hasil dari penelitian ini adalah perhitungan analisis *Cost Volume Profit* (CVP) Banana Nugget Raffi pada tahun 2022 memiliki rasio margin kontribusi sebesar 43%, nilai titik impas sebesar Rp 146.167.442, nilai margin pengaman sebesar Rp 101.087.968 atau 44%, dan nilai leverage operasi sebesar 2,2. Adapun pada tahun 2023 Banana Nugget Raffi menginginkan kenaikan laba sebesar 20% dari tahun sebelumnya. Berdasarkan perhitungan tersebut, laba yang harus dicapai pada tahun 2023 sebesar Rp 61.560.550. Hal tersebut berarti Banana Nugget Raffi harus mencapai target penjualan pada tahun 2023 sebesar Rp 289.331.511 agar mendapatkan laba yang diharapkan. Persamaan penelitian Ayu, Rudeva dan Siti dengan penulis adalah sama-sama menggunakan analisis CVP untuk melakukan perencanaan laba sedangkan perbedaannya adalah pada tempat penelitian dimana penelitian Ayu, Rudeva dan Siti dilakukan di Banana Nugget Raffi di Cawang tahun 2022, sedangkan penulis di UMKM Kerupuk Kulit Mahkota tahun 2024. Perbedaan selanjutnya adalah penelitian Ayu, Rudeva dan Siti menggunakan *mix method* sedangkan penulis metode kualitatif.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Mifta Sofyan dan Rachma Aprillia (2023) yang berjudul Implementasi Perencanaan Laba Pada UMKM (Studi Kasus UMKM Taka One Thai Tea) di Tangerang Selatan, menggunakan variabel harga jual, biaya variabel dan biaya tetap, dan target penjualan. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah menentukan bauran penjualan, target laba, margin kontribusi, titik impas dan menghitung target penjualan. Serta teknik analisis data yang digunakan adalah analisis *Cost Volume Profit* sebagai perencanaan laba dengan menggunakan metode kualitatif pendekatan studi kasus yaitu pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara dan observasi. Hasil dari penelitian ini adalah UMKM Take One memperoleh keuntungan bersih sekitar Rp12.000.000. Dengan mempertimbangkan kondisi ekonomi masa pandemi yang mulai pulih kembali dan berdasarkan wawancara dengan pemilik, diperkirakan UMKM Take One Thai Tea mampu mencapai target laba Rp15.000.000 per bulan di tahun 2022. perencanaan laba yang dilakukan dengan analisis CVP, pemilik UMKM Take One dapat menghitung target penjualan yang diperlakukan untuk mencapai laba yang diinginkan. Analisis CVP memberikan informasi yang lebih detail terkait biaya tetap, biaya variabel maupun margin kontribusi sehingga pemilik UMKM dapat mengetahui besaran biaya yang ditanggung oleh bisnisnya serta mengambil tindakan yang tepat, baik untuk pengendalian biaya maupun pengambilan keputusan, misalnya ketika hendak menambah atau mengurangi varian produk yang dijual. Persamaan penelitian Mifta dan Rachma dengan penulis adalah sama-sama menggunakan analisis CVP untuk melakukan perencanaan laba sedangkan perbedaannya adalah pada tempat penelitian dimana penelitian Mifta dan Rachma dilakukan di UMKM Take One Thai Tea di atnggerang Selatan tahun 2022, sedangkan penulis di UMKM Kerupuk Kulit Mahkota tahun 2024.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Alvini Hassanah dan Rulfah M. Daud (2019) yang berjudul *Analisis Cost Volume Profit* sebagai Alat Perencanaan Laba (Studi Kasus Pada UMKM Dendeng Sapi di Banda Aceh), menggunakan variabel yaitu variabel yaitu biaya variabel, biaya tetap, biaya semi variabel, CVP dan perencanaan laba penelitian ini menggunakan penelitian bersifat deskriptif, penelitian ini memaparkan kondisi kondisi objek penelitian berdasar keadaan yang sebenarnya di lapangan. Sumber data diperoleh melalui hasil wawancara kepada setiap pemilik usaha dendeng sapi yang ada di Banda Aceh. Pengukuran yang digunakan ialah *contribution margin*, *break event point*, *margin of safety* dan *operating leverage*. Hasil dari penelitian ini adalah perencanaan laba yang dilakukan dengan analisis CVP maka data yang telah dihitung menggunakan alat yang digunakan pada analisis *cost volume profit* maka target laba yang direncanakan setiap UMKM diharapkan mengalami peningkatan sebesar 15% dari tahun sebelumnya, UMKM Gunung Seulawah target laba Rp. 2.976.401.250 yang bisa dicapai dengan total penjualan sebanyak 47.775 unit dengan asumsi tidak ada perubahan biaya. UMKM Bungong Jaroe target laba Rp. 1.058.042.263 yang bisa dicapai dengan total penjualan sebanyak 20.253 dan UMKM Rencong Aceh target laba Rp. 65.331.845 yang bisa dicapai dengan total penjualan sebanyak 1.307 unit. Persamaan penelitian Alfini dan Rulcfah dengan penulis adalah sama-sama menggunakan analisis CVP untuk melakukan perencanaan laba sedangkan perbedaannya adalah pada tempat penelitian dimana penelitian Mifta dan Rachma dilakukan di UMKM Dendeng Sapi di Banda Aceh tahun 2019, sedangkan penulis di UMKM Kerupuk Kulit Mahkota tahun 2024.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian lapangan (*field research*) dengan metode kualitatif pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan suatu fenomena atau proses secara mendalam berdasarkan data yang diperoleh langsung dari lapangan (Sugiyono, 2024).

Penelitian ini akan mengkaji lebih dalam mengenai analisis *Cost Volume Profit* (CVP) sebagai alat perencanaan laba pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota.

B. Latar dan Waktu Penelitian

Penelitian akan dilaksanakan di UMKM Kerupuk Kulit Mahkota yang berada di Jorong Saruaso Barat, Nagari Saruaso, Kecamatan Tanjung Emas. Sebagai tempat penelitian untuk mendapatkan berbagai data yang akurat tentang biaya-biaya dan volume penjualan yang berkaitan dengan judul penelitian ini. Sedangkan waktu penelitian terhitung dari bulan November 2024 sampai Januari 2025.

**Tabel 3. 1
Rancangan Waktu Penelitian**

No	Keterangan	Tahun 2024							Tahun 2025	
		Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb
1	Observasi Awal									
2	Pengajuan Proposal									
3	Bimbingan Proposal									
4	Seminar Proposal									

5	Revisi Setelah seminar									
6	Pengumpulan Data									
7	Bimbingan Skripsi									
8	Munaqasah									

C. Sumber Data

Sumber data ialah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi atau data yang dibutuhkan. Secara umum sumber data dapat dibagi menjadi dua kategori yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer yaitu sumber data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber aslinya (responden) melalui wawancara yang dilakukan berdasarkan orang yang memiliki power dan otoritas langsung pada situasi yang diteliti, dalam hal ini informan yang dipilih ialah Bapak Heriwen selaku pemilik dari usaha kerupuk kulit mahkota dan juga para karyawan yang dapat memberikan gambaran serta data-data yang diperlukan.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder ialah data penelitian yang diperoleh dari informasi-informasi yang telah tersedia dan diolah oleh pihak lain. Data sekunder yang digunakan peneliti ialah berupa data harga jual, data harga pokok dan data aset.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode pengumpulan data untuk penelitian dari berbagai sumber yang didapatkan. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian yang akan dilakukan adalah dengan cara:

1. Observasi

Pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung yaitu dilakukan dengan memperhatikan dengan seksama segala sesuatu yang ada di lapangan, pengamatan dilakukan untuk melengkapi data yang diperlukan dan sebagai bahan informasi pada penelitian ini.

2. Wawancara

Pengumpulan data dengan melakukan wawancara semi terbuka dengan melakukan tanya jawab kepada pemilik usaha yaitu Pak Heriwen untuk mendapatkan informasi atau data-data terkait yang berhubungan dengan penelitian ini.

3. Dokumentasi

Pengumpulan data dalam hal ini dilakukan dengan melakukan kompilasi dokumen-dokumen yang dianggap dapat bermanfaat bagi penelitian yang dilakukan, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan melihat dan mempelajari data-data yang ada di Usaha UMKM Kerupuk Kulit Mahkota

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengklasifikasikan semua biaya-biaya yang dikeluarkan kedalam biaya variable dan biaya tetap.
2. Mengumpulkan data yang diperoleh dari UMKM Kerupuk Kulit Mahkota yang terdiri dari data-data mengenai penjualan produk, produksi, pendapatan, dan biaya-biaya yang dikeluarkan pada periode 2024
3. Marjin kontribusi

Marjin kontribusi didapat dari selisih antara antara harga jual dengan biaya variable per satuan produk atau selisih antara seluruh hasil penjualan dengan seluruh komponen biaya variable

Marjin kontribusi = Penjualan- Biaya Variabel (Warren et al., 2022)

$$\text{Marjin Kontribusi Rasio} = \frac{\text{Marjin Kontribusi}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

4. Analisis titik impas(Break Event Point)

Titik impas (*break event point*) adalah keadaan suatu usaha yang tidak memperoleh laba dan tidak mengalami kerugian. Dengan kata lain, suatu usaha dikatakan impas jika jumlah pendapatan sama dengan jumlah biaya.

Menentukan Break Event Point (BEP)

$$\text{BEP (paket)} = \frac{\text{Biaya tetap total}}{\text{Marjin kontribusi per paket}} \text{ (Handayani \& Kumalaputri, 2021)}$$

$$\text{BEP (dalam rupiah)} = \frac{\text{Biaya Tetap Total}}{\text{Rasio marjin kontribusi}}$$

5. Margin Of Safety

Margin of safety dapat diartikan sebagai penjualan yang diharapkan untuk mendapatkan laba diatas titik impas. Manajemen memerlukan informasi margin of safety untuk mengetahui batas aman penurunan penjualan agar tidak menderita kerugian (Weygandt et al., 2018)

$$\text{Margin Of Safety} = \text{Total penjualan normal} - \text{Penjualan titik impas}$$

$$\text{Margin Of Safety Ratio} = \frac{\text{Margin of Safety}}{\text{Total penjualan}} \times 100\%$$

6. Tingkat leverage operasi/Degree of Operating Leverage (DOL) Degree of Operating Leverage

DOL juga dapat berarti besar kecilnya biaya tetap dalam sebuah perusahaan. Semakin besar biaya tetap maka semakin besar juga operating leveragenya dan sensitivitas laba bersih terhadap perubahan penjualan juga semakin besar. Rumus DOL adalah sebagai berikut (Weygandt et al., 2018):

$$\text{DOL} = \frac{\text{Contribution Margin}}{\text{Laba bersih}}$$

7. Perencanaa laba

Perencanaan laba adalah rencana kerja yang disusun dengan teliti, di mana implikasi keuangannya diungkapkan dalam bentuk proyeksi perhitungan rugi-laba, neraca, arus kas, dan modal kerja untuk periode jangka panjang maupun jangka pendek (Rahmi et al., 2024).

Penjualan untuk mencapai target laba(unit) = $\frac{\text{Target laba} + \text{Biaya tetap}}{\text{Marjin Kontribusi Per unit}}$

Penjualan untuk mencapai target laba(Rupiah) = $\frac{\text{Target laba} + \text{Biaya tetap}}{\text{Rasio Marjin Kontribusi}}$

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah dan Perkembangan UMKM Kerupuk Kulit Mahkota

Kerupuk Kulit Mahkota merupakan suatu UMKM usaha yang bergerak di bidang manufaktur makanan yaitu pembuatan kerupuk kulit yang beralamat di Jalan KUD Saruaso Barat, Kecamatan Tanjung Emas, Kabupaten Tanah Datar. UMKM ini merupakan usaha keluarga yang dijalankan secara turun menurun oleh H. Datuak Heriwen Tumanggung bersama dengan Istrinya. UMKM ini dimulai semenjak tahun 1993 dibantu oleh beberapa orang tenaga kerja yang masih ada hubungan kerabat. Pembuatan kerupuk kulit masih menggunakan alat sederhana. keluarga H. Datuak Tumanggung, dulunya ini hanyalah usaha rumahan dengan memproduksi kerupuk kulit untuk dijual di warung-warung sekitar, kemudian karena semakin banyaknya permintaan dari konsumen, seperti warung nasi dan pasar tradisional pemilik mulai mengembangkan usahanya sedikit demi sedikit.

