



***“ANALISIS PERHITUNGAN COST VOLUME PROFIT PADA USAHA  
KERIPIK TALAS DESSY PADANG PANJANG”***

**SKRIPSI**

***Ditulis Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi  
Pada Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
UIN Mahmud Yunus Batusangkar***

**Oleh:**

**Sri Rahmadani  
NIM: 2130403102**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS  
BATUSANGKAR  
2025 M / 1447 H**

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sri Rahmadani  
NIM : 2130403102  
Program Studi : Akuntansi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa SKRIPSI dengan judul “**Analisis Perhitungan Cost Volume Profit Pada Usaha Keripik Talas Dessy Padang Panjang**” merupakan karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiat dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Demikian pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari siapapun. Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar.

Batusangkar, Agustus 2025  
Saya yang Menyatakan,



METERAI  
TEMPEL  
DEC17ALX412285397

**Sri Rahmadani**  
**NIM. 2130403102**

### **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Pembimbing Skripsi atas nama **Sri Rahmadani**, NIM 2130403102 dengan judul "**Analisis Perhitungan Cost Volume Profit Pada Usaha Keripik Talas Dessy Padang Panjang**" memandang bahwa Skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk dilanjutkan Sidang Munaqasah.

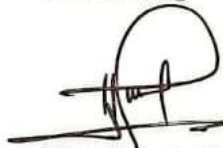
Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

**Ketua Program Studi,  
Akuntansi Syariah**



**Elsa Fitri Amran, M.Si., ACCA**  
NIP. 198706202019032009

Batusangkar, Agustus 2025  
**Pembimbing**


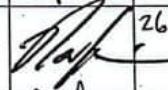
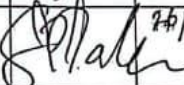


**Mega Rahmi, S.E.Sy., M.Si., ACCIA**  
NIP. 199001272020122008

### PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi atas nama Sri Rahmadani, NIM: 2130403102, Analisis Perhitungan Cost Volume Profit Pada Usaha Keripik Talas Dessy Padang Panjang, telah diuji dalam Ujian *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar pada hari Selasa, 19 Agustus 2025 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S. Akun) Program Studi Akuntansi Syariah

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan sebagaimana seperlunya.

NO	Nama/NIP Penguji	Jabatan dalam Tim	Persetujuan	
			Tanda Tangan	Tanggal
1	Mega Rahmi, SE.Sy.,M.Si.,ACCIA NIP. 199001272020122008	Ketua Sidang/ Pembimbing		27-8-2025
2	Dr. Nasfizar Guspendri, SE.,M.Si NIP. 197508232003121004	Penguji I		26/08/2025
3	Sri Madona Saleh, SE.,M.Si NIP. 198107252023212025	Penguji II		27/08/2025

Batusangkar, Agustus 2025  
Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus  
Batusangkar



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

## BIODATA PENULIS



Nama : Sri Rahmadani  
NIM : 2130403102  
Tempat/Tanggal lahir : Andaleh, 30 Oktober 2002  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Program Studi : Akuntansi Syariah  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
No. HP : 088270981963  
Alamat Email : sriahmadani.smkn1pp@gmail.com  
Alamat : Jorong Subarang, Nagari Andaleh, Kecamatan  
Batipuh, Kabupaten Tanah Datar, Provinsi Sumatera  
Barat

Nama Orang Tua :

    Ayah : Nurul Huda  
    Ibu : Mardiana  
    Anak Ke/Dari : 3 dari 5 Bersaudara

Jenjang Pendidikan :

SD : SD N 10 Andaleh (2009-2015)  
SMP : SMP N 05 Batipuh (2015-2018)  
SMA : SMK N 1 Padang Panjang (2018-2021)  
Perguruan Tinggi : UIN Mahmud Yunus Batusangkar

## MOTTO

”Allah tidak mengatakan hidup ini udah. Tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

~ QS. Al-Insyirah: 5-6 ~

”Bila besok nanti kau sudah lebih baik, jangan lupa masa-masa sulitmu. Ceritakan kembali pada dunia, caramu merubah peluh jadi senyuman”

~ Andmesh Kamaleng~

”Hanya pendidikan yang bisa menyelamatkan masa depan, tsnps pendidikan Indonesia tak mungkin bertahan”

~ Najwa Shihab ~

”Jangan pernah iri pada pencapaian orang lain dan jangan pernah merasa tertinggal terhadap langkah orang lain. Setiap manusia mempunyai garis tangan masing-masing. Terlambat bukan berarti gagal. Cepat bukan berarti hebat. Jangan jadikan alasan untuk menyerah. Bangkitlah untuk menjadi bintang”

~ Sri Rahmadani ~

## **KATA PERSEMBAHAN**

Bismillahirrahmanirrahim, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan pertolongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Panutanku, ayahanda Nurul Huda. Terima kasih sudah berjuang, beliau tidak pernah merasakan pendidikan sampai di bangku perkuliahan, namun beliau mampu mengantarkan dan mendidik serta memberikan dukungan dan doa sehingga penulis bisa menyelesaikan pendidikan sarjana ini dengan baik.

Pintu surgaku, ibunda Mardiana. Terimakasih sudah melahirkan dan mendidik penulis. Yang sudah melangitkan doa-doamu sehingga penulis bisa menamatkan pendidikan sarjana ini dengan tepat waktu.

Teruntuk saudara kandungku, Lendra Novita, Benni Ade Putra, Siska Dina Aulia, Muhammad Alvino dan keluarga tercinta serta keponakan tersayang yaitu, Gina Fattiya Azalevi dan Athifa Shakila Putri yang selalu membantu dan mendukung serta mendoakan penulis secara materi maupun dukungan moril dalam menyelesaikan proses studi, mudah-mudahan semuanya selalu dalam ridho dan rahmat Allah SWT.

Terimakasih yang tidak terhingga kepada Ibu Mega Rahmi, SE.Sy., M.Si., ACCIA selaku dosen pembimbing Akademik sekaligus pembimbing skripsi yang sangat berperan penting dalam penulisan skripsi ini. Semoga ibu selalu diberi kesehatan dan kelancaran dalam menjalankan tugas sebagai pendidik dan pendamping serta selalu sabar dalam menampung semua keluh kesah mahasiswa. Tidak lupa terima kasih kepada dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Mahmud Yunus Batusangkar yang telah memberikan banyak ilmu kepada penulis untuk bekal melangkah pada tahap hidup penulis selanjutnya.

Terakhir, terima kasih kepada wanita yang tidak yakin akan bisa melewati ini semua, bisa bertahan sejauh ini, yaitu diriku sendiri Sri Rahmadani, perempuan pertama sarjana di keluarga. Terima kasih sudah berusaha keras untuk sampai di titik ini. Terus berjuang untuk masa depan yang diinginkan. Rayakan setiap

langkah yang kamu capai, jika bukan kamu sendiri, siapa lagi. Jangan pernah untuk menyerah, dan jangan sia-siakan usaha dan doa-doamu yang selama ini kamu langitkan. Allah sudah merencanakan dan memberikan yang terbaik untuk perjalanan hidupmu.

~ Sri Rahmadani ~

## ABSTRAK

**Sri Rahmadani**, Nim 2130403102, Judul Skripsi: **Analisis Perhitungan Cost Volume Profit Pada Usaha Keripik Talas Dessy Padang**. Program Studi Akuntansi Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.

Penelitian ini membahas tentang penerapan analisis Cost Volume Profit (CVP) pada Usaha Keripik Talas Dessy untuk membantu usaha dalam menghitung margin kontribusi, titik impas (BEP), dan batas keamanan (MOS), serta menentukan volume penjualan yang dibutuhkan untuk mencapai target laba. Sebelumnya, usaha keripik talas Dessy masih menetapkan harga secara sederhana tanpa adanya perhitungan biaya yang rinci, dan belum memiliki perencanaan laba yang jelas.

Penelitian dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif melalui observasi, wawancara langsung dengan pemilik usaha serta dokumentasi data yang diperlukan. Data yang dikumpulkan dianalisis dengan mengidentifikasi biaya-biaya kedalam biaya tetap dan biaya variabel, menghitung harga pokok produksi, margin kontribusi, titik impas (BEP), margin of safety, dan volume penjualan untuk mencapai laba yang ditargetkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menggunakan analisis Cost Volume Profit (CVP), usaha keripik talas Dessy dapat mengetahui struktur biaya yang lebih jelas, dan menyusun perencanaan penjualan yang lebih akurat. Pada usaha keripik talas Dessy titik impas (BEP) nya adalah 82 kg keripik talas dengan penjualannya adalah Rp 4.510.000, sedangkan untuk serundneg talas 46 kg dengan penjualan sebesar Rp 2.990.000 agar usaha tidak mengalami keuntungan. Analisis ini sangat membantu usaha kecil dalam mengambil keputusan, merencanakan laba secara realistis, serta meningkatkan efisiensi dan daya saing khususnya di industri makanan ringan.

**Kata Kunci:** *Cost Volume Profit*, Titik Impas, Perencanaan Laba, Keripik Talas

## ABSTRACT

*Sri Rahmadani, NIM. 2130403102, Thesis Title: “An Analysis of Cost Volume Profit Calculation at the Dessy Talas Chips Business in Padang Panjang. Sharia Accounting Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, Mahmud Yunus Batusangkar State Islamic University.*

*This study discusses the application of Cost Volume Profit (CVP) analysis at the Talas Chips Business in setting appropriate selling price, calculating the break even point, and determining the required sales volume to achieve targeted profits. Currently, the business determines prices in a simple manner without detailed cost calculations and lacks a structured profit planning strategy.*

*This research uses a qualitative descriptive method, with data collected through observation, interviews with the business owner, and documentation of financial record. The Analysis includes identifying fixed and variable costs, calculating the cost of goods manufactured (COGM), contribution margin, break even point, margin of safety, and the sales volume required to reach the desired profit.*

*The result indicates that CVP analysis helps the business better understand its cost structure, set rational product prices, and develop more targeted sales and profit plans. This analysis proves to be a valuable tool for small businesses, especially in improving decision-making, financial planning, and competitiveness in the snack food industry.*

**Keywords:** Cost Volume Profit, Break Event Point, Profit Planning, Talas Chips Business.

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan kesehatan dan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “*Analisis Perhitungan Cost Volume Profit Pada Usaha Keripik Talas Dessy Padang Panjang*”. Shalawat dan salam penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa Islam yang penuh dengan ilmu pengetahuan bagi seluruh umat manusia untuk kemaslahatan hidup maupun akhirat.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan dalam mendapatkan gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun) pada Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.

Penulis sangat menyadari dengan keterbatasan ilmu yang penulis miliki sehingga skripsi ini masih terdapat kekurangan, namun berkat bantuan dan bimbingan yang diberikan dari semua pihak sehingga skripsi ini bisa diselesaikan, maka dari itu izinkan penulis untuk mengucapkan terimakasih kepada kedua orang yang paling berharga dalam hidupku yaitu Ayahanda Nurul Huda, Ibunda Mardiana, kepada kakak-kakak Lendra Novita dan Benni Ade Putra, dan adik-adik Siska Dina Aulia dan Muhammad Alvino serta keponakan tersayang yaitu Gina Fattiya Azalevi dan Athifa Shakila Putri yang telah memberikan doa serta dukungan yang tak terhingga baik secara moril dan material sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi dengan baik.