Saat sekarang ini Kerupuk Kulit Mahkota sudah banyak sekali mengalami kemajuan, sekarang UMKM Kerupuk Kulit Mahkota sudah memiliki pelanggan tidak hanya di Batusangkar, tapi juga ada yang berdatangan langsung dari luar kota, bahkan pelanggan dari luar daerah Sumatera. Berdasarkan informasi yang didapatkan melalui wawancara dengan Bapak H. Datuak Heriwen Tumanggung omset per bulan biasa mencapai lebih kurang Rp. 100.000.000, - 250.000.000 atau bisa 2 kali lipat.

Kerupuk Kulit Mahkota saat ini memiliki 12 orang karyawan, dalam kegiatan ke 12 karyawan tersebut masuk sesuai dengan berapa banyak bahan baku yang ada. Berdasarkan informasi yang didapatkan dari Bapak H. Datuak Heriwen Tumanggung, untuk sistem penggajian

karyawan dihitung per hari, dan untuk jumlah gaji yang diberikan pada karyawan dinilai berdasarkan lama bekerja dan bagiuan pekerjaan yang dilakukan.. Berikut ini adalah daftar gaji dan nama karyawan dari UMKM Kerupuk Kulit Mahkota.

Tabel 4. 1
Kerupuk Kulit Mahkota
Daftar Gaji dan Nama Karyawan

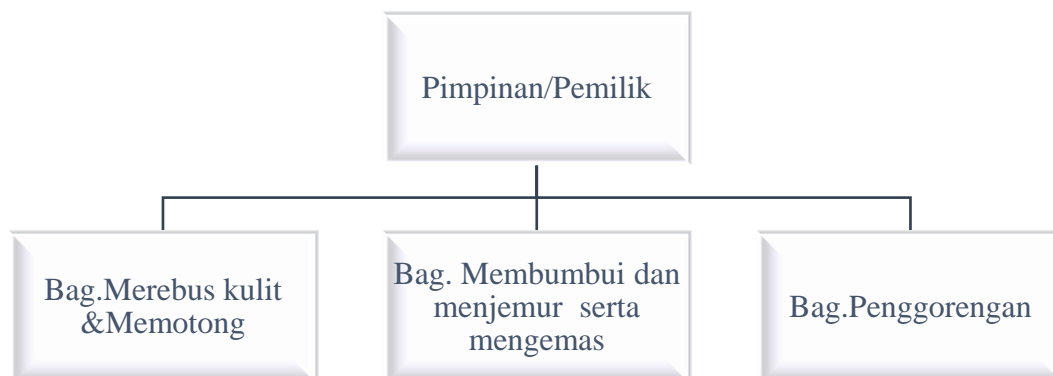
No	Nama	Bagian	Gaji Harian
1	Arlan	Merebus dan Memotong Kulit	Rp 190,000
2	Nurman	Merebus dan Memotong Kulit	Rp 190,000
3	Ade	Merebus dan Memotong Kulit	Rp 150,000
4	Asridawati	Merebus dan Memotong Kulit	Rp 150,000
5	Ismailis	Merebus dan Memotong Kulit	Rp 130,000
6	Nurmi	Merebus dan Memotong Kulit	Rp 130,000
7	Tuti	Membumbui dan Menjemur Kulit	Rp 110,000
8	Delvis	Membumbui dan Menjemur Kulit	Rp 110,000
9	Rismaini	Membumbui dan Menjemur Kulit	Rp 110,000
10	Empi	Penggorengan Latua dan Jangek	Rp 130,000
11	Yusrizal	Penggorengan Latua dan Jangek	Rp 130,000
12	Asriwati	Penggorengan Latua dan Jangek	Rp 130,000

Sumber: *Data olahan 2024*

Dalam proses produksi semua karyawan bekerja sesuai dengan pembagian kerja yang telah ditentukan, dan sistem penggajian dilakukan harian dan besaran gaji berdasarkan lama bekerja.

2. Struktur Organisasi Perusahaan

UMKM Kerupuk Kulit Mahkota belum pernah membuat struktur organisasi, berikut ini gambaran struktur organisasi UMKM Kerupuk Kulit Mahkota berdasarkan informasi yang didapat dari pemilik perusahaan.



Gambar 4. 1
Struktur Organisasi

Tugas dan Tanggung Jawab masing-masing bagian sebagai berikut:

a. Pimpinan pemilik

Pimpinan bertugas sebagai pengawas dalam proses produksi, serta orang yang turun tangan langsung dalam pembelian bahan baku

b. Bagian merebus kulit dan memotong kulit

Pada bagian ini bertugas untuk merebus kulit yang telah dibeli oleh pemilik, kemudian setelah itu pada bagian ini bertugas mencabut kulit yang ada pada kulit agar kulit bersih, kemudian kulit akan dipotong- potong

c. Bagian membumbui dan menjemur kulit

Bagian ini bertugas untuk membumbui kulit yang telah dipotong, dan kemudian kulit yang telah di bumbui akan dijemur, bagian ini juga memiliki tugas untuk membungkus produk jadi.

d. Bagian menggoreng setengah matang dan barang jadi

Bagian ini bertugas untuk menggoreng setengah matang kulit yang telah kering dijemur sebelumnya dan menggoreng untuk barang jadi.

3. Proses Produksi Pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota

Proses produksi kerupuk kulit dilakukan setiap hari Senin - Sabtu, untuk pembelian bahan baku dilakukan oleh H.Datuak Tumanggung sendiri ke pasar tradisional seperti, Talawi/ Sawahlunto, Padang Panjang.

dan Bukittinggi. Kulit yang dipakai adalah kulit sapi dan kulit kerbau (jika ada), bahan baku kulit yang paling dominan untuk diolah adalah kulit sapi, sementara untuk bahan baku kulit kerbau hanya sesekali, karena untuk kulit kerbau sulit didapatkan.

Langkah-langkah dalam memproduksi kerupuk kulit ini adalah sebagai berikut:

- a. Proses awal yang dilakukan adalah, kulit akan dibersihkan dan direbus terlebih dahulu selama 2 jam sampai bulu yang melekat pada kulit sapi/kerbau bisa dicabut dan dibersihkan, kemudian setelah itu, kulit akan dipotong-potong
- b. Setelah kulit di potong sesuai ukuran, kulit tersebut akan dibumbui dengan garam untuk memberikan rasa pada kerupuk kulit, selain itu proses pembumbuan ini juga berfungsi untuk menghilangkan bau amis yang ada pada kulit Setelah dibumbui sampai merata, kulit akan dijemur agar bumbu bisa meresap pada pada kulit.
- c. Proses selanjutnya adalah menggoreng latua (goreng setengah matang), pada tahapan ini kulit yang telah dijemur akan di goreng setengah matang selama 7-8 jam dengan suhu minyak 65°C - 75°C , latua kulit ini berfungsi untuk mengurangi kadar air yang ada pada kulit.
- d. Setelah proses latua kulit selesai, kulit tersebut akan digoreng kembali dengan suhu minyak 110°C - 115°C , untuk 1 kg butuh waktu 2 menit untuk menggorengnya, setelah itu kerupuk kulit jangek siap untuk dikemas, dan di jual dipasaran.

4. Penjualan/Pemasaran

Untuk proses pemasaran pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota, bisa dibilang sudah mencapai lingkupan yang cukup luas, karena pelanggan dari UMKM Kerupuk Kulit Mahkota tidak hanya dari kota Batusangkar, melainkan ada juga pelanggan dari luar kota dan daerah seperti Padang Panjang (sate Mak Syukur dan Saiyo). Sedangkan untuk pelanggan yang ada diluar daerah Sumbar seperti Palembang, Tembilahan,

Jakarta sampai ke Manado itu berupa Rumah Makan dan Restoran Padang.

Berdasarkan informasi dari pemilik, UMKM Kerupuk Kulit Mahkota paling banyak memasok kerupuk kulit latua (setengah jadi). Rumah Makan yang ada di Tembilahan, hampir 70% Rumah Makan yang ada di Tembilahan merupakan pelanggan dari UMKM Kerupuk Kulit Mahkota.

B. Hasil Penelitian

1. Identifikasi Biaya

Identifikasi biaya merupakan suatu proses analisis yang sistematis untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasikan biaya terkait dengan aktivitas atau proyek tertentu. Proses ini melibatkan pengumpulan data yang relevan, pengklasifikasian biaya menjadi beberapa kategori yaitu biaya variabel dan biaya tetap.

UMKM Kerupuk Kulit Mahkota belum melakukan pemisahan biaya-biaya berdasarkan perilakunya. Oleh sebab itu maka perlu dilakukannya pemisahan biaya berdasarkan perilakunya yaitu terbagi dua ada biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap merupakan biaya yang tidak berubah jumlahnya meskipun terjadi perubahan volume produksi maupun penjualan. Biaya variabel adalah biaya berubah jumlahnya atau sebanding lurus terus dengan seiring perubahan volume produksi atau penjualan sehingga biaya variabel ialah biaya yang langsung berhubungan terhadap penjualan produk.

Identifikasi biaya-biaya yang ada pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota untuk pembuatan kerupuk kulit Latua dan Jangek berdasarkan perilakunya ialah sebagai berikut:

Tabel 4. 2
Klasifikasi Biaya UMKM Kerupuk Kulit Mahkota
Periode 2024

Keterangan	Sifat Biaya
Bahan Baku	
Kulit Sapi	Biaya Variabel
Minyak Goreng	Biaya Variabel
Garam	Biaya Variabel
Tenaga Kerja	
Upah Tenaga Kerja	Biaya Variabel
Biaya Overhead Pabrik	
Gas	Biaya Variabel
Plastik Kemasan	Biaya Variabel
Karet	Biaya Variabel
Air	Biaya Tetap
Listrik	Biaya Tetap
Paket Internet	Biaya Tetap
Penyusutan Drum Perebusan	Biaya Tetap
Penyusutan Pisau	Biaya Tetap
Penyusutan Wajan	Biaya Tetap
Penyusutan Waring	Biaya Tetap
Penyusutan Timbangan	Biaya Tetap
Penyusutan Kendaraan	Biaya Tetap
Pemeliharaan Kendaraan	Biaya Tetap
Penyusutan Bangunan	Biaya Tetap
Biaya Pemasaran	
Pemasaran Produk	Biaya Tetap

Sumber: *Data olahan 2024*

a. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah jenis biaya yang jumlahnya tidak berubah meskipun tingkat produksi atau aktivitas berubah dalam jangka waktu tertentu. Biaya tetap akan tetap sama terlepas dari suatu perusahaan memproduksi banyak produk, sedikit, atau bahkan tidak sama sekali, setidaknya dalam periode tertentu. Berikut ini akan disajikan total dari biaya tetap yang ada pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota Kerupuk November Tahun 2024

Tabel 4. 3
Daftar Biaya Tetap
UMKM Kerupuk Kulit Mahkota
November Tahun 2024

No	Keterangan	Produk		Jumlah
		Latua	Jangek	
1	Pemasaran	Rp 2.850.000	Rp 950.000	Rp 3.800.000
3	Listrik	Rp 15.000	Rp 5.000	Rp 20.000
4	Air	Rp 150.000	Rp 50.000	Rp 200.000
5	Paket Internet	Rp 56.250	Rp 18.750	Rp 75.000
6	Penyusutan Drum Perebusan	Rp 14.063	Rp 4.688	Rp 18.750
7	Penyusutan Pisau	Rp 23.438	Rp 7.813	Rp 31.250
8	Penyusutan Waring	Rp 109.375	Rp 36.458	Rp 145.833
9	Penyusutan Wajan	Rp 93.750	Rp 31.250	Rp 125.000
	Penyusutan Timbangan	Rp 13.281	Rp 4.427	Rp 17.708
10	Penyusutan Kendaraan	Rp 703.125	Rp 234.375	Rp 937.500
11	Pemeliharaan Kendaraan	Rp 112.500	Rp 37.500	Rp 150.000
12	Penyusutan Bangunan	Rp 375.000	Rp 125.000	Rp 500.000
Total		Rp 4.515.781	Rp 1.505.260	Rp 6.021.041

Sumber: *Data olahan 2024*

Berdasarkan tabel 4.3 Dapat diketahui bahwa pada November tahun 2024 UMKM Kerupuk Kulit Mahkota Kerupuk memiliki total biaya tetap sebesar Rp 6.021.041 dan dari data tersebut nantinya akan digunakan sebagai alat untuk melakukan analisis *cost volume profit*.

b. Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang berubah totalnya seiring dengan perubahan jumlah unit produksi atau penjualan produk. Jadi biaya variabel disini merupakan biaya yang berhubungan langsung terhadap penjualan produk. Berikut ini akan menyajikan total dari biaya variabel yang ada pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota Kerupuk November Tahun 2024.