Selain itu penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat antara lain:

1. Bapak Prof. Delmus Puneri Salim, S.Ag., MA., M.Res., Ph.D sebagai Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.
2. Bapak Dr. H.Rizal, M.Ag., CRP sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Elsa Fitri Amran, M.Si.,ACCA sebagai ketua Program Studi Akuntansi Syariah UIN Mahmud Yunus Batusangkar.

4. Ibu Mega Rahmi, S.E.Sy., M.Si., ACCIA sebagai Dosen Pembimbing Akademik sekaligus Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis, serta memberikan pemahaman dalam perjuangan untuk penulis dengan sabar dan bijaksana sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi dengan baik.
5. Bapak Dr. Nasfizar Guspndri, S.E., M.Si sebagai Dosen Penguji I yang telah menguji skripsi dan memberikan arahan dan masukan untuk penyempurnaan skripsi ini menjadi lebih baik.
6. Ibu Sri Madona Saleh, S.E., M.Si sebagai Dosen Penguji II yang telah menguji skripsi dan memberikan arahan dan masukan untuk penyempurnaan skripsi ini menjadi lebih baik.
7. Ibu Dessy sebagai Narasumber yang telah membantu penulis dalam mengambil data di Usaha Keripik Talas Dessy Padang Panjang.
8. Karyawan Usaha Keripik Talas Dessy Padang Panjang yang telah membantu dan membimbing dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Terima kasih kepada sahabat penulis Yohana Silvin, Rumondang Lubis, dan Nur Fadilah yang telah memotivasi, memberikan kenangan indah yang terjalin selama ini, selalu mendengarkan keluh kesah penulis tentang skripsian, dan kebersamaan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Terimakasih kepada sepupu penulis yaitu Rezki Andika Putra yang sama-sama berjuang dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini dan teman-teman seperjuangan Akuntansi Syariah Angkatan 2021 lokal C.

Akhirnya kepada Allah jualah berserah diri, semoga bantuan, motivasi, dan bimbingan serta nasehat dari berbagai pihak menjadi amal ibadah yang ikhlas hendaknya, dan dibalas oleh Allah SWT dengan balasan yang berlipat ganda. Semoga skripsi ini dapat memberi manfaat kepada kita. Aamiin.

**Batusangkar, Agustus 2025**

**Sri Rahmadani**  
**NIM: 2130403102**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

PERSETUJUAN PEMBIMBING

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Penelitian.....	5
C. Rumusan Masalah .....	5
D. Tujuan Penulisan.....	6
E. Manfaat dan Luaran Penelitian .....	6
F. Definisi Operasional.....	7
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>8</b>
A. Landasan Teori.....	8
1. Biaya.....	8
2. Cost Volume Profit (CVP) .....	14
3. Harga Jual.....	25
4. Perencanaan Laba.....	31
5. Break Even Point (BEP/ Titik Impas) .....	34
B. Penelitian Relevan.....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
A. Jenis Penelitian.....	39
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	39
C. Sumber Data.....	40
D. Teknik Pengumpulan Data.....	41
E. Teknik Analisis Data.....	41

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
A. Gambaran Umum Usaha Keripik Talas Dessy Padang Panjang.....	43
1. Sejarah Singkat Berdirinya Usaha Keripik Talas Dessy .....	43
2. Struktur Organisasi.....	45
3. Visi dan Misi .....	45
4. Tujuan Usaha Keripik Talas Dessy .....	46
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	46
1. Identifikasi Biaya.....	46
2. Mengklasifikasikan Biaya .....	48
3. Data Penjualan Keripik Talas Tahun 2024.....	57
4. Menghitung Harga Pokok Produksi .....	61
5. Menghitung Margin Kontribusi.....	63
6. Menghitung Break Event Point .....	64
7. Menghitung Margin of Safety dan rasio margin of safety .....	69
8. Menghitung volume penjualan untuk target laba (unit) .....	70
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>78</b>
A. Kesimpulan .....	78
B. Saran.....	79

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Rancangan Waktu Penelitian .....	40
Tabel 4. 1 Klasifikasi Biaya Usaha Keripik Talas Dessy .....	47
Tabel 4. 2 Biaya Tetap Usaha Keripik Talas Dessy Bulan Juni 2025 .....	48
Tabel 4. 3 Biaya Variabel Usaha Keripik Talas Dessy Bulan Juni 2025.....	49
Tabel 4. 4 Biaya Produksi Usaha Keripik Talas Dessy Bulan Juni 2025 .....	51
Tabel 4. 5 Data Pembelian Talas tahun 2025 Usaha Keripik Talas Dessy .....	53
Tabel 4. 6 Daftar Tenaga Kerja Usaha Keripik Talas Dessy Juni 2025 .....	54
Tabel 4. 7 Biaya Tenaga Kerja Usaha Keripik Talas Dessy Juni 2025 .....	54
Tabel 4. 8 Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Usaha Keripik Talas Dessy Juni 2025.....	55
Tabel 4. 9 Volume Penjualan Produk Usaha Keripik Talas Dessy Periode Tahun 2025 (Januari-Juni).....	57
Tabel 4. 10 Data Penjualan Produk Usaha Keripik Talas Dessy Periode Tahun 2025 (Januari-Juni).....	58
Tabel 4. 11 Data Penjualan Produk Usaha Keripik Talas Dessy Periode Juni 2025 .....	59
Tabel 4. 12 Laporan Laba Rugi Produk Keripik Talas Usaha Keripik Talas Dessy Periode Juni 2025 .....	60
Tabel 4. 13 Laporan Laba Rugi Produk Serundeng Talas Usaha Keripik Talas Dessy Periode Juni 2025 .....	61
Tabel 4. 14 Data Produksi Usaha Keripik Talas Dessy Periode Juni 2025 .....	62
Tabel 4. 15 BEP Bauran Usaha Keripik Talas Dessy Periode Juni 2025 .....	65
Tabel 4. 16 Pendapatan Pada BEP Bauran Usaha Keripik Talas Dessy Periode Juni 2025 .....	66
Tabel 4. 17 Laporan Laba Rugi dalam BEP Keripik Talas.....	67
Tabel 4. 18 Laporan Laba Rugi dalam BEP Serundeng Talas.....	67
Tabel 4. 19 Volume Penjualan Target Usaha Keripik Talas Dessy .....	73
Tabel 4. 20 Volume Penjualan Target Usaha Keripik Talas Dessy .....	73
Tabel 4. 21 Hasil Penelitian Usaha Keripik Talas Dessy.....	73

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Outlet Keripik Talas Dessy .....	44
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi.....	45

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan industri makanan ringan di Indonesia menunjukkan tren yang semakin meningkat di masyarakat. Karena industri makanan ringan memiliki peran yang sangat penting bagi perekonomian masyarakat Indonesia, sehingga dapat menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat dan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat itu sendiri. Industri makanan tidak hanya dapat mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat saja, tetapi juga dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, ditengah potensi yang ada, industri makanan ringan mungkin saja terjadi beberapa tantangan dalam menjalankan usahanya salah satunya adalah pengendalian bahan baku yang masih kurang efektif dan efisien dalam mendukung keberlanjutan usaha. Berdasarkan data dari Statista (2025) perkembangan Industri makanan ringan nasional diperkirakan dengan pendapatan pasar mencapai USD 4,54 Miliar dengan tingkat pertumbuhan tahunan sekitar 8,74% pada periode 2025-2030. Sedangkan rata-rata konsumsi per kapita untuk produk makanan ringan mencapai 3,4 kg per tahun. Pertumbuhan makanan ringan ini tidak hanya di pasar tradisional, tetapi juga ada penjualan melalui online dan e-commerce, yaitu mencapai USD 291 juta, tumbuh hampir 25% setiap tahun. Ini menunjukkan bahwa makanan ringan seperti keripik talas memiliki potensi dan peluang usaha yang menjanjikan.

Industri makanan ringan adalah salah satu sektor produk lokal yang sangat berkembang pesat di Indonesia saat ini. Perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin menggemari makanan ringan telah mendorong pertumbuhan industri ini. Menurut Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2022 tentang Standar Industri Hijau untuk Industri Makanan Ringan, menjelaskan bahwa produk makanan ringan adalah makanan ringan yang dibuat melalui proses dari bahan baku tepung dan atau pati untuk pangan dengan penambahan bahan makanan lain serta bahan tambahan

makanan lain yang diizinkan dengan atau tanpa penggorengan, yang mencakup usaha pembuatan kukis, cracker, dan kue kering baik yang manis maupun asin (Negara & Indonesia, 2022).

Produk makanan ringan seperti keripik talas menjadi pilihan konsumen karena teksturnya yang renyah dan rasanya yang khas serta terbuat dari bahan baku yang alami. Selain itu, bahan baku talas cukup berlimpah di berbagai daerah, sehingga memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk dapat mengembangkan produk dengan berbahan lokal dan mudah ditemui tersebut. Salah satu produk lokal yang kini mulai banyak dimanfaatkan sebagai bahan baku keripik adalah talas. Talas merupakan tumbuhan umbi-umbian yang salah satu hasil pertanian yang cukup melimpah di daerah padang panjang dan sekitarnya. Melimpahnya bahan baku tersebut dapat membuka peluang bagi masyarakat untuk mengembangkan usaha pengolahan talas menjadi produk bernilai tambah termasuk keripik talas. Namun, dalam memproduksi produk makanan khususnya di bidang makanan ringan, salah satu aspek penting yang sering kali kurang diperhatikan dalam pengelolaan usaha kecil adalah perencanaan keuangan, khususnya yang berkaitan dengan penetapan harga jual dan perencanaan laba.

Banyak pelaku UMKM yang masih menjalankan usahanya secara konvensional dan intuitif, tanpa menggunakan pendekatan manajerial dan analisis keuangan yang sistematis. Hal ini terjadi karena berbagai faktor, seperti keterbatasan pengetahuan, kurangnya akses terhadap pelatihan, serta anggapan bahwa usaha berskala kecil tidak memerlukan strategi perencanaan yang kompleks. Padahal, dalam praktiknya, usaha kecil juga dihadapkan pada tantangan yang sama seperti usaha besar, yaitu fluktuasi harga bahan baku, biaya produksi yang meningkat, persaingan harga, serta ketidakpastian permintaan pasar. Tanpa adanya sistem perencanaan yang jelas, usaha akan kesulitan untuk berkembang secara berkelanjutan.

Salah satu pendekatan analisis yang dapat membantu pelaku usaha dalam memahami hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba adalah analisis *Cost Volume Profit* (CVP). Analisis ini digunakan untuk mengetahui

bagaimana perubahan dalam biaya dan volume penjualan dapat mempengaruhi tingkat keuntungan usaha. Dengan menggunakan pendekatan CVP, pelaku usaha dapat menetapkan harga jual yang lebih rasional, mengetahui titik impas (*Break-Even Point*), serta menyusun rencana penjualan agar dapat mencapai laba yang diinginkan. CVP juga memungkinkan pelaku usaha untuk mengambil keputusan berdasarkan data dan proyeksi yang terukur, bukan sekadar berdasarkan insting atau kebiasaan.