Tabel 4. 4
Daftar Biaya Variabel
Per November 2024

No	Jenis Biaya	Produk		Jumlah
		Latua	Jangek	
1	Biaya Bahan Baku			
	Kulit	Rp 88.200.000	Rp 29.400.000	Rp 117.600.000
	Garam	Rp 1.575.000	Rp 525.000	Rp 2.100.000
	Minyak Goreng	Rp 5.670.000	Rp 4.410.000	Rp 10.080.000
2	Biaya Tenaga Kerja Lansung			
	Tenaga kerja	Rp 23.810.000	Rp 8.190.000	Rp 32.000.000
3	Biaya Overhead Pabrik			
	Gas	Rp 3.228.750	Rp 1.435.000	Rp 4.663.750
	Plastik	Rp 608.500	Rp 1.772.000	Rp 2.380.500
	Karet	Rp 33.600	Rp 232.400	Rp 266.000
4	Jumlah Biaya Variabel	Rp 123.125.850	Rp 45.964.400	Rp 169.090.250
5	Jumlah Unit	1050	350	1400
6	Biaya Variabel/Unit	Rp 117.262,71	Rp 131.326,86	

Sumber: *Data olahan 2024*

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa pada November tahun 2024 UMKM Kerupuk kulit mahkota kerupuk memiliki total biaya variabel sebesar Rp 169.090.250 dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead. Biaya variabel per unit untuk kerupuk Latua sebesar Rp 117.262,71 dan untuk kerupuk Jangek sebesar Rp 131.326,86 dari data tersebut nantinya akan digunakan sebagai alat untuk melakukan analisis *cost volume profit*.

c. Biaya Produksi

Untuk memproduksi kerupuk kulit Latuadan jadi dibutuhkan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, *biaya overhead* pabrik. Berikut ini biaya produksi yang dikeluarkan oleh UMKM Kerupuk kulit mahkota kerupuk untuk memproduksi 1050 Kg produk latua dan 350 Kg produk jangek selama bulan November tahun 2024 untuk menentukan persentase nilai produksi relative dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

Persentase nilai produksi relative

$$= \frac{\text{Nilai produksi setiap produk}}{\text{Total Produksi}} \times 100\%$$

Kerupuk Latua

$$= \frac{1050}{1400} \times 100\%$$

$$= 75\%$$

Kerupuk Jangek

$$= \frac{350}{1400} \times 100\%$$

$$= 25\%$$

Berdasarkan perhitungan persentase nilai produksi relative masing-masing produk kerupuk kulit Latuadan kerupuk kulit jadi, dapat diketahui bahwa persentase nilai produksi relative paling tinggi adalah kerupuk kulit Latuayaitu 75%. Hal ini disebabkan karena orientasi UMKM Kerupuk Kulit Mahkota adalah produk kerupuk kulit Latua lebih dominan dibandingkan produk jangek.

Tabel 4. 5
UMKM Kerupuk Kulit Mahkota
Laporan Biaya Produksi Kerupuk Latua dan Jangek
Per November Tahun 2024

No	Unsur Biaya	Jenis Produk	
		Latua	Jangek
1	Biaya Bahan Baku		
	Kulit	Rp 88.200.000	Rp 29.400.000
	Garam	Rp 1.575.000	Rp 525.000
	Minyak Goreng	Rp 5.670.000	Rp 4.410.000
	Total Biaya Bahan Baku	Rp 95.445.000	Rp 34.335.000
2	Biaya Tenaga Kerja Lansung		
	Tenaga kerja	Rp 23.810.000	Rp 8.190.000
	Total BTKL	Rp 23.810.000	Rp 8.190.000
3	Biaya Overhead Pabrik		
	Gas	Rp 3.228.750	Rp 1.435.000
	Plastik	Rp 608.500	Rp 1.772.000
	Karet	Rp 33.600	Rp 232.400
	Listrik	Rp 15.000	Rp 5.000
	Air	Rp 150.000	Rp 50.000

	Paket Internet	Rp 56.250	Rp 18.750
	Pemasaran	Rp 2.850.000	Rp 950.000
	Penyusutan Drum Perebusan	Rp 14.063	Rp 4.688
	Penyusutan Pisau	Rp 23.438	Rp 7.813
	Penyusutan Waring	Rp 109.375	Rp 36.458
	Penyusutan Wajan	Rp 93.750	Rp 31.250
	Penyusutan Timbangan	Rp 13.281	Rp 4.427
	Penyusutan Kendaraan	Rp 703.125	Rp 234.375
	Pemeliharaan Kendaraan	Rp 112.500	Rp 37.500
	Penyusutan Bangunan	Rp 375.000	Rp 125.000
	Total Biaya Overhead Pabrik	Rp 8.386.631	Rp 4.944.660
	Total Biaya Produksi	Rp127.641.631	Rp 47.469.660

Sumber: Data Olahan 2024

Berikut ini adalah pejabaran dari biaya-biaya produksi yang dikeluarkan UMKM Kerupuk Kulit Mahkota Pada November Tahun 2024.

1) Biaya Bahan Baku

Bahan baku yang digunakan untuk membuat kerupuk kulit Latuadan jadi adalah kulit sapi, garam dan minyak goreng. Kebutuhan bahan baku untuk produk Latuadan jadi itu sama yang membedakannya dalam penggunaan minyak goreng yang lebih banyak untuk kerupuk jadi. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data produksi bulan November 2024.

Pada produksi kerupuk kulit UMKM Kerupuk Kulit Mahkota biaya kulit yang digunakan dalam proses produksi kerupuk kulit Latuaselama November tahun 2024 adalah Rp 88.200.000 . Garam yang digunakan untuk kerupuk kulit agar memiliki rasa gurih ialah sebesar Rp 1.575.000. dan biaya minyak goreng sebesar Rp 5.670.000.

Untuk perhitungan biaya bahan baku produk latua dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 6
Pengeluaran Biaya Bahan Baku Produk Latua
UMKM Kerupuk Kulit Mahkota selama November 2024

Keterangan	Kuantitas(Kg)	Harga(Rp)	Total(Rp)
Kulit	3150	Rp 28.000	Rp 88.200.000
Minyak Goreng	315	Rp 18.000	Rp 5.670.000
Garam	157,5	Rp 10.000	Rp 1.575.000
Total Keseluruhan			Rp 95.445.000

Sumber: *Data olahan 2024*

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dilihat total biaya yang dikeluarkan selama satu bulan untuk memproduksi kerupuk kulit Latua adalah sebesar Rp 95.445.000 dengan jumlah produksi sebanyak 1.050 Kg kerupuk kulit setengah jadi.

Sementara itu untuk produksi kerupuk kulit jangek selama November tahun 2024 adalah Rp 29.400.000. garam yang digunakan untuk kerupuk kulit agar memiliki rasa gurih ialah sebesar Rp 525.000.dan biaya minyak goreng sebesar Rp 4.410.000.

Untuk perhitungan biaya bahan baku produk jadi dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 7
Pengeluaran Biaya Bahan Baku Produk Jangek
UMKM Kerupuk Kulit Mahkota selama November 2024

Keterangan	Kuantitas(Kg)	Harga(Rp)	Total(Rp)
Kulit	1050	Rp 28.000	Rp 29.400.000
Minyak Goreng	245	Rp 18.000	Rp 4.410.000
Garam	52,5	Rp 10.000	Rp 525.000
Total Keseluruhan			Rp 34.335.000

Sumber: *Data olahan 2024*

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat total biaya yang dikeluarkan selama satu bulan untuk memproduksi kerupuk kulit Latua adalah sebesar Rp 34.335.000 dengan jumlah produksi sebanyak 350 Kg kerupuk latua

Dapat dilihat dari biaya bahan baku yang dikeluarkan untuk produk latua lebih besar dibandingkan produk jangek karena orientasi UMKM Kerupuk Kulit Mahkota lebih berfokus pada

penjualan produk setengah jadi, 75% dari produksinya itu untuk Latuadan sisanya 25% untuk produk jadi, sehingga alokasi biaya bahan baku lebih besar untuk produk Latuatersebut.

2) Biaya Tenaga Kerja

Selama melakukan usahanya UMKM Kerupuk Kulit Mahkota Kerupuk sudah menentukan upah gaji harian setiap pekerjaannya terdiri dari 12 orang, UMKM Kerupuk Kulit Mahkota Kerupuk sudah menentukan pekerjaan dan upah setiap pekerja, pekerja memotong dan merebus kulit dipekerjakan 6 orang, membumbui dan menjemur dikerjakan oleh 3 orang, dan penggorengan ada 3 orang

Selama bulan November 2024 UMKM Kerupuk Kulit Mahkota memproduksi 1030 kg kerupuk kulit Latuadan 350 Kg kerupuk jadi. Besarnya pengeluaran biaya tenaga kerja selama satu bulan sebesar Rp. 32.000.000 dengan pembagian untuk produk Latuasebesar Rp 23.810.000 dan untuk produk jadi Rp 8.190.000.

Tabel 4. 8
Biaya Tenaga Kerja
UMKM Kerupuk Kulit Mahkota selama November 2024

No	Jenis Produk	Jumlah Produksi(Kg)	Biaya per Bulan(Rp)
1	Latua	1050	Rp 23.810.000
2	Jangek	350	Rp 8.190.000
Total			Rp 32.000.000

Sumber: *Data olahan 2024*

Dapat dilihat dari biaya tenaga kerja yang dikeluarkan untuk produk Latualebih besar dibandingkan produk jadi karena orientasi UMKM Kerupuk Kulit Mahkota lebih berfokus pada penjualan produk latua, 75% dari produksinya itu untuk Latuadan sisanya 25% untuk produk jangek, sehingga alokasi biaya tenaga kerja lebih besar untuk produk setengah jadi. Perbedaan biaya tenaga kerja kedua produk tersebut ialah proses penggorengan tahap kedua sebagai nilai

tambah dari biaya tenaga kerja untuk produk kerupuk kulit jadi tersebut.

3) Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *Overhead* Pabrik adalah biaya yang mempengaruhi proses produksi secara tidak langsung. Biaya *overhead* pabrik meliputi biaya overhead pabrik tetap dan biaya overhead pabrik variable, yang digunakan pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota adalah sebagai berikut:

a) Biaya Overhead Pabrik Variabel

Biaya overhead pabrik variabel ialah biaya overhead yang jumlahnya terpengaruh dengan perubahan volume tingkat produksi kegiatan diman berubahannya sebanding dengan perubahan volume kegiatan.

(1) Gas LPG 12 Kg

Memproduksi kerupuk kulit membutuhkan Gas LPG 12 Kg sebagai bahan bakar untuk merebus sampai menggoreng Latuadan jadi. Penggunaan gas sebagai berikut:

Tabel 4. 9
Biaya Penggunaan Gas
UMKM Kerupuk Kulit Mahkota selama November 2024

No	Jenis Produk	Gas/Kg	Harga/Kg	Total
1	Latua	189	Rp 17.083	Rp 3.228.750
2	Jangek	84	Rp 17.083	Rp 1.435.000
Total				Rp 4.663.750

Sumber: *Data olahan 2024*

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa selama November tahun 2024 UMKM Kerupuk Kulit Mahkota memproduksi kerupuk latua 1030 kg membutuhkan 189 Kg gas dengan biaya sebesar Rp 3.228.750, produksi 350 Kg kerupuk jangek membutuhkan 84 Kg dengan total biaya sebesar Rp 1.435.000 sehingga total biaya kebutuhan sebesar Rp 4.663.750.

(2) Plastik Kemasan

Biaya untuk bahan penolong untuk memproduksi kerupuk adalah plastik. Plastik yang digunakan memiliki 6 jenis ukuran untuk pengemasan kerupuk kulit Latuadan jadi.

Tabel 4. 10
Biaya Plastik Kemasan
UMKM Kerupuk Kulit Mahkota selama November 2024

Ukuran	Produk		Jumlah Biaya	
	Jangek	Latua	Jangek	Latua
9x16	30,2Kg		Rp 1.057.000	
11x27	6 Kg	8,5 Kg	Rp 210.000	Rp 297.500
13x27	6 Kg		Rp 210.000	
20x30	5 Kg	3,4 Kg	Rp 175.000	Rp 119.000
26x45		3,2 Kg		Rp 112.000
60x100	3 Kg	2 Kg	Rp 120.000	Rp 80.000
Total			Rp 1.772.000	Rp 608.500
			Rp	2.380.500

Sumber: *Data olahan 2024*

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa selama November tahun 2024 UMKM Kerupuk Kulit mahkota Kerupuk mengeluarkan biaya plastic sebanyak Rp 2,380,500. Yang terbagi atas Rp. 1,772,000 untuk kerupuk jadi dan Rp.608.500 untuk setengah jadi. Penggunaan plastik lebih banyak di produk jadi karena produk jadi memiliki 5 jenis kemasan yang dijual.

(3) Karet

Penggunaan karet dalam proses pengemasan dibulan November disajikan dalam tabel berikut ini. Dengah harga per kilo karet adalah Rp 70.000. berikut ini diajikan tabel penggunaan karet untuk pengemasan produk selama produksi di bulan November tahun 2024

Tabel 4. 11
Biaya Karet
UMKM Kerupuk Kulit Mahkota selama November 2024

Produk	Karet/Kg	Harga	Biaya
Latua	0,48	Rp 70.000	Rp 33.600
Jangek	3,32	Rp 70.000	Rp 232.400
Total			Rp 266.000

Sumber: *Data olahan 2024*

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa selama November tahun 2024 UMKM Kerupuk Kulit mahkota Kerupuk mengeluarkan biaya karet sebanyak Rp 266.000.

b) Biaya Overhead Pabrik Tetap

Biaya overhead pabrik tetap adalah biaya overhead pabrik yang sampai tingkat tertentu jumlahnya konstan, tidak terpengaruh oleh perubahan volume produksi, yang meliputi biaya air, listrik, paket internet dan penyusutan aset . Berikut ini adalah beberapa biaya overhead pabrik tetap pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota

(1) Biaya air

Penggunaan air untuk proses produksi dari mencuci kulit sampai merebus kulit, maka biaya tetap air bulan November sebesar Rp 200.000

(2) Biaya listrik

Menurut pemilik kerupuk kulit mahkota kerupuk biaya listrik tidak terlalu banyak memakai biaya, maka biaya tetap listrik bulan November sebesar Rp 20.000

(3) Biaya Paket Internet

Biaya paket internet berfungsi untuk berkomunikasi dengan para pelanggan yang ada di luar kota, dan menerima pesanan yang di order melalui whatsapp. Karena pemasaran kerupuk kulit mahkota ini tersebar di beberapa provinsi di Indonesia maka banyak dari luar kota memesan melalui via

chat whatsapp, maka biaya tetap paket internet bulan November sebesar Rp 75.000.

(4) Biaya penyusutan drum perebusan

Drum perebusan digunakan untuk merebus kulit basah, diperoleh pada bulan mei 2022 dengan harga perolehan perolehan drum Rp. 300.000 disini UMKM Kerupuk Kulit Mahkota menggunakan 3 drum untuk untuk merebus kulit basah , jadi biaya perolehan untuk 3 drum sebesar Rp 900.000 Berdasarkan PMK Nomor 72 Tahun 2023 panci termasuk ke dalam kelompok harta berwujud bukan bangunan kelompok 1. Umur ekonomis kelompok harta nomor 1 berdasarkan PMK Nomor 72 Tahun 2023 pasal 2 adalah 4 tahun. Penyusutan dilakukan dengan menggunakan metode garis lurus, seperti berikut:

$$\begin{aligned} \text{Beban penyusutan drum} &= \text{Rp } 900.000 \times 25\% \\ &= \text{Rp } 225.000 \end{aligned}$$

$$\text{Penyusutan drum} = \text{Rp } 225.000 / 12 = \text{Rp.18.750}$$

Dari data diatas didapatkan bahwa biaya penyusutan drum perebusan per bulan adalah sebesar Rp.18.750

(5) Biaya Penyusutan Pisau

Pisau digunakan untuk memotong kulit yang akan diolah menjadi kerupuk latua dan kerupuk jangek , diperoleh pada bulan September 2023 dengan harga perolehan perolehan pisau Rp 100.000 , UMKM Kerupuk Kulit Mahkota menggunakan 15 pisau untuk untuk memotong kerupuk kulit, sehingga biaya perolehan untuk 15 pisau sebesar Rp 1.500.000 Berdasarkan PMK Nomor 72 Tahun 2023 pisau termasuk ke dalam kelompok harta berwujud bukan bangunan kelompok 1. Umur ekonomis kelompok harta nomor 1 berdasarkan PMK Nomor 72 Tahun 2023 pasal 2

adalah 4 tahun. Penyusutan dilakukan dengan menggunakan metode garis lurus, seperti berikut:

$$\begin{aligned} \text{Beban penyusutan pisau} &= \text{Rp } 1.500.000 \times 25\% \\ &= \text{Rp } 375.000 \end{aligned}$$

$$\text{Penyusutan pisau} = \text{Rp } 375.000 / 12 = \text{Rp } 31.250$$

Dari data diatas didapatkan bahwa biaya penyusutan pisau per bulan adalah sebesar Rp 31.250.

(6) Biaya penyusutan Waring

Waring digunakan untuk menjemur kulit yang telah dipotong-potong sesuai ukuran dan akan diolah menjadi kerupuk latua dan kerupuk jangek , diperoleh pada bulan Januari 2023 dengan harga perolehan perolehan waring Rp 350.000, UMKM Kerupuk Kulit Mahkota menggunakan 20 waring untuk untuk menjemur kerupuk kulit, sehingga biaya perolehan untuk 20 waring sebesar Rp 7.000.000 Berdasarkan PMK Nomor 72 Tahun 2023 waring termasuk ke dalam kelompok harta berwujud bukan bangunan kelompok 1. Umur ekonomis kelompok harta nomor 1 berdasarkan PMK Nomor 72 Tahun 2023 pasal 2 adalah 4 tahun. Penyusutan dilakukan dengan menggunakan metode garis lurus, seperti berikut:

$$\begin{aligned} \text{Beban penyusutan waring} &= \text{Rp } 7.000.000 \times 25\% \\ &= \text{Rp } 1.750.000 \end{aligned}$$

$$\text{Penyusutan waring} = \text{Rp } 1.750.000 / 12 = \text{Rp } 145.833$$

Dari data diatas didapatkan bahwa biaya penyusutan waring penjemur per bulan adalah sebesar Rp 145.833.

(7) Biaya penyusutan wajan

Wajan digunakan untuk menggoreng kerupuk kulit latua dan kerupuk jangek , diperoleh pada bulan mei 2022 dengan harga perolehan perolehan wajan Rp 2.000.000 , UMKM Kerupuk Kulit Mahkota menggunakan 3 wajan

untuk untuk menggoreng kerupuk kulit , jadi biaya perolehan untuk 3 wajan sebesar Rp 6.000.000 Berdasarkan PMK Nomor 72 Tahun 2023 wajan termasuk ke dalam kelompok harta berwujud bukan bangunan kelompok 1. Umur ekonomis kelompok harta nomor 1 berdasarkan PMK Nomor 72 Tahun 2023 pasal 2 adalah 4 tahun. Penyusutan dilakukan dengan menggunakan metode garis lurus, seperti berikut:

$$\begin{aligned} \text{Beban penyusutan wajan} &= \text{Rp } 6.000.000 \times 25\% \\ &= \text{Rp } 1.500.000 \end{aligned}$$

$$\text{Penyusutan wajan} = \text{Rp } 1.500.000 / 12 = \text{Rp } 125.000$$

Dari data diatas didapatkan bahwa biaya penyusutan wajan perebusan per bulan adalah sebesar Rp 125.000

(8) Biaya Penyusutan Timbangan

Timbangan digunakan untuk menghitung berat kerupuk yang akan dijual sesuai dengan permintaan kerupuk kulit Latuadan kerupuk jadi, diperoleh pada bulan Maret 2022 dengan harga perolehan perolehan timbangan Rp 850.000, UMKM Kerupuk Kulit Mahkota menggunakan 1 timbangan. Berdasarkan PMK Nomor 72 Tahun 2023 timbangan termasuk ke dalam kelompok harta berwujud bukan bangunan kelompok 1. Umur ekonomis kelompok harta nomor 1 berdasarkan PMK Nomor 72 Tahun 2023 pasal 2 adalah 4 tahun. Penyusutan dilakukan dengan menggunakan metode garis lurus, seperti berikut:

$$\begin{aligned} \text{Beban penyusutan timbangan} &= \text{Rp } 850.000 \times 25\% \\ &= \text{Rp } 212.500 \end{aligned}$$

$$\text{Penyusutan timbangan} = \text{Rp } 212.500 / 12 = \text{Rp } 17.708$$

Dari data diatas didapatkan bahwa biaya penyusutan timbangan perebusan per bulan adalah sebesar Rp 17.708

(9) Biaya Penyusutan Bangunan

Bangunan yang digunakan untuk rumah produksi UMKM Kerupuk Kulit Mahkota sudah berdiri sejak tahun 1993 dan dilakukan revaluasi aset di tahun 2023 dengan nilai pasar bangunan pada tahun 2023 sebesar Rp 120.000.000. Berdasarkan PMK Nomor 72 Tahun 2023 kendaraan termasuk ke dalam kelompok harta berwujud bangunan permanen kelompok 4. Umur ekonomis kelompok harta nomor 4 berdasarkan PMK Nomor 72 Tahun 2023 pasal 2 adalah 20 tahun. Penyusutan dilakukan dengan menggunakan metode garis lurus, seperti berikut:

$$\begin{aligned} \text{Beban penyusutan kendaraan} &= \text{Rp } 120.000.000 \times 5\% \\ &= \text{Rp } 6.000.000 \end{aligned}$$

$$\text{Penyusutan kendaraan} = \text{Rp } 6.000.000 / 12 = \text{Rp } 500.000$$

Dari data diatas didapatkan bahwa biaya penyusutan bangunan per bulan adalah sebesar Rp 500.000.

(10) Biaya Penyusutan Kendaraan

Kendaraan digunakan untuk memasarkan kerupuk Latuadan kerupuk jadi, diperoleh pada bulan Juli 2021 dengan harga perolehan kendaraan Rp 90.000.000. Berdasarkan PMK Nomor 72 Tahun 2023 kendaraan termasuk ke dalam kelompok harta berwujud bukan bangunan kelompok 2. Umur ekonomis kelompok harta nomor 2 berdasarkan PMK Nomor 72 Tahun 2023 pasal 2 adalah 8 tahun. Penyusutan dilakukan dengan menggunakan metode garis lurus, seperti berikut:

$$\begin{aligned} \text{Beban penyusutan kendaraan} &= \text{Rp } 90.000.000 \times 12,5\% \\ &= \text{Rp } 11.250.000 \end{aligned}$$

$$\text{Penyusutan kendaraan} = \text{Rp } 11.250.000 / 12 = \text{Rp } 937.500$$

Dari data diatas didapatkan bahwa biaya penyusutan timbangan perebusan per bulan adalah sebesar Rp 937.500

(11) Biaya pemeliharaan kendaraan

Diperkirakan biaya pemeliharaan kendaraan UMKM Kerupuk Kulit Mahkota Kerupuk. Sebesar Rp.150.000/bulan.

4) Biaya Pemasaran

Proses pengampasan atau pemasaran produk dilakukan 3 kali dalam seminggu yaitu hari selasa, rabu dan kamis dengan biaya gaji supir Rp.450.000 per minggu, serta biaya bahan bakar minyak sebesar Rp.500.000 sehingga biaya yang dikeluarkan untuk Biaya pemasaran produk dibulan November tahun 2024 sebesar Rp. 3.800.000 . Pembagian biaya pemasaran untuk dua produk yaitu latua dan produk jangek dibagi berdasarkan persenan unit terjual.

2. Volume Penjualan dan Produksi Produk Kerupuk Kulit Latua dan Produk Jangek

Penjualan adalah proses pertukaran barang atau jasa dengan uang yang dilakukan oleh dua belah pihak atau lebih, yaitu mencakup penjual dan pembeli. Penjualan adalah kegiatan utama yang dilakukan suatu perusahaan atau UMKM untuk mempertahankan bisnisnya tetap berjalan atau berkembang serta tentunya untuk mendapatkan keuntungan yang diinginkan. UMKM Kerupuk Kulit Mahkota merupakan usaha yang bergerak di dalam bidang manufaktur yaitu memproduksi kerupuk kulit Latua dan kerupuk kulit Jangek.

Berikut ini ialah data penjualan dan data produksi yang berhasil di himpun dari UMKM Kerupuk Kulit Mahkota selama tahun 2024. UMKM Kerupuk Kulit Mahkota menetapkan harga jual untuk kerupuk kulit Latua seharga Rp. 160.000 dan untuk kerupuk Jangek seharga Rp 200.000.