Salah satu usaha yang bergerak dalam produksi makanan ringan khususnya dibidang keripik talas di Padang Panjang adalah usaha yang dijalankan oleh Bapak Usman dan Ibu Dessy Andriani yang biasa di panggil bu Dessy. Usaha yang dijalankan oleh Ibu Dessy berlokasi di Jln. By Pass Kacang Kayu, Sigando, Kecamatan Padang Panjang Timur, Kota Padang Panjang, Sumatera Barat. Usaha keripik talas Dessy berdiri pada tahun 1998, awal usaha keripik ini dilakukan hanya dirumah saja dengan modal yang sedikit dan tanpa karyawan yang menolong. Awal mula timbul rencana membuka usaha yang mulanya coba-coba dikemas dan dititipkan ke warung-warung dekat rumah. Hingga akhirnya, pada tahun 2000-an usaha keripik ini berkembang kepasar-pasar dan juga sudah ada di outlet oleh-oleh hingga mempekerjakan 4 orang karyawan. Produk yang diproduksi oleh Ibu Dessy ini salah satunya keripik talas dan serundeng talas, produk lain yang di pasarkan atau dijual tidak hanya itu, melainkan ada beberapa jenis produk lain seperti keripik sanjai, keripik pisang, rakik maco, dan lain sebagainya. Usaha ibu Dessy ini memiliki potensi pasar yang cukup besar, terutama karena tren masyarakat yang semakin menyukai makanan berbahan alami dan tradisional. Namun demikian, di balik potensi yang dimiliki, usaha ini juga menghadapi sejumlah permasalahan dalam aspek manajemen keuangan dan strategi penetapan harga.

Permasalahan yang dihadapi adalah penetapan harga jual yang belum didasarkan pada analisis biaya secara menyeluruh. Harga jual produk masih ditentukan secara sederhana, yakni dengan mempertimbangkan harga pasaran atau sekadar menambahkan margin dari harga pokok produksi secara kasar.

Pendekatan ini tentu saja berisiko karena tidak mempertimbangkan dinamika perubahan harga bahan baku, upah tenaga kerja, maupun biaya operasional lainnya. Akibatnya, harga jual bisa jadi terlalu rendah dan menyebabkan kerugian, atau terlalu tinggi dan mengurangi daya saing produk di pasar. Usaha ibu Dessy ini belum mengetahui secara pasti berapa jumlah minimum produk yang harus dijual agar biaya produksi dapat tertutupi sepenuhnya dan tidak mengalami kerugian.

Kemudian, kurangnya perencanaan laba yang sistematis. Usaha ini tidak memiliki perhitungan dan proyeksi laba yang jelas, melainkan hanya mencatat hasil penjualan dari bulan ke bulan tanpa melakukan evaluasi dan perencanaan yang berbasis analisis. Hal ini menyebabkan laba yang diperoleh menjadi tidak konsisten dan sulit untuk diprediksi, sehingga menyulitkan pelaku usaha dalam mengambil langkah strategis ke depan, seperti ekspansi usaha, inovasi produk, atau pengelolaan modal.

Selanjutnya, kurangnya pemahaman terhadap struktur biaya, terutama dalam membedakan antara biaya tetap dan biaya variabel. Pemilik usaha belum melakukan pencatatan biaya secara terstruktur, sehingga sulit untuk mengetahui berapa besar biaya tetap yang dikeluarkan setiap bulan (seperti sewa tempat, listrik, gaji tetap), dan berapa besar biaya variabel yang bergantung pada volume produksi (seperti bahan baku dan upah karyawan). Ketidakjelasan ini membuat perhitungan harga pokok produksi dan margin keuntungan menjadi tidak akurat.

Dalam konteks usaha seperti usaha yang dijalankan oleh Ibu Dessy, dengan perhitungan *Cost Volume Profit* (CVP), menjadi sangat penting dan relevan untuk membantu Usaha Keripik Talas Dessy dalam menyusun strategi keuangan yang lebih baik. Dengan analisis ini, usaha dapat menentukan harga jual yang tidak hanya menutupi biaya tetapi juga mampu memberikan laba sesuai target. Selain itu, perhitungan BEP dapat memberikan gambaran yang jelas tentang target penjualan minimum yang harus dicapai, sementara margin kontribusi dapat menjadi dasar dalam menyusun proyeksi laba di masa depan.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengkaji dan menerapkan Analisis Perhitungan *Cost Volume Profit* dalam penetapan harga jual produk dan perencanaan laba pada Usaha Keripik Talas Dessy di Padang Panjang. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan solusi praktis terhadap permasalahan yang dihadapi usaha tersebut, serta memberikan kontribusi dalam peningkatan efisiensi dan efektivitas pengelolaan keuangan usaha kecil. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan menjadi rujukan bagi UMKM lainnya yang menghadapi permasalahan serupa, sehingga mampu meningkatkan daya saing di tengah persaingan pasar yang semakin ketat dan dinamis.

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Usaha Keripik Talas Dessy mengenai Analisis Perhitungan *Cost Volume Profit* Pada Usaha Keripik Talas Dessy Padang Panjang. Hasil dari penelitian ini, diharapkan bagi Usaha Keripik Talas Dessy ini dapat memperoleh wawasan yang lebih baik dalam penetapan harga jual produk dan perencanaan laba usaha dan meningkatkan daya saing usahanya di pasar makanan ringan. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi usaha lain yang menghadapi tantangan serupa dalam mengelola persediaan bahan baku secara lebih efektif.

## **B. Fokus Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dalam skripsi ini yaitu bagaimana struktur biaya tetap dan biaya variabel pada usaha keripik talas Dessy Padang Panjang, berapakah titik impas (*Break Even Point*) usaha berdasarkan analisis CVP, dan berapakah harga jual produk dan volume penjualan yang dibutuhkan untuk mencapai target laba tertentu.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang dan fokus masalah di atas, fokus penelitian ini di fokuskan pada pembahasan analisis perhitungan *Cost Volume Profit* pada usaha keripik talas Dessy Padang Panjang.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana analisis perhitungan Cost Volume Profit pada usaha keripik talas Dessy Padang Panjang.

#### **E. Manfaat dan Luaran Penelitian**

##### 1. Manfaat Penelitian

###### a. Secara Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan informasi dan gambaran mengenai Analisis Perhitungan Cost Volume Profit Pada Usaha Keripik Talas Dessy Padang Panjang.

###### b. Secara Praktis

###### 1) Bagi Peneliti

Adapun manfaat penelitian ini dilakukan oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

a) Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Akuntansi Syariah (S.Akun) Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) di Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar.

b) Untuk menambah ilmu dan pengetahuan peneliti dalam bidang akuntansi syariah mengenai Analisis Perhitungan Cost Volume Profit Pada Usaha Keripik Talas Dessy Padang Panjang, yang mana nantinya dapat diterapkan dalam penelitian selanjutnya.

###### 2) Bagi Bidang Ekonomi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pentingnya penetapan harga jual produk dan perencanaan laba pada UMKM untuk dianalisis dan diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat dijadikan sebagai acuan mengenai penelitian yang akan dilakukan.

##### 2. Luaran Penelitian

Adapun luaran penelitian ini diharapkan dari penelitian ini adalah dapat diterbitkan pada jurnal ilmiah yang dapat dijadikan sebagai referensi

atau rujukan bagi penelitian selanjutnya dan dapat menambah perpustakaan Universitas Islam Negari Mahmud Yunus Batusangkar.

#### **F. Definisi Operasional**

Untuk memudahkan peneliti dalam meneliti Analisis Perhitungan Cost Volume Profit Pada Usaha Keripik Talas Dessy Padang Panjang, maka terlebih dahulu peneliti memberikan penjelasan terhadap pembahasan yang ada dalam proposal skripsi ini yaitu:

Analisis Cost Volume Profit adalah analisis yang menunjukkan hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba. Cost Volume Profit digunakan untuk pengambilan keputusan manajerial, seperti penetapan harga jual produk dan perencanaan target laba. Analisis Cost Volume Profit dalam penetapan harga jual produk dan perencanaan laba pada usaha keripik talas Dessy Padang Panjang dapat digunakan agar struktur biaya dapat diketahui dengan jelas.

Harga jual per unit dapat didefinisikan sebagai nilai yang dibebankan kepada konsumen untuk setiap unit produk keripik talas yang dijual. Harga jual ini dapat ditentukan berdasarkan harga pasar, pertimbangan biaya produksi, dan margin keuntungan yang diharapkan oleh pemilik usaha.

Laba (profit) adalah kelebihan pendapatan yang diperoleh oleh usaha setelah dikurangi dengan seluruh biaya tetap dan biaya variabel. Laba dihitung dengan pendekatan Cost Volume Profit (CVP), yaitu dari hasil pengurangan margin kontribusi total terhadap biaya tetap. Selain menghitung laba aktual berdasarkan penjualan yang terjadi, juga menganalisis target laba yang ingin dicapai dan menghitung volume penjualan yang diperlukan untuk mencapainya.

Volume Penjualan adalah jumlah unit produk keripik talas yang harus dijual untuk mencapai titik impas maupun untuk mencapai laba yang diinginkan. Volume penjualan dihitung menggunakan rumus CVP. Volume penjualan juga dapat digunakan untuk menguji sensitivitas terhadap perubahan harga jual, biaya produksi, dan target laba, guna membantu usaha dalam menyusun strategi penjualan yang tepat.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Biaya**

###### **a. Pengertian Biaya**

Akuntansi biaya merupakan salah satu cabang ilmu akuntansi yang menghasilkan informasi terkait biaya. Berdasarkan definisinya, akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk jasa dengan cara-cara tertentu serta penafsiran terhadapnya. Akuntansi biaya dapat juga diartikan sebagai suatu sistem informasi yang mengidentifikasi, menganalisis, dan melaporkan informasi keuangan dan non keuangan yang terkait dengan biaya perolehan atau penggunaan sumber daya dalam suatu perusahaan (Ghazali, Rosalina, Yanti, & Hari, 2020).

Akuntansi biaya menekankan pada masalah perencanaan dan pengendalian biaya dan ruang lingkupnya ialah berkisar pada biaya selama proses produksi dan harga pokok dari suatu produk. Di dalam akuntansi biaya, baik data yang sesungguhnya maupun data proyeksi dikumpulkan, dijelaskan dan disajikan kepada manajemen untuk mengendalikan operasi yang sedang berjalan maupun untuk merencanakan dimasa yang akan datang. Objek dari akuntansi biaya adalah biaya itu sendiri.