Tabel 4. 12
UMKM Kerupuk Kulit Mahkot
Penjualan dan Produksi Kerupuk Kulit Tahun 2024

No	Bulan	Penjualan/Unit(Kg)		Produksi/Unit(Kg)	
		Latua	Jangek	Latua	Jangek
1	Januari	1041	354	1041	354
2	Februari	1018	339	1018	339
3	Maret	1183	365	1183	365
4	April	2305	725	2305	725
5	Mei	1015	61	1015	61
6	Juni	1005	54	1005	54
7	Juli	1019	75	1019	75
8	Agustus	1010	318	1010	318
9	September	1015	329	1015	329
10	Oktober	1035	342	1035	342
11	November	1050	350	1050	350
12	Desember	2041	612	2041	612
Jumlah		14737	3924	14737	3924

Sumber: *Data olahan 2024*

Tabel 4. 13
Daftar Harga
UMKM Kerupuk Kulit Mahkota

No	Produk	Harga Jual/Kg
1	Latua	Rp 160.000
2	Jangek	Rp 200.000

Sumber: *Data olahan 2024*

Penjualan kerupuk kulit di tahun 2024 terlihat dari tabel 4.2 diatas dimana dibulan januari sampai maret tergolong penjualannya stabil yaitu di januari sebanyak 1041 Kg untuk latuadan 354 Kg untuk jadi, februari sebanyak 1018 Kg untuk Latuadan 339 Kg untuk jadi dan di bulan maret meningkat sebesar 1183 Kg untuk Latuadan 365 untuk jadiserta meningkat hampir 2 kali lipat di bulan april yaitu sebesar 2305 Kg untu Latuadan 725 Kg untuk jadi peningkatan ini karena permintaan banyak disebabkan libur lebaran, namun di bulan mei, juni, juli terjadi penurunan penjualan yang cukup banyak untuk produk jadi sekitar 80% dari penjualan normal untuk produk kulit jadi karena adanya bencana galodo yang menimpa Sumatera Barat dimana berdampak pada penjualan UMKM Kerupuk Kulit, yaitu di

bulan mei sebesar 1015 Kg untuk latua dan 61 Kg untuk jangek, juni 1005 Kg untuk latua dan produk jadi sebanyak 54 Kg dan juli sebanyak 1019 Kg produk latua dan produk jadi sebanyak 75 Kg setelah penurunan penjualan tersebut di bulan agustus-hingga desember penjualan berangsur kembali ke posisi normal yaitu di bulan agustus sebesar 1010 Kg untuk latua dan 318 Kg untuk kerupuk jangek, September sebesar 1015 Kg, oktober sebesar 1035 Kg dan 342 Kg untuk kerupuk jangek dan November sebesar 1050 Kg untuk latua dan 350 Kg untuk kerupuk jangek dan di bulan desember terjadi peningkatan yang signifikan yaitu sebesar 2041 Kg untuk latua dan 612 Kg untuk kerupuk jangek, hal ini disebabkan liburan sehingga permintaan banyak yang hampir sama dengan libur lebaran. Dari yang telah terlihat di data penjualan tahun 2024 maka akan disajikan laporan laba rugi dalam kondisi penjualan normal yaitu untuk penjualan normal kerupuk Latuasebanyak 1030kg dan 327 kg untuk kerupuk jangek, membuat laporan laba rugi dalam kondisi normal.

Dari data penjualan di tahun 2024 maka kondisi normal perusahaan yaitu menjual 1030Kg kerupuk latuadan 327 Kg kerupuk jangek, sebelum melakukan *analisis cost volume profit* maka akan disajikan laporan keuangan berupa laporan laba rugi penjualan kerupuk kulit Latuadan jadi dalam kondisi normal pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota untuk nantinya akan dilakukan analisis. Persentase penjualan relatif untuk data penjualan normal ialah 76% untuk produk kerupuk kulit latua dan 24% untuk produk kerupuk jangek.

Dalam kondisi normal, laporan laba rugi dapat menunjukkan keselarasan antara pendapatan yang diperoleh dan biaya-biaya yang dikeluarkan. Pendapatan yang mencakup penjualan serta biaya yang meliputi biaya produksi, biaya overhead, biaya pemasaran serta biaya tetap. Selisih antara pendapatan dan biaya yang menghasilkan laba bersih, yang mencerminkan kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan. Analisis laporan laba rugi dalam kondisi normal membantu pemangku kepentingan memahami bagaimana kinerja keuangan UMKM

untuk mengidentifikasi peluang perbaikan, dan mengambil keputusan strategis untuk meningkatkan profitabilitas. Laporan laba rugi pada kondisi normal dapat disajikan sebagai berikut yang akan berguna untuk melakukan *analisis cost volume profit*. Kondisi normal tiap bulan di tahun 2024 ini akan memberikan gambaran untuk tiap-tiap bulan yang ada.

Penjualan normal menggambarkan kondisi UMKM yang dapat menjual 1030 Kg kerupuk latua dan 327 Kg kerupuk jangek pada tiap bulannya di periode tahun 2024 yang akan dijadikan data penjualan pada analisis *cost volume profit*, penjualan kondisi normal ini dapat menggambarkan penjualan tiap bulannya di tahun 2024 yang akan dijadikan pedoman untuk melakukan analisis *cost volume profit*

Tabel 4. 14
Laporan Laba Rugi
UMKM K.erupuk Kulit Mahkota
Periode Penjualan Normal
Produk Latua

Penjualan 1030 Kg (1030 x Rp160.000)	Rp 164.800.000
(-)Biaya Variabel (1030 x Rp 117.262,71)	Rp 120.780.596
Margin Kontribusi	Rp 44.019.404
(-)Biaya Tetap	Rp 4.575.991
Laba Bersih	Rp 39.443.413

Sumber: *Data olahan 2024*

Berdasarkan laporan laba rugi UMKM Kerupuk Kulit Mahkota untu produk latua dalam penjualan normal yaitu 1030 Kg terjual dengan penjualan sebesar Rp 164.800.000 maka akan mendapat keuntungan atau laba bersih Rp 39.443.413, laba ini diperoleh dari total penjualan dikurangi dengan total biaya variabel sebesar Rp 120.780.596 dan dikurangi dengan total biaya tetap yang ada yaitu sebanyak Rp 4.575.991 dari laporan laba rugi diatas dapat diketahui jika UMKM Kerupuk Kulit Mahkota menjual dalam keadaan normal mendapatkan keuntungan yang cukup banyak. Selanjutnya akan disajikan laporan laba rugi dalam kondisi normal untuk produk kerupuk jangek.

Tabel 4. 15
Laporan Laba Rugi
UMKM Kerupuk Kulit Mahkota
Periode Penjualan Normal
Produk Jangek

Penjualan 327Kg(327 x Rp 200.000)	Rp	65.400.000
(-)Biaya Variabel(327 x Rp 131.326,86)	Rp	42.943.882
Margin Kontribusi	Rp	22.456.118
(-)Biaya Tetap	Rp	1.445.050
Laba Bersih	Rp	21.011.068

Sumber: *Data olahan 2024*

Berdasarkan laporan laba rugi UMKM Kerupuk Kulit Mahkota untu produk jadi dalam penjualan normal yaitu 327 Kg terjual dengan penjualan sebanyak Rp 65.400.00 maka akan mendapat keuntungan atau laba bersih Rp 22.456.118, laba ini diperoleh dari total penjualan dikurangi dengan total biaya variabel sebesar Rp 42.943.882 dan dikurangi dengan total biaya tetap yang ada yaitu sebanyak Rp 1.445.050, dari laporan laba rugi diatas dapat diketahui jika UMKM Kerupuk Kulit Mahkota menjual dalam keadaan normal mendapatkan keuntungan yang cukup banyak, dari kedua laporan laba rugi diatas biaya tetap dibagi berdasarkan persenan unit yang terjual.

3. Analisis *Cost Volume Profit* (CVP)

Analisis *Cost Volume Profit* (CVP) adalah teknik yang digunakan untuk memahami hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba. Dengan menggunakan analisis ini, suatu perusahaan dapat menentukan berapa banyak unit produk yang harus dijual untuk mencapai batas aman (*contribution margin*), titik impas (*Break Event Point/BEP*), dan *margin of safety*. dan *Degree of Operating Leverage*(DOL), serta menganalisis bagaimana perubahan biaya tetap, biaya variabel, atau harga jual mempengaruhi laba atau keuntungan.

CVP memberikan informasi penting yang membantu suatu perusahaan dalam perencanaan keuangan, pengambilan keputusan, dan strategi pengelolaan biaya. Analisis ini sangat berguna bagi perusahaan, khususnya usaha kecil dan menengah (UMKM), yang perlu mengelola

sumber daya secara efisien untuk mencapai keberhasilan. Berdasarkan penjelasan tersebut peneliti akan melakukan analisis *cost volume profit* pada Kerupuk Kulit Mahkota Kerupuk untuk mengetahui keterkaitan antara volume penjualan, biaya-biaya terhadap laba yang didapatkan. Melakukan analisis *cost volume profit* pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota Kerupuk membutuhkan mengenai data biaya variabel per unit, biaya tetap dan harga jual per unit. Berikut ini akan disajikan data harga jual, biaya variabel per unit dan biaya tetap untuk produk latuadan jangek.

Tabel 4. 16
UMKM Kerupuk Kulit Mahkota

Keterangan	Latua	Jangek
Harga Jual/Unit(Kg)	Rp 160.000	Rp 200.000
Biaya Variabel/unit	Rp 117.262,71	Rp 131.326.86
Biaya Tetap	Rp 4.575.991	Rp 1.445.050

Sumber: *Data olahan 2024*

Adapun dasar untuk melakukan analisis *cost-volume-profit* ialah menggunakan data penjualan normal tahun 2024 yang menggambarkan penjualan tiap bulannya di periode tahun 2024 yaitu untuk produk latua penjualan sebanyak 1030 kg dan untuk produk jangek sebanyak 327 kg. parameter yang digunakan ialah sebagai berikut:

a. *Contribution Margin* (Marjin Kontribusi)

Contribution Margin atau Marjin kontribusi adalah selisih antara harga jual suatu produk dengan biaya variabel yang dikeluarkan untuk memproduksi produk tersebut. Marjin kontribusi ini menunjukkan berapa banyak pendapatan yang tersedia setelah biaya variabel ditutupi untuk menutupi biaya tetap perusahaan dan menghasilkan laba. Bagi UMKM seperti Kerupuk Kulit Mahkota Kerupuk, memahami marjin kontribusi sangat penting untuk merencanakan strategi penetapan harga, mengelola biaya, serta meraih keuntungan.

Pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota Kerupuk, marjin kontribusi dapat digunakan untuk menganalisis sejauh mana setiap kue yang terjual dapat berkontribusi pada pendapatan setelah mengurangi biaya langsung yang terkait dengan produksi, seperti bahan baku dan

tenaga kerja langsung. Jika CM lebih dari biaya tetap maka perusahaan akan mendapatkan laba, jika $CM <$ kurang dari biaya tetap maka akan rugi dan jika CM sama dengan biaya tetap maka perusahaan dalam posisi impas (tidak laba dan tidak rugi). Analisis margin kontribusi ini dapat digunakan oleh manager atau pemilik suatu usaha untuk mengetahui jumlah yang tersisa untuk menutupi biaya tetap, sehingga akan diketahui laba usaha pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota Kerupuk.

Perhitungan margin kontribusi dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$1) \text{ Contribution Margin} = \text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel}$$

$$2) \text{ Contribution Margin per Unit} = \text{Harga Jual per Unit} - \text{Biaya Variabel per Unit}$$

$$3) \text{ Marjin Kontribusi Rasio} = \frac{\text{Marjin Kontribusi}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

Untuk *mengetahui* besarnya marjin kontribusi pada penjualan normal adalah sebagai berikut:

1) Kerupuk Latua

$$\begin{aligned} \text{Contribution margin} &= \text{Rp } 164.800.000 - \text{Rp } 120.780.596 \\ &= \text{Rp } 44.019.404 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Contribution margin per unit} &= \text{Rp } 160.000 - \text{Rp } 117.262,71 \\ &= \text{Rp } 42.737 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Contribution margin ratio} &= \frac{\text{Rp } 44.019.404}{\text{Rp } 164.800.000} \times 100\% \\ &= 27\% \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

2) Kerupuk Jangek

$$\begin{aligned} \text{Contribution margin} &= \text{Rp } 65.400.000 - \text{Rp } 42.943.882 \\ &= \text{Rp } 22.456.118 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Contribution margin per unit} &= \text{Rp } 200.000 - \text{Rp } 131.326,86 \\ &= \text{Rp } 68.673 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

$$\text{Contribution margin ratio} = \frac{\text{Rp } 22.396.230}{\text{Rp } 65.400.000} \times 100\%$$

$$= 34\%(\text{dibulatkan})$$

UMKM Kerupuk Kulit Mahkota pada kondisi normal tahun 2024, Bersarnya marjin kontribusi untuk produk Latua ialah sebesar Rp 44.019.404 dan untuk produk jangek sebesar Rp 22.456.118.

b. Break Event Point

Break Event Point (BEP) atau Titik Impas adalah kondisi di mana total pendapatan sama dengan total biaya yang dikeluarkan, sehingga usaha tidak mengalami keuntungan maupun kerugian. Analisis ini sangat penting bagi UMKM, termasuk UMKM Kerupuk Kulit Mahkota, untuk mengetahui jumlah penjualan minimum produk yang harus dijual agar menutupi seluruh biaya yang dikeluarkan tertutupi. Dengan memahami BEP, pemilik UMKM Kerupuk Kulit Mahkota dapat merencanakan target penjualan dengan lebih baik serta menghindari risiko kerugian.

Pada analisis break even point terdapat dua rumus yang digunakan untuk mengetahui titik impas di Kerupuk Kulit Mahkota yaitu BEP (Unit) dan BEP (Rupiah). Adapun perhitungannya yaitu dengan cara menghitung bauran penjualan yaitu 3:1 dan paket impas sebagai berikut:

$$\text{BEP (paket)} = \frac{\text{Biaya tetap total}}{\text{Marjin kontribusi per paket}}$$

$$\text{BEP(rupiah)} = \text{BEP(paket)} \times \text{Harga Jual Unit}$$

Tabel 4. 17
BEP Bauran Produk
UMKM Kerupuk Kulit Mahkota

Keterangan	Latua	Jangek	Per Paket
Harga jual/unit	Rp 160.000	Rp 200.000	
Biaya variabel/unit	Rp117.262,71	Rp 131.326,86	
Marjin kontribusi/unit	Rp 42.737	Rp 68.673	
Bauran penjualan	3	1	
Marjin kontribusi/paket	Rp 128.211	Rp 68.673	Rp 196.884

Sumber: *Data olahan 2024*

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Rp } 6.021.041}{\text{Rp } 196.884}$$

$$= 31 \text{ paket}$$

1) Kerupuk Latua

$$31 \times 3 = 93 \text{ kg}$$

2) Kerupuk Jangek

$$31 \times 1 = 31 \text{ kg}$$

Berdasarkan titik impas sebesar 31 paket ini, maka titik impas akan terjadi pada penjualan produk latua sebanyak 93 paket/kg dan produk jangek sebanyak 31 paket/kg.

Tabel 4. 18
Laporan Laba/Rugi dalam BEP Bauran Produk
UMKM Kerupuk Kulit Mahkota

Keterangan	Latua	Jangek	Total
Penjualan	Rp 14.880.000	Rp 6.200.000	Rp 21.080.000
Biaya Variabel	Rp 10.905.432	Rp 4.071.133	Rp 14.976.565
Marjin kontribusi	Rp 3.974.568	Rp 2.128.867	Rp 6.103.435
Biaya tetap lansung	Rp 424.491	Rp 134.050	Rp 558.541
Marjin segmen	Rp 3.550.076	Rp 1.994.818	Rp 5.468.894
Biaya tetap umum	Rp 4.151.500	Rp 1.311.000	Rp 5.462.500
Laba/rugi			Rp 6.394(0)

Sumber: *Data olahan 2024*

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat diketahui bahwa nilai *break even point* akan dicapai jika penjualan pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota berhasil menjual 93 kg kerupuk latua dan menjual 31 kg kerupuk jangek. Hasil dari perhitungan BEP dapat digunakan sebagai acuan untuk melakukan kegiatan usaha pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota. Apabila volume penjualan kurang dari 93 kg untuk kerupuk kulit latua dan 31 unit untuk kerupuk jangek maka titik impas UMKM akan mengalami kerugian, sehingga untuk tahun 2025 dan seterusnya dengan mengetahui penjualan minimum yang harus dicapai dan melakukan kegiatan usahanya dalam rangka meningkatkan volume penjualan.

Hasil dari analisis break even point (bep) dipengaruhi oleh contribution margin, karena apabila contribution margin (cm) rendah akan mengakibatkan *break even point* tinggi, begitu pula sebaliknya. Tinggi rendah break even point akan mempengaruhi laba yang akan diterima oleh perusahaan sampai batas keselamatan. Apabila biaya tetap diasumsikan konstan, maka *break even point* yang ditargetkan oleh UMKM Kerupuk Kulit Mahkota juga akan meningkat pada tahun selanjutnya. Peningkatan *break even point* tersebut dipengaruhi karena kontribusi marjin juga ikut meningkat pada tahun berikutnya.

c. *Margin of Safety* (MoS)

Margin of safety Margin of safety, atau batas/tingkat keamanan, memberikan informasi mengenai sejauh mana volume penjualan dapat menurun dari yang telah dianggarkan tanpa menyebabkan perusahaan mengalami kerugian. Dengan kata lain, margin of safety berfungsi sebagai perlindungan bagi perusahaan terhadap penurunan penjualan; selama penurunan tersebut tetap berada dalam batas yang ditentukan, perusahaan tidak akan mengalami kerugian.

Berikut rumus yang dapat digunakan untuk menghitung Margin of safety pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota:

1) *Margin Of Safety(rupiah)* = Penjualan normal – Penjualan titik impas

2) *Margin of Safety(unit)* = $\frac{\text{Total penjualan normal} - \text{penjualan titik impas}}{\text{harga jual per unit}}$

Berikut ini perhitungan margin of safety

1) Kerupuk Latua

$$\begin{aligned} \text{Margin of safety(rupiah)} &= \text{Rp } 164.800.000 - \text{Rp } 14.880.000 \\ &= \text{Rp } 149.920.000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Margin of safety (unit)} &= \frac{\text{Rp } 164.800.000 - \text{Rp } 14.880.000}{\text{Rp } 160.000} \\ &= 937 \text{ Kg (unit)} \end{aligned}$$

Batas aman penjualan = BEP + Unit *Margin of Safety*

$$= 91 + 937 = 1030 \text{ kg}$$

Batas aman penjualan sebesar 1030 kg menunjukkan bahwa seberapa besar penjualan batas aman UMKM Kerupuk Kulit Mahkota, batas aman penjualan kerupuk latua sebesar 1030 kg, bernilai sama dengan kondisi normal penjualan, artinya UMKM Kerupuk Kulit Mahkota dalam kondisi normal hanya mampu menjual produk latua yang berada pada nilai batas aman yaitu 1030 kg.

2) Kerupuk Jangek

$$\begin{aligned} \text{Margin Of Safety(rupiah)} &= \text{Rp } 65.400.000 - \text{Rp } 6.200.000 \\ &= \text{Rp } 59.200.000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Margin of safety(unit)} &= \frac{\text{Rp } 65.400.000 - \text{Rp } 6.200.000}{\text{Rp } 200.000} \\ &= 296 \text{ Kg (unit)} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Batas aman penjualan} &= \text{BEP} + \text{Unit Margin of Safety} \\ &= 31 + 296 = 327 \text{ kg} \end{aligned}$$

Batas aman penjualan sebesar 327 kg menunjukkan bahwa seberapa besar penjualan batas aman UMKM Kerupuk Kulit Mahkota, batas aman penjualan kerupuk jangek sebesar 327 kg, bernilai sama dengan kondisi normal penjualan, artinya UMKM Kerupuk Kulit Mahkota dalam kondisi normal hanya mampu menjual produk jangek yang berada pada nilai batas aman yaitu 327 kg .

d. Degree of Operating Leverage(DOL)

Degree of Operating Leverage (DOL) adalah metrik keuangan yang digunakan untuk mengukur sensitivitas laba operasi terhadap perubahan dalam penjualan. Dengan kata lain, DOL menunjukkan sejauh mana pendapatan usaha akan berubah akibat fluktuasi penjualan. Analisis ini berfungsi untuk mengetahui besarnya penggunaan biaya tetap yang digunakan dalam operasi perusahaan. Konsep ini sangat relevan bagi UMKM Kerupuk Kulit Mahkota untuk memahami dampak potensi pertumbuhan atau penurunan penjualan terhadap profitabilitas usaha. Untuk menghitung *Degree of Operating Leverage* (DOL) UMKM Kerupuk Kulit Mahkota dapat menggunakan rumus berikut:

$$DOL = \frac{\text{Contribution Margin}}{\text{Laba bersih}}$$

$$DOL \text{ produk latua} = \frac{\text{Rp } 44.019.404}{\text{Rp } 39.443.413}$$

$$=1,12$$

$$DOL \text{ produk jangek} = \frac{\text{Rp } 22.456.118}{\text{Rp } 21.011.068}$$

$$=1,07$$

Artinya hasil perhitungan operating leverage pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota untuk produk latua menunjukkan tingkat operating leverage sebesar 1,12 dan untuk produk jangek 1,07 pada kondisi normal tahun 2024, artinya untuk setiap 1% peningkatan penjualan maka laba operasional UMKM Kerupuk Kulit Mahkota akan meningkat 1,12%, sebaliknya jika terjadi penurunan penjualan sebesar 1% maka laba operasional akan menurun sebesar 1,12%. Dan untuk produk jadi menunjukkan tingkat operating leverage sebesar 1,07 untuk produk jadi pada kondisi normal tahun 2024, artinya untuk setiap 1% peningkatan penjualan maka laba operasional UMKM Kerupuk Kulit Mahkota akan meningkat 1,07%, sebaliknya jika terjadi penurunan penjualan sebesar 1% maka laba operasional akan menurun sebesar 1,07%.

4. Analisis perencanaan laba/ target laba

Analisis perencanaan laba ialah proses memprediksi dan menentukan laba yang ingin dicapai suatu perusahaan pada jangka waktu tertentu. Untuk merencanakan suatu keuntungan maka harus melakukan perhitungan berdasarkan data penjualan tahun sebelumnya, berdasarkan penjualan normal tiap bulan tahun 2024 UMKM Kerupuk Kulit Mahkota diperkirakan akan mengalami peningkatan dari tahun berikutnya. Peningkatan ini berdampak pada peningkatan keuntungan, sebelum melakukan perhitungan perencanaan laba peneliti menyajikan tabel laporan laba usaha UMKM Kerupuk Kulit Mahkota agar dapat digunakan untuk perencanaan laba tahun depan. Adapun laporan laba operasi kondisi normal tahun 2024 adalah sebagai berikut.

Tabel 4. 19
Laporan Laba Operasi UMKM Kerupuk Kulit Mahkota
Per November
Tahun 2024

Keterangan	Jenis	
	Setengah Jadi	Jadi
Penjualan	Rp 168.000.000	Rp 70.000.000
Biaya Variabel	Rp 123.125.850	Rp 45.964.400
Contribution Margin	Rp 44.874.150	Rp 24.035.600
Biaya Tetap	Rp 4.515.781	Rp 1.505.260
Laba Bersih	Rp 40.358.369	Rp 22.530.340

Sumber: Data olahan 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa total laba yang didapatkan pada bulan November tahun 2024 sebesar Rp 40.358.369 untuk produk latua dengan total penjualan sebesar Rp.168.000.000 dikurangi biaya variabel Rp 123.125.850 dan biaya tetap sebesar Rp 4.515.781.

Produk kerupuk jangek mendapatkan laba sebesar Rp 22.530.340 dengan total penjualan sebesar Rp 70.000.000 dikurangkan biaya variabel sebesar 45.964.400 dan biaya tetap sebesar Rp 1.505.260 , laporan ini dapat dijadikan pedoman sebagai bahan pertimbangan untuk perencanaan laba tiap bulan di tahun depan, sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan perencanaan laba berikut akan disajikan hasil wawancara bersama pak heriwen pada tanggal 17 Desember 2024,ialah sebagai berikut:

Pertanyaan: “ Apakah UMKM Kerupuk Kulit Mahkota sudah membuat target laba pak?

Jawaban: “*Bapak belum pernah menetapkan target laba, saat ini yang penting penjualan terjadi dalam kondisi normal sementara target laba belum ditentukan secara spesifik.*”

Pertanyaan: “Bagaimana dengan tingkat kenaikan laba yang bapak inginkan?”

Jawaban:”*Target laba yang diinginkan adalah kenaikan laba sebesar 20% dari total keuntungan*”(Wawancara, Heriwen 17 Desember 2024).

Berdasarkan wawancara, UMKM Kerupuk Kulit Mahkota ingin meningkatkan laba sebanyak 20% tahun depan, maka dari itu akan direncanakan laba sebesar 20%, peningkatan laba tentunya akan meningkatkan penjualan karena daya beli menjadi tinggi disamping itu akan menyebabkan biaya variabel produk juga meningkat, sementara itu biaya tetap dianggap tidak berubah. Perhitungan target laba dengan keinginan kenaikan sebesar 20% melihat dari laba yang didapat pada saat penjualan dalam kondisi normal adalah sebagai berikut:

Laba yang diharapkan meningkat 20%=0,2.