Pihak-pihak yang berkepentingan dengan informasi biaya adalah pihak internal dan eksternal usaha, tetapi penyajian informasi biaya ini akan berbeda sesuai dengan kebutuhan pihak internal atau eksternal. Apabila informasi biaya ditujukan kepada pihak eksternal (diluar perusahaan), maka akuntansi biaya harus memperhatikan karakteristik akuntansi keuangan yang umumnya disajikan secara total (agregat) dari suatu usaha. Sedangkan informasi biaya untuk pihak internal (dalam

perusahaan) harus disajikan secara lebih terinci dan menjelaskan bagian-bagian dari suatu perusahaan.

#### b. Konsep Biaya

Konsep biaya telah berkembang sesuai kebutuhan profesi akuntan, ekonom, insinyur, maupun profesi-profesi lainnya, yang menurut Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) dalam Standar Akuntansi Keuangan (SAK), biaya dan beban merupakan padanan kata untuk *cost* dan *expensen*. Biaya adalah suatu objek yang dilakukan oleh akuntansi biaya diproses hingga menghasilkan 2 (dua) penafsiran, yaitu secara luas dan sempit. Secara luas, biaya dinyatakan dalam bentuk satuan moneter yang berpotensi akan terjadi dengan target tertentu. Secara sempit, biaya didefinisikan sebagai suatu bentuk pengorbanan sumber daya ekonomi untuk mendapatkan aset (Mulyadi, 2018). Sedangkan beban merupakan pengorbanan sumber daya dapat berupa berkurangnya aset atau bertambahnya liabilitas atau ekuitas.

Pencatatan diawali dengan mengakui biaya sebagai aset atau beban. Jika biaya diakui sebagai aset, maka terjadinya kapasitas biaya. Saat aset digunakan dalam aktivitas untuk memperoleh penghasilan, maka biaya tersebut berubah menjadi beban yang akan diperhitangkan dengan pendapatan yang diperoleh untuk menentukan nilai laba bersih periodik. Beban dibebankan sebagai pengurang pendapatan di dalam laporan laba rugi. Biaya yang belum habis masa manfaatnya digolongkan sebagai aset dalam laporan keuangan,

#### c. Klasifikasi Biaya

Klasifikasi atau penggolongan biaya dilakukan karena biaya yang timbul saat produksi memiliki beragam jenis dan digunakan untuk tujuan berbeda. Klasifikasi biaya merupakan proses pengelompokan dari seluruh komponen biaya secara lebih ringkas dan sistematis agar penjelasan yang diberikan lebih akurat dan bermanfaat. Pengklasifikasian biaya secara berbeda diperlukan untuk memberi informasi yang berbeda untuk melayani kebutuhan manajerial yang berbeda meskipun bersumber pada transaksi yang sama (Hari & dkk, 2023).

## 1) Klasifikasi biaya berdasarkan fungsi perusahaan

### a) Biaya Produksi

Biaya bahan adalah biaya yang terkait dengan fungsi produksi yaitu biaya yang muncul dalam pengolahan bahan menjadi produk jadi sampai akhirnya produk tersebut siap untuk dijual. Biaya produksi memiliki 3 (tiga) elemen, yaitu

(1) Biaya Bahan Langsung yaitu biaya dari suatu komponen yang digunakan dalam proses produksi dan penggunaannya dapat ditelusuri serta merupakan bagian integral dari suatu produksi tertentu. Contohnya adalah kayu pada perusahaan *furniture* atau kulit pada perusahaan tas.

(2) Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya atas kinerja karyawan bagian produksi yang manfaatnya dapat ditelusuri atau diidentifikasi jejaknya, serta dapat dibebankan secara layak kedalam suatu produk. Contohnya adalah karyawan pemotong kayu pada perusahaan *furniture* atau chef pada toko roti.

(3) Biaya Overhead Pabrik adalah biaya produksi yang tidak dapat ditelusuri atau diidentifikasi secara langsung pada suatu produk. Terdapat 3 macam biaya overhead pabrik yaitu:

#### (a) Biaya bahan tidak langsung

Biaya ini adalah biaya dari komponen yang digunakan dalam proses produksi tetapi jumlah lebih sedikit dibanding bahan langsung dan tidak dapat ditelusuri secara langsung pada produk. Contohnya adalah cairan cat dan amplas pada perusahaan *furniture* atau penggunaan benang pada perusahaan tekstil.

#### (b) Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung

Biaya ini adalah kinerja karyawan pada bagian produksi tetapi tidak dapat ditelusuri secara langsung atas produk yang dibuat. Contohnya adalah operator mesin pabrik atau manajer pabrik.

(c) Biaya tidak langsung lainnya

Biaya ini adalah biaya yang tidak termasuk kedalam bahan tidak langsung maupun biaya tenaga kerja tidak langsung. Contohnya adalah penggunaan listrik pada pabrik atau penyusutan mesin pada pabrik.

b) Biaya Non Produksi

Biaya ini adalah biaya yang dikeluarkan dan tidak mempunyai keterikatan dengan proses produksi.

(1) Beban Pemasaran

Beban Pemasaran adalah beban yang terkait dengan fungsi pemasaran untuk memasarkan suatu produk. Contohnya iklan atau komisi bagian pemasaran.

(2) Beban administrasi dan umum

Beban ini adalah beban yang terkait dengan fungsi administrasi dan umum dalam rangka kelancaran perencanaan, koordinasi, pengarahan dan pengendalian suatu perusahaan. Contohnya pemeliharaan gedung kantor atau tagihan listrik kantor.

2) Klasifikasi biaya berdasarkan aktivitas

a) Biaya Tetap

Biaya ini tidak akan berubah terhadap perubahan aktivitas (volume produksi) dalam rentang yang relevan. Contohnya gaji manajer atau harga sewa gedung.

b) Biaya Variabel

Biaya ini akan berubah secara proporsional terhadap perubahan aktivitas dalam rentang yang relevan. Semakin banyak produksi maka semakin besar pula biaya variabel. Contohnya upah tenaga kerja langsung atau penggunaan bahan langsung.

c) Biaya Semi Variabel

Biaya ini merupakan campuran dari biaya tetap dan variabel (mengandung unsur keduanya). Contohnya biaya listrik atau asuransi kecelakaan kerja karyawan.

3) Klasifikasi biaya berdasarkan objek biaya

a) Biaya Langsung

Biaya langsung adalah biaya yang dapat ditelusuri atau diidentifikasi secara langsung kedalam objek biaya. Contohnya tepung pada usaha roti atau tanah liat pada usaha tembikar.

b) Biaya tidak langsung

Biaya ini tidak dapat ditelusuri secara langsung kedalam objek biaya. Contohnya tagihan listrik yang digunakan pabrik atau gaji karyawan dibagian gudang.

4) Klasifikasi biaya berdasarkan departemen

a) Departemen Produksi

Departemen ini adalah departemen yang digunakan untuk melakukan proses produksi. Contohnya departemen penjahit pada perusahaan tekstil atau departemen pemotongan kayu pada perusahaan furniture.

b) Departemen Jasa

Departemen ini adalah semua yang cakupannya diluar departemen produksi. Contohnya departemen keuangan atau departemen personalia.

5) Klasifikasi biaya berdasarkan waktu pembebanan

a) Biaya Produk

Biaya produk adalah semua biaya yang dikorbankan untuk menghasilkan produk. Contohnya karet pada perusahaan pembuat ban atau susu untuk perusahaan eskrim.

b) Biaya Periodik

Biaya ini adalah semua biaya yang tidak termasuk kedalam biaya produk, tetapi akan diperhitungkan dengan penjualan dalam

periode laba rugi berdasarkan periode terjadinya. Contohnya gaji karyawan kantor atau beban pemeliharaan peralatan kantor.

6) Klasifikasi biaya berdasarkan pengendalian manajemen

a) Biaya Terkendali

Biaya ini dapat diatur oleh perusahaan pada periode tertentu. Contohnya biaya iklan atau biaya renovasi gedung kantor.

b) Biaya Tidak Terkendali

Biaya ini tidak dapat dipengaruhi dan dikendalikan oleh perusahaan pada periode tertentu. Contohnya biaya perbaikan peralatan atau biaya pengembangan produk.

7) Klasifikasi biaya berdasarkan pengambilan keputusan

a) Biaya Relevan

Biaya ini akan terjadi dimasa depan dan mempunyai perbedaan dengan berbagai alternatif keputusan. Jenis-jenis biaya ini adalah:

- (1) Biaya diferensial
- (2) Biaya kesempatan
- (3) Biaya tunai
- (4) Biaya terhindarkan

b) Biaya Tidak Relevan

Biaya ini tidak akan mempengaruhi aktivitas pengambilan keputusan. Jenis-jenis dari biaya ini adalah:

- (1) Biaya tertanam
- (2) Biaya masa lalu

d. Peranan Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya menghasilkan informasi biaya yang membutuhkan manajemen. Adapun peran utama akuntansi biaya adalah sebagai berikut (Purwaji & dkk, 2018):

1. Penentuan biaya produk, jasa, atau objek biaya lainnya

Akuntansi biaya mencatat dan mengakumulasikan biaya-biaya dalam serangkaian aktivitas pembuatan produk atau penyerahan jasa.

Biaya tersebut merupakan biaya-biaya yang telah dikeluarkan sebelumnya, dimasa lalu (historis). Informasi biaya secara historis ini umumnya digunakan oleh pihak eksternal untuk menentukan nilai persediaan dan beban pokok penjualan dengan tujuan untuk menghitung besarnya laba.

## 2. Perencanaan, pengendalian, dan evaluasi kinerja

Perencanaan dilakukan dengan menggunakan anggaran (*budget*). Pengendalian biaya diawali dengan penentuan biaya yang seharusnya dikeluarkan melalui anggaran, kemudian membandingkan antara biaya yang sesungguhnya terjadi (biaya aktual) dengan biaya yang telah ditetapkan sebelumnya (anggaran). Anggaran dijadikan sebagai standar biaya. Bila terdapat selisih (perbedaan) besaran biaya, maka pihak manajemen perlu melakukan analisis atas selisih (perbedaan) biaya tersebut. Analisis atas selisih biaya tersebut mencakup jenis biaya yang menyimpang, besarnya penyimpangan biaya, letak terjadinya penyimpangan, penyebab terjadinya penyimpangan, dan pihak yang harus bertanggung jawab atas penyimpangan tersebut.

## 3. Pengambilan keputusan secara khusus

Akuntansi biaya mengembangkan konsep informasi biaya untuk pengambilan keputusan secara khusus, seperti biaya diferensial (*differential cost*), biaya kesempatan (*opportunity cost*), biaya terhindarkan (*avoidable cost*), dan biaya yang memerlukan pengeluaran uang kas (*out of pocket cost*).

## 2. Cost Volume Profit (CVP)

### a. Pengertian Cost Volume Profit (CVP)

CVP (*Cost Volume Profit*) adalah sebuah metode analisis keuangan yang digunakan oleh perusahaan untuk memahami hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba. Pada CVP Analysis, biaya perusahaan dibagi menjadi dua kategori utama: biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*variabel cost*). 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

Dengan menggunakan CVP Analysis, perusahaan dapat mengidentifikasi titik impas (*break event point*) dimana pendapatan total sama dengan biaya total, sehingga perusahaan tidak mengalami laba atau rugi. Selain itu, perusahaan juga dapat menentukan tingkat penjualan yang diperlukan untuk mencapai target laba tertentu. 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 keuangan dan meningkatkan profitabilitasnya.

b. Komponen-Komponen CVP (*Cost Volume Profit*) Analysis

CVP Analysis atau analisis biaya volume laba adalah alat penting dalam manajemen keuangan yang membantu perusahaan memahami hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba. Komponen-Komponen utama dari CVP Analysis adalah:

1) Biaya Tetap (*Fixed Costs*)

Biaya tetap adalah biaya-biaya yang tidak berubah, terlepas dari volume produksi atau penjualan. Ini mencakup biaya seperti sewa gedung, gaji manajerial, dan biaya administratif. Biaya tetap adalah biaya yang tidak berubah dalam jumlah total saat volume aktivitas berubah. Biaya tetap memiliki karakteristik, seperti:

- a) Jumlah biaya tetap (konstan) dan tidak berubah dalam rentang aktivitas tertentu.
- b) Biaya tetap per unit produk akan menurun seiring dengan meningkatnya jumlah produksi. Hal ini terjadi karena biaya total tetap dibagi dengan jumlah unit yang lebih besar. Sehingga semakin besar jumlah produksi maka biaya tetap per unit produk akan semakin kecil.

- c) Biaya tetap tidak dipengaruhi secara langsung oleh volume produksi. Biaya ini lebih berkaitan dengan kapasitas produksi yang dimiliki perusahaan.
  - d) Biaya tetap biasanya dikeluarkan secara periodik, seperti bulanan, triwulanan, ataupun tahunan.
  - e) Dalam jangka pendek, perusahaan akan lebih sulit untuk menghindari biaya tetap karena sudah terlanjur berkomitmen untuk membayarnya sebelum produksi.
  - f) Biaya tetap merupakan faktor penting dalam perencanaan anggaran dan pengambilan keputusan bisnis, seperti penetapan harga jual dan penentuan target produksi yang akan dicapai.
- 2) Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Biaya variabel adalah biaya-biaya yang berubah seiring dengan perubahan volume produksi atau penjualan. Contoh biaya variabel termasuk bahan baku, tenaga kerja langsung dan biaya distribusi. Biaya variabel memiliki beberapa karakteristik, seperti:

- a) Jumlah total biaya variabel akan meningkat seiring dengan meningkatnya volume produksi dan akan menurun jika volume produksi menurun.
- b) Biaya variabel per unit produk cenderung tetap (konstan), meskipun terjadi perubahan volume produksi.
- c) Biaya variabel berhubungan langsung proses produksi atau penjualan. Contohnya biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya pengemasan merupakan biaya yang dikeluarkan secara langsung untuk menghasilkan dan menjual produk.
- d) Biaya variabel relatif lebih mudah dilacak dan diidentifikasi karena berhubungan langsung dengan aktivitas produksi atau penjualan.
- e) Perubahan biaya variabel sebanding atau berbanding lurus dengan perubahan volume produksi atau penjualan. Jika volume produksi

meningkat sebesar 20%, maka biaya variabel juga akan meningkat sebesar 20%, dan juga sebaliknya.

### 3) Volume Penjualan

Volume penjualan adalah jumlah total unit produk atau jasa yang berhasil di jual oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu. Volume penjualan mengacu kepada jumlah unit produksi atau jasa yang dijual oleh perusahaan dalam periode waktu tertentu. Ini merupakan faktor kunci dalam CVP Analysis karena tingkat penjualan akan mempengaruhi pendapatan perusahaan. Informasi volume penjualan ini memberikan gambaran tentang:

- a) Volume penjualan yang tinggi menunjukkan bahwa produk atau jasa diminati oleh pasar (konsumen).
- b) Dengan membandingkan volume penjualan dengan perusahaan pesaing maka perusahaan dapat mengetahui pangsa pasar yang sudah di kuasai.
- c) Volume penjualan yang meningkat setelah kampanye pemasaran menunjukkan efektivitas strategi yang sudah diterapkan.
- d) Volume penjualan membantu perusahaan dalam merencanakan tingkat produksi yang sesuai dengan permintaan pasar yang ada.
- e) Volume penjualan yang tinggi dapat menjadi sinyal untuk menambah persediaan barang yang di produksi.

### 4) Harga Jual Satuan (*Selling Price Per Unit*)

Harga jual satuan adalah harga yang dibebankan kepada pelanggan untuk setiap unit produk atau jasa yang dibeli. Perubahan dalam harga jual satuan dapat memiliki dampak signifikan pada pendapatan perusahaan. Harga jual biasanya terdiri dari beberapa komponen penting seperti:

- a) Harga pokok penjualan (HPP) adalah biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi atau memperoleh barang atau jasa. Biaya pokok produksi terdiri dari biaya bahan baku (BBB), Biaya tenaga kerja langsung (BTKL), dan biaya overhead pabrik (BOP).

- b) Margin keuntungan adalah selisih antara harga jual dan harga pokok produksi. Margin keuntungan merupakan bagian dari harga jual yang menjadi keuntungan bagi perusahaan.
  - c) Biaya operasional adalah biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan kegiatan operasional perusahaan, seperti biaya pemasaran, biaya administrasi, dan biaya lainnya.
  - d) Pajak adalah biaya yang dikenakan atas penjualan produk atau jasa.
- 5) Laba (Profit)

Laba adalah selisih positif antara pendapatan total dan biaya total (biaya tetap dan biaya variabel) yang dikeluarkan oleh suatu entitas bisnis dalam periode tertentu. Dengan kata lain, laba adalah jumlah uang yang tersedia setelah semua total pengeluaran (biaya) dikurangi dari semua total pendapatan. Laba yang tinggi menunjukkan bahwa bisnis berjalan dengan baik dan menghasilkan keuntungan. Sebaliknya, laba yang rendah atau bahkan kerugian dapat menjadi tanda bahwa bisnis tersebut mengalami masalah dan perlu dilakukan evaluasi serta perbaikan. Laba yang diperoleh oleh sebuah perusahaan dapat digunakan untuk beberapa hal seperti:

- a) Mengembangkan potensi perusahaan seperti membeli peralatan baru, membuka cabang dan lokasi baru, atau mengembangkan dan melakukan penelitian tentang produk-produk baru.
- b) Jika perusahaan memiliki utang maka laba tersebut dapat digunakan untuk membayar sebagian atau seluruh utang yang dimiliki oleh perusahaan.
- c) Laba perusahaan juga dapat ditabung untuk keperluan dimasa depan atau di investasikan untuk mendapatkan penghasilan tambahan di luar aktivitas operasional perusahaan (Suartini & dkk, 2024).

c. Tujuan Analisis Cost Volume Profit (CVP)

Analisis *Cost Volume Profit* (CVP) merupakan sebuah model yang sangat berguna bagi sebuah perusahaan dalam proses perencanaan dan pengambilan keputusan manajemen dalam menentukan berapa unit produk yang harus dijual untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan. Analisis ini bukan hanya menjelaskan secara detail hubungan antara unit yang dijual, biaya, harga jual, dan profit tetapi juga dapat menjelaskan beberapa hal penting dalam pengambilan keputusan manajemen seperti dampak pengurangan biaya tetap total terhadap profit yang didapatkan, dampak kebijakan kenaikan harga jual produk terhadap profit yang didapatkan, dan dampak kenaikan volume penjualan terhadap profit yang didapatkan.

Secara umum analisis *Cost Volume Profit* (CVP) memiliki tujuan utama dalam pengambilan keputusan strategis dan operasional, yaitu sebagai berikut:

1) Menentukan titik impas (*Break Event Point*)

Tujuan utama analisis CVP adalah menghitung titik impas, yaitu titik dimana tingkat penjualan sama dengan nol atau dimana total pendapatan sama dengan total biaya. Pada titik tersebut maka sebuah perusahaan tidak akan mengalami laba ataupun rugi. Analisis ini dapat memberikan informasi tentang perusahaan tentang berapa unit produk yang harus dijual atau berapa besar pendapatan yang harus dicapai agar perusahaan dalam menutupi semua biaya operasionalnya.

2) Menganalisis Sensivitas Laba

Analisis *Cost Volume Profit* (CVP) dapat membantu perusahaan memahami perubahan biaya (tetap dan variabel), volume penjualan, atau harga jual dapat memengaruhi laba. Dengan menganalisis berbagai skenario yang ada maka perusahaan dapat mengantisipasi sejak dini dampak perubahan tersebut terhadap profitabilitas dan membuat keputusan yang lebih tepat.

### 3) Membantu Pengambilan Keputusan

Analisis *Cost Volume Profit* (CVP) dapat memberikan informasi yang penting kepada perusahaan untuk menjadi pertimbangan dalam berbagai pengambilan keputusan manajemen sebuah perusahaan seperti:

- a) Menentukan harga jual yang optimal untuk mencapai target laba yang diinginkan.
- b) Memilih kombinasi produk yang paling menguntungkan berdasarkan margin kontribusi masing-masing produk yang akan dijual.
- c) Menetapkan target penjualan yang realistis untuk mencapai tingkat laba yang diinginkan.
- d) Mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan volume penjualan dan mencapai target laba.

### 4) Perencanaan Laba

Dengan menggunakan analisis *Cost Volume Profit* (CVP), maka perusahaan dapat membuat perencanaan laba yang lebih akurat dan realistis. Informasi mengenai titik impas, margin kontribusi, dan sensitivitas laba dapat membantu perusahaan dalam menetapkan target laba yang dapat dicapai dan mengembangkan strategi untuk mencapainya.

### 5) Evaluasi Kinerja

Analisis *Cost Volume Profit* (CVP) dapat digunakan perusahaan untuk mengevaluasi kinerja aktual perusahaan terhadap target yang telah ditetapkan. Dengan membandingkan hasil aktual dengan proyeksi analisis *Cost Volume Profit* maka sebuah perusahaan dapat mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan dan mengambil tindakan korektif yang diperlukan secara cepat dan tepat.

#### d. Elemen-Elemen Analisis *Cost Volume Profit* (CVP)

Adapun elemen-elemen yang ada pada analisis CVP yaitu sebagai berikut:

### 1) *Break Event Point* (BEP)

*Break Event Point* (BEP) merupakan titik dimana perusahaan tidak mengalami laba maupun rugi. Dengan memahami BEP ini, perusahaan dapat menetapkan target untuk melampaui titik impas guna memperoleh keuntungan dan menghindari penjualan di bawah BEP yang akan menyebabkan kerugian. Cara perhitungan *Break Event Point* (BEP):

$$\text{Penjualan} = \text{Biaya Variabel} + \text{Biaya Tetap} + \text{Laba}$$

### 2) *Margin Of Safety* (MOS)

*Margin Of Safety* (MOS) mengacu pada selisih antara volume penjualan aktual atau yang direncanakan dengan volume penjualan pada titik impas, baik dalam unit maupun nilai pendapat. Konsep ini berperan sebagai indikator resiko operasional perusahaan, mengingat dalam realitas bisnis selalu ada kemungkinan terjadinya peristiwa tidak terduga yang dapat menyebabkan penurunan di bawah level yang telah direncanakan. Semakin besar *Margin Of Safety*, semakin aman posisi perusahaan dari resiko kerugian.