Laba kondisi normal tahun 2024 Latua= Rp 40.358.369

Laba yang diharapkan tahun 2025= Laba normal x (1 + persentase kenaikan laba)
 = Rp 40.358.369 x (1 + 20%)
 = Rp 40.358.369 x 1,2
 =Rp 48.430.043

Laba kondisi normal tahun 2024 Jangek = Rp 22.530.340

Laba yang diharapkan tahun 2025= Laba normal x (1 + persentase kenaikan laba))
 = Rp 22.530.340 x (1 + 20%)
 = Rp 22.530.340 x 1,2
 =Rp 27.036.408

Setelah melakukan perhitungan untuk menargetkan laba yang ingin dicapai di tahun 2025 dengan harapan tingkat kenaikan sebesar 20%, dari laba yang didapat produk latua pada bulan november tahun 2024 Rp38.715.010 menjadi Rp 48.430.043 pada bulan-bulan berikutnya di tahun 2025 dan untuk produk kerupuk kulit jadi laba yang didapat produk Latuapada kondisi normal tahun 2024 Rp 22.530.339 menjadi Rp 27.036.408. Berikutnya akan disajikan analisis target laba menggunakan metode *contribution margin* untuk mengetahui volume penjualan yang perlu dicapai oleh UMKM Kerupuk Kulit Mahkota agar dapat meraih target laba yang diinginkan.

Analisis perencanaan laba, dengan cara menghitung

$$\text{Penjualan untuk mencapai target laba (unit)} = \frac{\text{Biaya tetap} + \text{Target laba}}{\text{Marjin Kontribusi Per unit}}$$

$$\text{Penjualan untuk mencapai target laba (Rupiah)} = \frac{\text{Biaya tetap} + \text{Target laba}}{\text{Marjin Kontribusi Per unit}}$$

$$\text{Penjualan target laba produk latua (unit)} = \frac{\text{Rp } 4.515.781 + \text{Rp } 48.430.043}{\text{Rp } 42.737}$$

$$= 1.239 \text{ Kg (pembulatan)}$$

$$\text{Penjualan target laba produk jangek (unit)} = \frac{\text{Rp } 1.505.260 + \text{Rp } 27.036.408}{\text{Rp } 68.673}$$

$$= 416 \text{ Kg (pembulatan)}$$

Penjualan untuk mencapai target laba (Rupiah) produk latua

$$= 1.239 \text{ Kg} \times \text{Rp } 160.000 = \text{Rp } 198.240.000$$

Penjualan untuk mencapai target laba (Rupiah) produk jangek

$$= 416 \text{ Kg} \times \text{Rp } 200.000 = \text{Rp } 83.200.000$$

Berdasarkan perhitungan diatas untuk mencapai target laba dengan kenaikan 20% dari laba normal maka UMKM Kerupuk Kulit Mahkota harus menjual 1.239 unit/kg produk Latua dengan total penjualan sebesar Rp 198.240.000 dan harus menjual sebanyak 416 unit/kg produk jadi dengan total penjualan sebesar Rp 83.200.000 agar mendapatkan laba yang diinginkan.

Berikut data laporan laba rugi operasional untuk peningkatan laba 20%.

Tabel 4. 20
Target Laba (Dibulatkan)
UMKM Kerupuk Kulit Mahkota

Keterangan	Produk	
	Latua	Jangek
Penjualan	Rp 198.240.000	Rp 83.200.000
Biaya Variabel	Rp 145.288.503	Rp 54.631.973
Contribution Margin	Rp 52.766.960	Rp 28.568.027
Biaya Tetap	Rp 4.515.781	Rp 1.505.260
Laba Bersih	Rp 48.435.716	Rp 27.062.767

Sumber: *Data olahan 2024*

Maka dapat ditarik kesimpulan, perubahan 18,10% dari penjualan normal produk latua dari penjualan yang harus dicapai untuk mendapatkan kenaikan laba 20% dan kontribusi margin akan menghasilkan 1,12 kali dari *operating income* maka penjualan kerupuk kulit Latua naik 18,10% atau dari 1050 unit menjadi 1.239 unit/kg produk Latua, maka *operating income* akan naik $1,12 \times 18,10\% = 20\%$ dari laba sebelumnya yang sebesar Rp 40.358.369 menjadi Rp 48.435.716.

Produk jangek mengalami perubahan peningkatan 18,6% dari penjualan normal produk jadi untuk penjualan yang harus dicapai untuk mendapatkan kenaikan laba 20% dan kontribusi margin akan menghasilkan 1,07 kali dari *operating income* maka penjualan kerupuk kulit Latua naik 18,5% atau dari 337 unit menjadi 357 unit/kg produk jadi, maka *operating income* akan naik $1,07 \times 18,6\% = 20\%$ dari laba sebelumnya yang sebesar Rp 22.530.340 menjadi Rp 27.062.767.

Berikut ini adalah tabel hasil analisis perencanaan laba UMKM Kerupuk Kulit Mahkota.

Tabel 4. 21
Hasil Penelitian
UMKM Kerupuk Kulit Mahkota

Keterangan	Produk	
	Latua	Jangek
<i>Margin Contribution</i>	Rp 44.019.404	Rp 22.456.118
<i>Margin Contribution Unit</i>	Rp 42.737	Rp 68.673
<i>Margin Contributuon Ratio</i>	27%	34%
BEP (Unit)	93	31
BEP (Rp)	Rp 14.880.000	Rp 6.200.000
MoS (Unit)	937	296
Mos(Rp)	Rp 149.920.000	Rp 59.200.000
<i>Degree of Operatingf Leverage</i>	1,12	1,07
Penjualan Target Laba (Unit)	1.239	416
Penjualan Target Laba (Rp)	Rp 198.240.000	Rp 83.200.000

Sumber: *Data diolah tahun 2024*

Dari tabel diatas tersebut menunjukkan bahwa hasil penelitian di UMKM Kerupuk Kulit Mahkota penjualan normal tahun 2024 adalah *margin contribution* kerupuk kulit latua sebesar 44.019.404 sedangkan kerupuk kulit jangek Rp 22.456.118 menunjukkan besarnya kontribusi margin dari total penjualan untuk menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba. *Margin Contribution Ratio* kerupuk kulit Latua mencapai 27%, yang berarti 27 % dari pendapatan digunakan untuk menutupi biaya tetap dan laba setelah dikurangi biaya variabel sedangkan kerupuk kulit jadi mencapai 34%, yang berarti 34% dari pendapatan digunakan untuk menutupi biaya tetap dan laba setelah dikurangi biaya variabel. Break Event Point (BEP) menunjukkan bahwa UMKM perlu menjual 93 kg kerupuk kulit latua atau mencapai pendapatan sebesar Rp 14.880.000 sedangkan kerupuk kulit jangek 31 unit (kg) atau mencapai total pendapatan sebesar Rp 6.200.000 untuk mencapai titik impas, tanpa mengalami kerugian atau memperoleh laba. *Margin of Safety (MoS)* menunjukkan kelebihan penjualan di atas titik impas, yaitu kerupuk kulit latua sebesar 937 kg atau setara dengan Rp 149.920.000 sedangkan kerupuk kulit jangek sebesar 296 kg atau setara dengan Rp 59.200.000,

Degree of Operating Leverage (DOL) kerupuk kulit Latua sebesar 1,12, yang menunjukkan sensitivitas laba terhadap perubahan dalam volume penjualan, serta DOL kerupuk jangek 1.07 yang menunjukkan sensitivitas laba terhadap perubahan dalam volume penjualan. Penjualan target laba yang harus dicapai sebanyak 1.239 kg kerupuk latua dan 416 kg kerupuk jangek.

C. Pembahasan

Metode yang digunakan oleh manajemen untuk melakukan perencanaan laba ialah metode analisis *cost volume profit*. Analisis *cost volume profit* merupakan suatu analisis teknik yang digunakan untuk memahami hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba. Dengan menggunakan analisis ini, suatu perusahaan dapat menentukan berapa banyak unit produk yang harus dijual untuk mencapai batas aman (*contribution margin*), titik impas (*Break Event Point/BEP*), dan *margin of safety*. dan *Degree of Operating Leverage*(DOL), serta menganalisis bagaimana perubahan biaya tetap, biaya variabel, atau harga jual mempengaruhi laba atau keuntungan.

Berdasarkan perhitungan analisis *cost volume profit* yang telah dilakukan pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota, dimana dengan memakai penjualan normal yaitu jumlah penjualan yang dianggap masuk akal untuk dicapai oleh perusahaan dalam kondisi operasional normal (Rahmi, Putri, et al., 2024) untuk kondisi normal penjualan di tahun 2024 pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota ialah menjual 1030 Kg kerupuk latua dan 327 Kg kerupuk jangek, sebelum melakukan analisis *cost volume profit* maka akan disajikan laporan keuangan berupa laporan laba rugi penjualan kerupuk kulit latua dan jangek dalam kondisi normal pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota untuk nantinya akan dilakukan analisis. Persentase penjualan relatif untuk data penjualan normal ialah 76% untuk produk kerupuk kulit latua dan 24% untuk produk kerupuk kulit jangek.

Analisis CVP pada usaha ini dapat dilakukan perhitungan *Break Even Point* pada kondisi normal usaha tahun 2024 pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota untuk masing-masing produk kerupuk kulit sebesar 107 Kg kerupuk Latua dan menjual 21 kg kerupuk jangek . Tingkat *break even point* masing-masing produk kerupuk kulit pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota periode 2024, menunjukkan angka yang lebih rendah dibanding penjualan yang telah diperoleh masing-masing produk tersebut periode 2021 yaitu penjualan normal untuk kerupuk kulit latua ialah 1030 kg dan untuk produk jangek 327 Kg. dengan pengeluaran biaya variabel kerupuk kulit Latua sebesar Rp 120.780.596 dan kerupuk jangek sebesar Rp 42.943.882 serta biaya tetap yang dikeluarkan untuk produk latua sebesar Rp 4.575.991 dan produk kerupuk jangek sebesar Rp 1.445.050 maka usaha ini akan memperoleh laba karena penjualannya berada diatas nilai titik impas. Perhitungan BEP ini berguna untuk sebagai panduan UMKM agar mengetahui keadaan titik impas suatu usaha dan agar lebih meningkatkan tingkat produksi yang ada serta memaksimalkan tenaga kerja untuk mencapai target laba yang diinginkan dan mendapatkan keuntungan yang optimal. Kondisi UMKM sudah melewati titik impas karena tiap bulannya di tahun 2024 UMKM Kerupuk Kulit Mahkota sudah menjual diatas 107 Kg untuk produk latua dan 21 Kg untuk produk jangek.

Perhitungan margin kontribusi yaitu besarnya margin kontribusi untuk produk latua ialah sebesar Rp 44.019.404 dan untuk produk jangek sebesar Rp 22.456.118, dan persentase *contribution margin* untuk produk latua sebesar 27% dan untuk produk jangek sebesar 34% hal ini berarti bahwa UMKM Kerupuk Kulit Mahkota memperoleh laba dari penjualan kerupuk kulit latua dan jangek yang telah mampu menutupi biaya variabel yang dikeluarkan tiap bulannya di tahun 2024.

Batas aman penjualan sebesar 1030 kg menunjukkan bahwa seberapa besar penjualan batas aman UMKM Kerupuk Kulit Mahkota, batas aman penjualan kerupuk latua sebesar 1030 kg, bernilai sama dengan kondisi normal penjualan, artinya UMKM Kerupuk Kulit Mahkota dalam kondisi

normal hanya mampu menjual produk yang berada pada nilai batas aman yaitu 1030 kg. sedangkan batas aman penjualan kerupuk jangek sebesar 327 kg, bernilai sama dengan kondisi normal penjualan, artinya UMKM Kerupuk Kulit Mahkota dalam kondisi normal hanya mampu menjual produk yang berada pada nilai batas aman yaitu 327 kg

Perhitungan *Degree of Operating Leverage* yaitu menunjukkan tingkat operating leverage sebesar 1,12 untuk produk Latua dan untuk produk Jangek 1,07. Jika ingin melakukan perencanaan laba sebesar 20% yaitu sebanyak penjualan target laba yang diharapkan untuk tahun berikutnya adalah produk kerupuk kulit latua sebanyak 1.239 Kg atau sebesar Rp 198.400.000, sedangkan kerupuk jangek sebanyak 416 Kg atau sebesar Rp 83.200.000 perhitungan ini menggambarkan jumlah pendapatan yang perlu dicapai untuk memenuhi target laba yang direncanakan pada tahun berikutnya untuk tiap bulannya.