Cara perhitungan *margin of safety* adalah:

$$\text{MOS} = \frac{\text{Penjualan Titik Normal} - \text{Penjualan Titik Impas}}{\text{Harga Jual Per Unit}}$$

### 3) Margin Kontribusi

Margin kontribusi menggambarkan selisih antara pendapatan dengan beban variabel, dimana nilai ini memiliki peran penting dalam menutup beban tetap perusahaan. Setelah beban tetap tertutupi, sisa dari margin kontribusi akan menjadi keuntungan bagi perusahaan. Namun, jika margin kontribusi tidak mencukupi untuk menutupi beban tetap, maka perusahaan akan mengalami kerugian dalam periode tersebut.

Cara perhitungan margin kontribusi:

$$\text{Margin Kontribusi} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin Kontribusi Per Unit}}$$

#### 4) *Operating Leverage*

*Operating Leverage* merupakan suatu konsep yang menggambarkan kemampuan manajer untuk mengoptimalkan peningkatan laba dengan hanya melakukan sedikit peningkatan penjualan atau penambahan aset perusahaan. Tingkat *Operating Leverage* ditentukan oleh struktur biaya perusahaan, dimana perusahaan dikatakan memiliki *Operating Leverage* tinggi ketika proporsi biaya tetapnya lebih besar dibandingkan biaya variabel, dan sebaliknya, ketika biaya variabel lebih dominan, maka *Operating Leverage* perusahaan terlalu rendah. *Operating Leverage* sebagai kemampuan perusahaan untuk memanfaatkan biaya tetap operasional guna memperbesar dampak perubahan volume penjualan terhadap EBIT. Cara perhitungan *Operating Leverage*:

$$\text{Operating Leverage} = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Laba Bersih}}$$

#### 5) Target Laba

Target laba didefinisikan sebagai sasaran laba yang diinginkan perusahaan untuk dicapai selama periode tertentu. Target laba ini biasanya ditentukan berdasarkan analisis pendapatan, biaya, dan volume (*Cost Volume Profit Analysis*) serta digunakan sebagai acuan dalam pengambilan keputusan strategis, pengendalian anggaran, dan evaluasi kinerja perusahaan. Konsep ini menekankan pentingnya perencanaan laba sebagai bagian dari tujuan manajerial untuk memastikan keberlanjutan operasi perusahaan sekaligus memberikan nilai kepada pemangku kepentingan (Mega Rahmi & dkk, 2024). Cara menghitung target laba:

$$\text{Target Laba} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Margin Kontribusi Per Unit}}$$

#### e. Pemanfaatan Analisis Cost Volume Profit (CVP)

Analisis biaya-volume-biaya dapat membantu manajemen untuk mengetahui beberapa hal penting, antara lain pengambilan keputusan terkait jumlah unit yang harus di jual untuk mencapai titik impas,

dampak pengurangan biaya tetap terhadap titik impas, dampak kenaikan harga terhadap laba, volume penjualan dan bauran produk yang dibutuhkan untuk mencapai tingkat laba yang diharapkan dengan sumber daya yang dimiliki, dan tingkat sensitivitas harga atau biaya terhadap laba. Beberapa asumsi yang harus digunakan dalam hubungannya diantara besar biaya dan volume serta laba yang diperoleh yaitu:

- 1) Harga jual produk yang konstan dalam cakupan yang relevan. Hal ini berarti harga jual setiap unit produk tidak berubah, walaupun terjadi perubahan volume penjualan.
- 2) Biaya bersifat linear dalam rentang cakupan yang relevan dan dapat dibagi secara akurat kedalam elemen biaya tetap dan biaya variabel.
- 3) Jumlah biaya variabel per unit konstan dan jumlah biaya tetap total juga harus konstan.
- 4) Dalam perusahaan multi produk, bauran penjualan tidak berubah. Jumlah unit yang diproduksi sama dengan jumlah unit yang dijual. Hal ini berarti jumlah persediaan tidak berubah.

Pemanfaatan yang dapat digunakan dengan analisis biaya-volume-dan biaya, selain penentuan titik impas adalah:

- 1) Mengevaluasi keuntungan dari perubahan volume penjualan

Analisis biaya-volume-biaya dapat mengukur dampak perubahan volume penjualan terhadap keuntungan yang diperoleh perusahaan, sehingga peningkatan penjualan dapat dilakukan jika perusahaan mengharapkan kenaikan keuntungannya.

- 2) Identifikasi Batasan Kapasitas

Analisis biaya-volume-laba juga membantu perusahaan mengenali batasan kapasitas produksi atau operasional bisnisnya. Dengan mengetahui kapasitas maksimum yang dapat diproduksi atau dijual, maka perusahaan dapat mengoptimalkan penggunaan sumber daya dan merencanakan kegiatan produksi atau operasional yang lebih efisien dengan menentukan batasan kapasitas produksi per bulan.

Perusahaan dapat menggunakan analisis biaya-volume-laba untuk menghitung titik impas berdasarkan kapasitas produksi saat ini.

### 3) Pengambilan Keputusan Investasi

Analisis biaya-volume-laba dapat digunakan untuk mengevaluasi proyek investasi baru. Perusahaan dapat menghitung berapa banyak produk atau jasa yang harus dijual agar investasi menghasilkan keuntungan yang diharapkan. Hal ini membantu perusahaan memilih proyek investasi yang paling menguntungkan dan menghindari proyek yang berpotensi merugikan perusahaan.

### 4) Merencanakan Harga dan Strategi Penjualan

Dengan memahami hubungan diantara volume penjualan, biaya dan laba maka perusahaan dapat merencanakan strategi harga dan penjualan yang tepat. Perusahaan dapat menghitung berapa harga minimum yang harus ditetapkan agar mencapai titik impas atau menentukan batas harga maksimum yang masih dapat menarik pelanggan tanpa mengurangi keuntungan perusahaan (Purwanti, 2023).

## f. Grafik CVP

Grafik CVP adalah alat visual yang penting dalam analisis keuangan untuk memperjelas hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba perusahaan. Grafik ini memungkinkan manajemen untuk dengan cepat melihat titik impas (*break-event point*) dan tingkat laba yang diharapkan pada berbagai tingkat volume penjualan. Grafik CVP umumnya terdiri dari sumbu x yang mewakili volume penjualan atau aktivitas, dan sumbu y yang mewakili nilai moneter (biasanya dalam bentuk pendapatan atau laba). Grafik ini mencakup beberapa elemen penting:

### 1) Garis Pendapatan (*Revenue Line*)

Garis ini menunjukkan pendapatan total yang diperoleh dari penjualan produk atau jasa pada berbagai tingkat volume penjualan. Garis ini cenderung naik sejalan dengan peningkatan volume

penjualan, menggambarkan hubungan positif antara volume penjualan dan pendapatan.

2) Garis Biaya Tetap (*Fixed Cost Line*)

Garis ini menunjukkan biaya tetap total yang harus ditanggung oleh perusahaan, tidak peduli berapa banyak produk yang dijual. Garis ini biasanya datar dan sejajar dengan sumbu x, menunjukkan bahwa biaya tetap tidak dipengaruhi oleh volume penjualan.

3) Garis Biaya Variabel (*Total Variable Cost Line*)

Garis ini menunjukkan biaya variabel total yang berubah seiring dengan perubahan volume penjualan. Garis ini cenderung naik sejalan dengan peningkatan volume penjualan, menggambarkan hubungan positif antara volume penjualan dan biaya variabel.

4) Titik Impas (*Break-Event Point*)

Titik impas adalah titik dimana pendapatan total sama dengan biaya total, sehingga perusahaan tidak mengalami laba maupun rugi. Titik ini merupakan titik dimana garis pendapatan dan garis biaya total bersilangan di grafik.

5) Area Laba (*Profit Area*)

Area di atas titik impas menunjukkan area dimana perusahaan mengalami laba. Semakin jauh pendapatan total di atas titik impas, semakin besar laba perusahaan. (Winanto & dkk, 2024).

### 3. Harga Jual

a. Pengertian Harga Jual

Harga jual berdampak langsung terhadap profitabilitas perusahaan, penetapan harga yang optimal dapat membantu perusahaan untuk mencapai target keuntungan dan mengoptimalkan pendapatan. Dengan memahami biaya produksi, struktur pasar dan tingkat permintaan, perusahaan dapat mengatur harga yang mendukung pertumbuhan bisnis jangka panjang. Manajemen harga yang bersaing dan adaptif menjadi kunci kesuksesan pemasaran yang memungkinkan perubahan dapat tetap lebih kompetitif, membangun kepercayaan konsumen dan mencapai

tujuan finansialnya. Pentingnya masalah harga maka akan disajikan beberapa pengertian harga dari beberapa ahli, hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh (Sudaryono, 2016) yang menjelaskan bahwa harga merupakan suatu nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang dan jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dengan tempat tertentu. Untuk menetapkan harga ada 3 elemen penting yaitu biaya, margin atau kenaikan harga dan kompetisi.

(Abubakar, 2018) yang menjelaskan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Sedangkan (Malau, 2017) yang mengartikan bahwa harga adalah alat pengukur dasar sebuah sistem ekonomi karena harga mempengaruhi alokasi faktor produksi. Dalam perannya sebagai penentu alokasi sumber yang langka, harga menentukan apa-apa yang harus diproduksi (penawaran) dan siapa yang akan memperoleh berapa banyak barang dan jasa yang diproduksi (permintaan). Selanjutnya, harga juga dapat dikatakan salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lainnya menghasilkan biaya, dan jumlah dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki dan menggunakan suatu produk.

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh setiap ahli *marketing* yang telah dikemukakan di atas maka penulis dapat memberikan pendapat terkait dengan pengertian harga jual bahwa harga jual dalam konsep pemasaran merujuk pada nilai moneter yang ditetapkan pada suatu produk atau layanan yang akan dijual kepada konsumen. Harga ini mencakup sejumlah faktor, seperti biaya produksi, biaya distribusi, margin keuntungan, dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi penetapan harga. Penting untuk dipahami bahwa penetapan harga bukan hanya sekedar menetapkan angka sembarangan. Harga jual harus mencerminkan nilai produk atau layanan tersebut dalam

persepsi konsumen serta mempertimbangkan kondisi pasar, strategi pemasaran, dan tujuan perusahaan. Pemasaran yang efektif tidak hanya mencakup menetapkan harga yang sesuai, tetapi juga membangun nilai dan persepsi positif terhadap produk atau layanan tersebut di mata konsumen.

b. Tujuan Penetapan Harga Jual

Dalam situasi bisnis yang dinamis, perusahaan perlu memantau dan mengevaluasi dampak perubahan harga terhadap kinerja penjualan dan laba. Analisis data dan umpan balik dari pasar dapat membantu perusahaan untuk menyesuaikan strategi penetapan harga sesuai dengan perubahan kebutuhan konsumen dan persaingan. Dengan memahami kompleksitas harga jual, perusahaan dapat meningkatkan efektifitas pemasaran dan mencapai keberhasilan bisnis jangka panjang, oleh karena itu, maka tujuan penetapan harga jual yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Memaksimalkan keuntungan

Pengaturan harga bertujuan untuk mencapai profitabilitas yang optimal bagi perusahaan. Dengan menetapkan harga secara tepat, perusahaan dapat memaksimalkan pendapatan dan keuntungan bersih.

2) Mengakomodasi biaya produksi

Penetapan harga jual bertujuan untuk mencakup biaya produksi, distribusi, dan kegiatan bisnis lainnya. Harga yang ditetapkan harus mencerminkan upaya dan sumber daya yang dikeluarkan dalam menciptakan dan menyediakan produk atau layanan.

3) Memenuhi harapan konsumen

Harga yang tepat dapat menciptakan keseimbangan antara nilai produk atau layanan dan ekspektasi konsumen. Tujuan ini adalah untuk memastikan bahwa konsumen merasa harga yang dibayar sesuai dengan padan dengan manfaat yang mereka terima.

4) Mendukung strategi pemasaran

Penetapan harga harus sejalan dengan strategi pemasaran perusahaan. Apakah itu sebagai bagian dari strategi diferensiasi, penetrasi pasar, atau penetapan harga premium, harga harus mendukung pesan dan posisi merek yang diinginkan.

5) Meningkatkan daya saing

Pengaturan harga juga memiliki tujuan untuk meningkatkan daya saing produk atau layanan dipasar. Harga yang bersaing dapat menjadi faktor kunci dalam memenangkan preferensi konsumen.

6) Mendukung tujuan jangka panjang

Penetapan harga harus selaras dengan tujuan jangka panjang perusahaan. Ini mungkin mencakup membangun citra merek yang kuat, memasuki pasar baru, atau mencapai pertumbuhan bisnis berkelanjutan.

7) Menyesuaikan dengan perubahan pasar

Tujuan penetapan harga juga melibatkan fleksibilitas untuk menyesuaikan harga dengan perubahan dalam kondisi pasar, permintaan konsumen, atau faktor eksternal lainnya (Dewani & dkk, 2024)

c. Faktor biaya dalam penetapan harga

Penetapan harga jual berasal dari harga pokok barang tersebut. Sedangkan harga pokok barang ditentukan oleh berapa besar biaya yang dikorbankan untuk memperoleh atau untuk membuat barang itu. Biaya adalah setiap pengorbanan untuk membuat suatu barang atau untuk memperoleh suatu barang, yang bersifat ekonomis rasional. Jadi dalam pengorbanan ini tidak boleh mengandung unsur pemborosan, sebab segala pemborosan termasuk unsur kerugian, tidak dibebankan ke harga pokok. Pengorbanan yang dapat dikatakan biaya apabila memenuhi kriteria biaya berikut:

- 1) Dapat dihitung.
- 2) Dapat diduga sebelumnya.
- 3) Inheren (melekat) pada produksi.

4) Tidak dapat dihindarkan (Manap, 2024).

d. Komponen-komponen dalam penetapan harga

Dari segi tinjauan ekonomi klasik maka hanya ada satu harga untuk satu produk yang disebut dengan harga *equilibrium*. Harga *equilibrium* akan menghasilkan jumlah *supply* yang sama di mata pasar. Dengan demikian pemasar akan bersaing berdasarkan harga yang dibentuk, dimana perusahaan yang dapat menawarkan harga yang lebih rendah dari harga *equilibrium* mengharapkan memperoleh bagian pasar yang lebih banyak dengan cara merebut pangsa pasar dari produsen lain (Adisaputro, 2019). Oleh karena itu, penetapan harga dapat melibatkan beberapa komponen saling terkait yaitu:

1) Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan komponen utama dalam penetapan harga. Perusahaan harus memahami biaya produksi, termasuk biaya bahan baku, tenaga kerja, *overhead*, dan biaya distribusi. Strategi penetapan harga berbasis biaya melibatkan menetapkan harga yang mencakup semua biaya tersebut dan memberikan margin keuntungan yang diinginkan.

2) Margin Keuntungan

Keuntungan yang diinginkan atau yang dianggap wajar oleh perusahaan juga menjadi pertimbangan utama dalam penetapan harga. Margin keuntungan yang diinginkan dapat bervariasi tergantung pada industri, jenis produk, dan tujuan bisnis perusahaan.

3) Pasar dan permintaan

Analisis pasar dan permintaan memainkan peran penting dalam menetapkan harga. Perusahaan perlu memahami sejauh mana pasar bersedia membayar untuk produk atau layanan tertentu. Jika permintaan tinggi dan pasokan terbatas, perusahaan mungkin dapat menetapkan harga lebih tinggi.

#### 4) Posisi pesaing

Harga pesaing juga harus diperhatikan. Perusahaan perlu memahami harga yang ditetapkan oleh pesaing dan memutuskan apakah produsen akan menetapkan harga yang lebih rendah, sebanding atau lebih tinggi. Strategi penetapan harga dapat didasarkan pada diferensiasi produk atau bersaing dalam kisaran harga yang serupa.

#### 5) Strategi pemasaran

Strategi pemasaran perusahaan termasuk segmen pasar yang ditargetkan dan posisi merek, berdampak pada penetapan harga. Harga harus sesuai dengan pesan pemasaran dan mencerminkan citra yang akan dibangun oleh perusahaan.

#### 6) Siklus hidup produk

Fase siklus hidup produk (introduction, growth, maturity, decline) juga mempengaruhi penetapan harga. Misalkan dalam penetapan harga penetrasi untuk memasuki pasar dengan cepat, sementara pada fase kedewasaan, fokus dapat beralih ke strategi differensiasi atau pemeliharaan keuntungan.

#### 7) Persepsi nilai oleh konsumen

Harga seharusnya mencerminkan persepsi nilai produk oleh konsumen. Jika konsumen merasa bahwa produk memberikan nilai yang sepadan dengan harga, konsumen akan lebih mungkin membeli. Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi nilai konsumen.

#### 8) Kondisi ekonomi dan lingkungan bisnis

Faktor-faktor ekonomi dan lingkungan bisnis, seperti inflasi, suku bunga, dan perubahan kebijakan pemerintah, dapat mempengaruhi penetapan harga. Perusahaan perlu memantau kondisi eksternal ini untuk menyesuaikan strategi penetapan harga.

Penetapan harga yang efektif melibatkan evaluasi terus-menerus terhadap lingkungan bisnis yang dinamis. Pertama-tama perusahaan

perlu memahami perubahan dalam perilaku konsumen dan tren pasar yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Analisis ini dapat mencakup preferensi konsumen terhadap perubahan ekonomi. Dengan memahami dinamika pasar, perusahaan dapat menyesuaikan strategi penetapan harga untuk tetap berada di garis depan dalam memberikan nilai kepada konsumen

#### **4. Perencanaan Laba**

##### **a. Perencanaan Laba**

Perencanaan laba adalah proses penting dalam manajemen keuangan dimana perusahaan menetapkan target laba dan mengembangkan strategi untuk mencapainya. Ini melibatkan identifikasi sumber-sumber pendapatan, pengeluaran dan alokasi sumber daya untuk mencapai tujuan laba yang telah ditetapkan. Perencanaan laba adalah proses menetapkan target laba perusahaan, mengidentifikasi sumber pendapatan, dan biaya, serta mengembangkan strategi untuk mencapai tujuan laba tersebut.

##### **b. Langkah-langkah perencanaan Laba**

Berikut adalah langkah-langkah umum dalam perencanaan laba yaitu:

- 1) Penetapan tujuan laba: langkah pertama dalam perencanaan laba adalah menetapkan target laba yang realistis dan terukur. Hal ini melibatkan identifikasi kebutuhan perusahaan dan aspirasi keuangan jangka panjang.
- 2) Pengidentifikasian pendapatan: setelah menetapkan tujuan laba, perusahaan harus menganalisis sumber-sumber pendapatan potensial. Hal ini meliputi penelitian pasar, pemahaman pelanggan, dan analisis persaingan untuk menentukan strategi penjualan yang tepat.
- 3) Perkiraan biaya: langkah berikutnya adalah mengidentifikasi dan mengestimasi biaya-biaya yang terkait dengan operasional perusahaan. Hal ini mencakup biaya produksi, biaya distribusi, biaya penjualan, biaya administratif, dan biaya lainnya.

- 4) Pengembangan strategi: berdasarkan tujuan laba dan analisis pendapatan serta biaya, perusahaan mengembangkan strategi untuk mencapai target laba. Strategi ini dapat mencakup peningkatan efisiensi operasional, inovasi produk, ekspansi pasar, atau restrukturisasi biaya.
- 5) Implementasi dan monitoring: setelah mengembangkan strategi, langkah selanjutnya adalah mengimplementasikannya dan terus memantau kinerja keuangan perusahaan. Ini melibatkan penggunaan sistem pengukuran kinerja yang sesuai dan pemantauan secara berkala terhadap pencapaian target laba.
- 6) Evaluasi dan koreksi: perusahaan secara teratur mengevaluasi kinerja keuangan mereka dan membandingkan dengan target laba yang telah ditetapkan. Jika diperlukan, perusahaan dapat melakukan koreksi terhadap strategi mereka untuk memastikan bahwa target laba tercapai.

Perencanaan laba membantu perusahaan dalam mengelola resiko, mengalokasikan sumber daya dengan efisien, dan menjaga fokus pada pencapaian tujuan keuangan jangka panjang.

#### c. Metode Perencanaan Laba

Metode perencanaan laba adalah pendekatan yang digunakan oleh perusahaan untuk menetapkan target laba dan mengembangkan strategi untuk mencapainya. Setiap metode memiliki keunggulan dan keterbatasan masing-masing, dan pemilihan metode yang tepat tergantung pada karakteristik dan tujuan perusahaan. Ada beberapa metode yang digunakan dalam perencanaan laba, yaitu:

- 1) Metode berbasis aktivitas: metode ini melibatkan identifikasi aktivitas utama yang menghasilkan biaya dalam perusahaan dan alokasi biaya kepada aktivitas tersebut. Ini membantu perusahaan untuk lebih memahami hubungan antara biaya dan aktivitas yang menghasilkan biaya tersebut.