Berdasarkan hasil perhitungan analisis *cost volume profit* yaitu perhitungan *break even point*, *margin contribution*, *margin of safety* dan *degree of operating leverage* dan perencanaan target laba. Sejauh ini UMKM Kerupuk Kulit Mahkota sudah memperoleh keuntungan karena penjualannya telah berada diatas titik impas dan *margin of safety*, namun batas aman penjualan untuk produk latua dan jangek nilai nya sama dengan penjualan pada kondisi normal hal ini berarti dalam kondisi normal UMKM Kerupuk Kulit Mahkota hanya mampu menjual produk di nilai batas aman saja, oleh karena itu dengan kondisi laba yang didapatkan dengan kapasitas normal sebesar Rp 39.443.413 untuk produk kerupuk kulit latua dan sebesar Rp 21.011.068 untuk produk kerupuk kulit jangek, kapisitas normal ini akan menggambarkan laba yang ada di tiap bulannya di tahun 2024. Maka untuk mencapai target perencanaan laba sejumlah Rp 48.435.716 untuk produk latua dan sejumlah Rp 27.062.767 untuk produk jangek maka harus meningkatkan jumlah produksi hingga mencapai volume penjualan. Kenaikan 1% dalam penjualan kerupuk kulit Latuadapat meningkatkan laba operasi sebesar 1,12%, sedangkan kerupuk kulit jadi sebesar 1,07 yang menunjukkan

sensitivitas laba terhadap perubahan dalam volume penjualan. Kenaikan 1% dalam penjualan dapat meningkatkan laba operasi sebesar 1,07 . Penjualan target laba yang diharapkan untuk tahun berikutnya adalah produk kerupuk kulit latua 1.239 kg dan produk jangek 416 kg, hal ini menggambarkan jumlah pendapatan yang perlu dicapai untuk memenuhi target laba yang direncanakan pada tahun berikutnya

Untuk mencapai target laba yang telah direncanakan maka UMKM Kerupuk Kulit Mahkota harus mencapai volume penjualan sebagaimana yang telah ditentukan dan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi perencanaan laba seperti harga jual, kuantitas penjualan, biaya variabel dan biaya tetap untuk mencapai target laba yang telah ditentukan. Dengan cara meningkatkan produksi dan lebih banyak memproduksi kerupuk latua dan jangek tiap bulannya ditahun berikutnya dengan cara mengoptimalkan tenaga kerja yang ada serta menargetkan jumlah produksi tiap bulannya sesuai perhitungan yang telah dilakukan artinya untuk mencapai target laba yang diinginkan maka UMKM Kerupuk Kulit Mahkota harus bisa menjual dan memproduksi 1.239 Kg kerupuk latua dan 416 Kg kerupukmjangek tiap bulannya agar target laba yang diinginkan bisa tercapai dan bisa menguasai pasar yang ada. Sehingga untuk tiap hari produksinya UMKM harus bisa memproduksi 48 kg kerupuk latua tiap hari dan bisa memproduksi 16 Kg kerupuk jangek tiap hatrinya agar tercapai target laba yang diinginkan dan mendapatkan keuntungan yang optimal.

Pedoman atau acuan yang jelas dalam nejalankan usaha seperti hal yang telah diperhitungkan dapat menjadi acuan bagi UMKM Kerupuk Kulit Mahkota untuk dapat lebih mudah menentukan langkah-langkah strategis yang harus dicapai untuk dengan target laba yang telah ditentukan. Pedoman ini memungkinkan UMKM akan mengembangkann rencana bisbis yang terstruktur dan dapat menguasai pasar kerupuk kulit sehingga penjualan kerupuk kulit terus meningkat dan UMKM Kerupuk Kulit Mahkota terus berkembang dan mendapat keuntungan yang lebih optimal, sehingga dapat membantu meningkatkan efesiensi dan efektivitas operasional. Dengan

demikian UMKM Kerupuk Kulit Mahkota dapat menjaga kinerjanya tetap stabil dan menghindari risiko kerugian yang tidak diinginkan.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota Kerupuk, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Contribution margin* UMKM Kerupuk Kulit Mahkota menunjukkan hasil yang baik, perhitungan *contribution margin* UMKM Kerupuk Kulit Mahkota, didapatkan hasil sebesar 27% untuk produk latua dan 34% untuk produk jangek. CM ratio sebesar 27% menunjukkan bahwa UMKM Kerupuk Kulit Mahkota produk latua mampu mendapatkan laba operasional sebesar Rp 44.019.404 untuk kerupuk latua dan sebesar Rp 22.456.118 untuk kerupuk jangek. *Contribution margin* dapat berhasil memanfaatkan pendapatan untuk menutupi biaya tetap sehingga memperoleh laba.
2. Nilai *break even point* dalam kondisi normal akan untuk mencapai titik impas suatu usaha maka UMKM Kerupuk Kulit Mahkota harus menjual sebanyak 93 kg kerupuk kulit latua atau dengan total penjualan sebesar Rp14.880.000 agar mencapai pada keadaan perusahaan tidak mengalami keuntungan maupun kerugian serta harus menjual sebanyak 31 unit/kg produk kerupuk jangek atau dengan total penjualan sebesar Rp 6.200.000. Dilihat dari data penjualan normal tahun 2024 bahwasannya UMKM Kerupuk Kulit Mahkota sudah berada jauh diatas nilai BEP.
3. *Margin of safety* atau tingkat batas keamanan penjualan pada kondisi normal, diketahui bahwa tingkat keamanan penjualan produk kerupuk kulit latua sebanyak 1030 kg atau sebesar Rp 164.800.000 sedangkan kerupuk jangek sebanyak 327 kg atau sebesar Rp 65.400.000. hal ini menunjukkan bahwa UMKM Kerupuk Kulit Mahkota memiliki tingkat batas keamana yang nilainya sama dengan kondisi normal penjualan.

4. Operating leverage pada UMKM Kerupuk Kulit Mahkota menunjukkan tingkat operating leverage sebesar 1,12 untuk produk latua dan untuk produk jangek 1,07 pada kondisi normal tahun 2024. Tingkat operating leverage ini dipengaruhi oleh tingkat penjualan yang semakin tinggi diikuti juga dengan peningkatan biaya serta tingkat keuntungan. Rendahnya DOL disebabkan oleh jumlah biaya tetap yang lebih kecil dibandingkan jumlah biaya variabel yang dikeluarkan.
5. Perencanaan laba untuk tahun 2025 di tiap bulannya adalah sebesar 20%. Berdasarkan perhitungan untuk mencapai target laba dengan kenaikan 20% dari laba yang telah tercapai maka UMKM Kerupuk Kulit Mahkota haru menjual 1.239 unit/kg produk Latuadengan total penjualan sebear Rp 198.240.000 dan harus menjual sebanyak 416 unit/kg produk jangek dengan total penjualan sebesar Rp 83.200.000 agar mendapatkan laba yang diinginkan pada tiap bulannya di tahun 2025.

B. Saran

1. UMKM Kerupuk Kulit Mahkota sebaiknya melakukan perhitunga biaya produksi untuk mengoptimalisasi keuntungan serta mengurangi resiko kerugian yang ada serta dapat menentukan target produksi dengan mengoptimalkan tenga kerja yang ada sehingga bisa mendapatkan keuntungan yang optimal.
2. UMKM Kerupuk Kulit Mahkota sebaik perlu mempertimbangkan untuk menggunakan analisis *cost volume profit* sebagai alat perencanaan laba agar dapat memperkirakan laba yang akan didapat serta mengetahui berapa banyak volume penjualan yang harus tercapai agar tidak terjadi kerugian serta usaha yang dimiliki terus berkembang dan mendapat keuntungan yang optimal dengan melakukan target produksi tiap bulannya, serta UMKM Kerupuk Kulit Mahkota harus mencoba memasarkan produknya melalui media social seperti Instagram, Tiktok dan Facebook agar penjualan target laba bisa tercapai.

DAFTAR PUSTAKA

- Darya Putu, I. G. (2019). *Akuntansi Manajemen*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Handayani, R., & Kumalaputri, S. (2021). *Akuntansi Manajemen*. Pasaman Barat: CV. Azka Pustaka.
- Hassanah, A., Daud, R. M. (2019). *Analisis Cost Volume Profit Sebagai Alat Perencanaan Laba (Studi Kasus Pada UMKM Dendeng Sapi Di Banda Aceh)*. Vol. 4 No. 2
- Hidayati, M. dkk. (2023). *Teori Akuntansi: Pengantar dan Penerapan konsep-Konsep Akuntansi*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hikmatullah, I., Harianto, F. D., & Gufron, M. R. (2023). *Analisis Cost Volume Profit (CVP) Sebagai Alat Perencanaan Laba pada UMKM Ayam Broiler Ibu Ramlah*. Vol. 2, No. 2.
- HS, S. et al. (2021). *Analisis Laporan Keuangan*. Cirebon: Insania Anggota IKAPI.
- Karini Asti, R. S. R. et al. (2024). *Akuntansi Biaya*. Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Kholmi, M. (2019). *Akuntansi Manajemen*. Malang: UMMPress.
- Lestari, K., & Amri, M. (2020). *Sistem Informasi Akuntansi*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Mulyana, A. dkk. (2023). *Manajemen Keuangan*. Bandung: Widina Media Utama.
- Priyatno Adriel, V., & Tanaya Gabriella, W. (2024). *Kunci Sukses Terhadap Pengambilan Keputusan Bisnis dalam Akuntansi Syariah*. Jakarta: Siega Publisher.
- Purnomo, S., et al. (2019). *Kewirausahaan UMKM*. Jawa Tengah : Lakeisha
- Purwanti, A. (2019). *Akuntansi Biaya*. Pasuruan: CV.Penerbit Qiara Media.
- Rahmi, M., & Revinda, F. T. (2020). Analisis Kinerja PT. Amanah Insanillahia Batusangkar dengan Metode Balancescorecard. *Jurnal Pundi*, Vol. 4, No 2.
- Rahmi, M., dkk. (2024). *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Sada Kurnia Pustaka.

- Ria. (2021). *Akuntansi Manajerial Pengambilan Keputusan Berbasis Data*. Yogyakarta: CV Bintang Semesta Media.
- Rosianna, C., Winanda, Y., & Kurnia, W. R. (2021). *Analysis Of Costs , Volume and Profits Towards Planned Income On Keripik Ibu SMEs Analisis Cost Volume Profit Terhadap Perencanaan Laba UMKM Keripik Ibu*. Vol. 1, No 2.
- Sanjaya, S. P. et al. (2023). *Akuntansi Manajemen*. Bali: CV.Intelektual Manifes Media.
- Santoso, A. (2024). *Akuntansi Manajemen*. Sumedang : CV.Mega Press Nusantara.
- Saraswati, F. A. (2019). Analisis Cost Volume Profit (CVP) sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba pada Departemen Kamar UB Guest House Malang. *Jurnal Manajemen Sarjana Thesis*, Vol. 4, No 2.
- Sari, A. W., Juniawati, & Juriah, S. (2023). Analisis Perhitungan Cost Volume Profit (CVP) sebagai Dasar Perencanaan Laba Banana Nugget Raffi. *Jurnal of Management*, Vol. 4, No.2.
- Sigit, Hermawan. (2021). *Metode Penelitian Bisnis*. Malang: Media Nusa Creative
- Sofyan, M., Aprilia, R., Keuangan, P., Stan, N., & Selatan, T. (2023). *Implementasi Perencanaan Laba Pada UMKM (Studi Kasus UMKM Take One Thai Tea)*. 93–101.
- Sunarmi dkk. (2024). *Akuntansi Biaya: Perencanaan Dan Pengendalian*. Bali: CV Intelektual Manifes Media.
- Vadila, R. O., & Rahmi, M. (2022). Efektivitas Pengelolaan Badan Usaha Milik Nagari (BUMNag) Pada Nagari Gunung Medan Kecamatan Sitiung Kabupaten Dharmasraya. *Jurnal Akuntansi Syariah (JAKSy)*, Vol. 2, No 2.
- Warren, C. S., et al (2022). *Manajerial Accounting*. Amerika Serikat: Cengage Learning.
- Weygan dt, et al. 2018. *Manajerial Accounting*. Amerika Serikat: Jhon Wiley & Sons
- Winanto, A., Idrus, A., & Putri, F. (2024). *Akuntansi Manajemen*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Yanti, D., & Ningsih, N. U. (2023). *Akuntansi Manajemen*. Padang: CV. Gita Lentara.