- 2) Metode margin keuntungan: metode ini fokus pada analisis margin keuntungan dari produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Dengan menganalisis margin keuntungan dari setiap produk atau jasa, perusahaan dapat menentukan strategi harga yang tepat dan mengidentifikasi produk atau jasa yang paling menguntungkan.
- 3) Metode *Return on Investment* (ROI): metode ini mempertimbangkan tingkat pengembalian investasi dari berbagai proyek atau inisiatif perusahaan. Dengan menghitung ROI dari setiap proyek atau inisiatif, perusahaan dapat mengalokasikan sumber daya dengan efisiensi dan memastikan bahwa investasi yang dilakukan menghasilkan laba yang optimal.

d. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Perencanaan Laba

Perencanaan laba perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang dapat memengaruhi pencapaian target laba dan keberhasilan strategi keuangan jangka panjang. Berikut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi perencanaan laba, yaitu:

- 1) Persaingan pasar: tingkat persaingan dalam industri atau pasar tempat perusahaan beroperasi dapat memengaruhi harga jual, volume penjualan, dan margin keuntungan produk atau jasa perusahaan. Ini memengaruhi perencanaan laba dalam hal penetapan harga dan strategi pemasaran.
- 2) Perubahan regulasi: perubahan dalam regulasi pemerintah atau kebijakan industri dapat memiliki dampak signifikan terhadap biaya produksi, biaya operasional, atau persyaratan keuangan lainnya. Perusahaan harus memperhitungkan perubahan regulasi dalam perencanaan laba.
- 3) Fluktuasi biaya bahan baku: kenaikan atau penurunan biaya bahan baku atau komponen lainnya dapat mempengaruhi biaya produksi dan akibatnya laba perusahaan. Perusahaan perlu memantau fluktuasi biaya ini dan mengantisipasi dampaknya dalam perencanaan laba.

- 4) Perubahan teknologi: perkembangan teknologi baru dapat mempengaruhi proses produksi, biaya operasional, dan permintaan pasar. Perusahaan perlu memperhitungkan perubahan teknologi dalam merencanakan investasi dan pengembangan produk baru.

## 5. Break Even Point (BEP/ Titik Impas)

### a. Pengertian Break Even Point (BEP)

Analisis Break Even Point (titik impas) adalah sebuah analisis keuangan yang digunakan dalam perencanaan laba perusahaan. Penggunaan analisis titik impas dalam perencanaan perusahaan, baik untuk barang maupun jasa. Metode ini melibatkan perhitungan biaya tetap, biaya variabel, harga jual, dan kapasitas maksimum. Dengan analisis ini perusahaan dapat menentukan jumlah produksi atau penjualan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan laba yang telah ditetapkan. Analisis titik impas juga bertindak sebagai alat perencanaan laba yang disebut dengan analisis perencanaan laba. Analisis titik impas juga dapat membantu perusahaan dalam memperbaiki efisiensi produksi dan penjualan, metode ini dapat menjadi alat untuk mengidentifikasi biaya yang tidak efektif atau yang tidak diperlukan, serta menjadi alat untuk mengoptimalkan produksi dan penjualan.

### b. Tujuan Break Even Point

Tujuan dari titik impas (BEP) adalah:

- 1) Mencari titik aktivitas dimana pendapatan = biaya.
- 2) Menunjukkan suatu sasaran volume penjualan minimal yang harus diraih oleh perusahaan.
- 3) Mengawasi kebijakan penentuan harga.
- 4) Memungkinkan perusahaan mengetahui apakah mereka beroperasi dekat/jauh dari titik impas.
- 5) Menentukan laba yang diinginkan.
- 6) Memaksimalkan jumlah produksi.
- 7) Mendesain spesifikasi produk.

### c. Manfaat Break Even Point

Manfaat dari Break Even Point adalah:

- 1) Merencanakan spesifikasi produk.
- 2) Tetapkan harga jual per unit.
- 3) Tetapkan target penjualan dan penjualan minimum agar tidak merugi.
- 4) Memaksimalkan produksi dan volume penjualan.
- 5) Rencanakan penghasilan yang diinginkan.
- 6) Untuk keperluan lain.

d. Faktor-Faktor Meningkatkan Break Even Point

Penting untuk menghitung titik impas perusahaan untuk mengetahui target minimum agar bisa menutup biaya produksi. Faktor-faktor BEP meningkat atau menurun yaitu:

1) Peningkatan jumlah pelanggan

Ketika peningkatan penjualan pelanggan berarti ada permintaan yang lebih tinggi. Perusahaan akan memproduksi lebih banyak produknya untuk memenuhi permintaan baru, kemudian dengan menaikkan BEP untuk menutupi biaya tambahan tersebut.

2) Kenaikan biaya produksi

Bagian tersulit dalam menjalankan bisnis adalah ketika penjualan pelanggan atau permintaan produk tetap sama tetapi harga biaya variabel meningkat, seperti harga bahan baku. Ketika itu terjadi, maka BEP juga naik karena adanya biaya tambahan.

3) Perbaikan alat

Dalam hal ini apabila peralatan rusak akan membuat jalur produksi terputus-putus. BEP dapat meningkat karena jumlah target unit tidak diproduksi dalam waktu yang diinginkan. Kegagalan peralatan juga berarti biaya operasional yang lebih tinggi dan titik impas yang lebih tinggi (Santosa & dkk, 2024)

## B. Penelitian Relevan

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fatqurrodji Arizal, Moch Dzulkirom AR, dan Sri Mangesti Rahayu yang berjudul Analisis *Cost Volume*

*Profit* Sebagai Dasar Perencanaan Penetapan Harga Jual dan Perencanaan Laba yang diharapkan (Study Pada Perusahaan Sumber Agung Kecamatan Sukun Kota Malang Periode 2013). Pada penelitian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa dengan penerapan Analisis *Cost Volume Profit* sebagai dasar perencanaan penetapan harga jual dan perencanaan laba yang diharapkan pada Perusahaan Kopi Sumber Agung tahun 2013 diperoleh informasi jika perusahaan berencana menetapkan pada kopi bubuk dengan harga jual yang semula Rp. 18.400 menjadi Rp 19.000, kopi ovenan dengan harga jual tetap Rp 28.000 dan laba yang direncanakan oleh perusahaan sebesar Rp 434.564.198,86 yang terdiri dari Rp 320.519.920,52 pada kopi bubuk, Rp 114.044.278,34 pada kopi ovenan. Selain itu, dengan adanya *margin of safety* dan *degree of leverage*, agar dapat memantau kinerja perusahaan pada tahun 2014 yang dipantau dengan mudah. Persamaan dengan penelitian peneliti adalah sama-sama menggunakan metode *Cost Volume Profit*, sedangkan perbedaan lokasi dan objek penelitiannya (Arizal, AR, & Rahayu, 2024).

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Nuro Sholihah dan Huzain Jailani dengan judul penelitian Analisis *Cost Volume Profit* dalam Menentukan Harga Jual Pada Restoran Sushi Syakira Sekarteja. Analisis CVP digunakan pada penelitian ini digunakan untuk menghitung titik impas dan laba pada berbagai tingkat penjualan serta menentukan harga jual yang optimal pada restoran sushi. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa analisis CVP sangat berguna dalam menjadikan harga jual yang tepat pada restoran sushi. Dengan menggunakan analisis CVP, restoran sushi dapat mengoptimalkan laba pada berbagai tingkat penjualan dan menentukan harga jual yang optimal. Penelitian ini bermanfaat bagi restoran sushi dalam mengoptimalkan keuntungan dan menjaga keberlangsungan usaha. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi penting bagi industri makanan dan minuman secara keseluruhan dalam memperoleh informasi tentang penggunaan analisis CVP pada restoran sushi. Persamaan dengan penelitian peneliti adalah yaitu dengan penggunaan CVP untuk penetapan harga jual, sedangkan perbedaannya objek dan lokasi penelitiannya (Sholihah & Jailani, 2023).

Penelitian yang dilakukan oleh Yopy Palupi dan Elis Ratna Wulan dengan judul penelitian Analisis CVP (*Cost Volume Profit*) sebagai dasar perencanaan penjualan dan laba yang diharapkan pada PT. Mayora Indah Tbk. Hasil dari penelitian tersebut adalah pada tahun 2015 sampai dengan tahun 2016 perusahaan telah berhasil melakukan penjualan yang melampaui *break even point*. PT. Mayora Indah Tbk dan entitas anak menetapkan besarnya perencanaan laba dari tahun 2015 sampai tahun 2019 sebesar 10% dari total penjualannya. PT. Mayora Indah Tbk mengalami fluktuasi kenaikan laba tiap tahunnya mulai dari tahun 2015-2019, kecuali pada tahun 2018, dan juga pada tahun-tahun tersebut berhasil melebihi target laba yang direncanakan. Sedangkan pada tahun 2018 mengalami penurunan laba sebesar Rp 1.806.516.406.864 sehingga penurunan laba pada tahun 2018 yang direncanakan tidak terpenuhi. Hal ini berarti perusahaan tidak sepenuhnya menerapkan analisis *cost volume profit* dengan baik. Persamaan dengan penelitian peneliti adalah sama-sama menggunakan analisis *cost volume profit* dengan penetapan penjualan sedangkan perbedaannya adalah lokasi dan objek yang berbeda (Palupi & Wulan, 2021).

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Abror, Alya Tamara Balqish, Mohammad Bastomi, dengan judul penelitian Analisis Penerapan *Cost Volume Profit* (CVP) dalam penyusunan laba pada UMKM Kecap Manis 747. Hasil penelitiannya adalah sebelumnya UMKM kecap manis 747 tidak pernah melakukan analisis perhitungan *cost volume profit* sehingga laba yang dihasilkan kurang maksimal dalam mempertimbangkan laba hanya membandingkan jumlah yang dikeluarkan dan jumlah yang diterima tanpa ada suatu perencanaan sehingga daya tahan dihasilkan kurang maksimal. Dan dari hasil perhitungan analisis *cost volume profit* dapat diketahui bahwa UMKM kecap manis 747 melalui perhitungan *degree of operating* sebesar 1,05%, agar UMKM yang dijalankan oleh kecap manis 747 diharapkan menggunakan hasil identifikasi serta pengklasifikasian biaya bukti biaya variabel dan biaya tetap agar dapat mendapatkan hasil perencanaan laba yang optimal dan digunakan untuk waktu yang jangka panjang. UMKM kecap

manis 747 sebaiknya melakukan perencanaan laba yang harus dicapai untuk setiap tahunnya dengan menggunakan analisis CVP. Persamaan dengan penelitian peneliti adalah sama-sama menggunakan analisis *cost volume profit*, sedangkan perbedaannya adalah lokasi dan objek penelitiannya (Abror, Balqish, & Bastomi, 2023).

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Fitria Rahmi, Hafisyah, Reni Dahar, Nino Sri Purnama Yanti, dengan judul penelitian Analisis *Cost Volume Profit* (CVP) Dalam Perencanaan Laba pada UMKM Berkat Usaha. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan perhitungan *cost volume profit* pada UMKM Berkat Usaha sebagai alat bantu dalam perencanaan laba, sehingga dapat menentukan penjualan dan memenuhi target laba yang ditetapkan. Metode yang digunakan metode deskriptif kualitatif. analisis CVP dilakukan dengan melakukan analisa *break event point*, *contribution margin*, dan *margin of safety*. UMKM berkat usaha dapat menerapkan analisis CVP untuk membantu dalam merencanakan laba di tahun mendatang perusahaan menargetkan peningkatan laba 25% untuk 5 bulan kedepan. Persamaan dengan penelitian peneliti adalah sama-sama menggunakan analisis *cost volume profit* sedangkan perbedaannya adalah lokasi dan objek penelitiannya (Rahmi, Hafisyah, Dahar, & Yanti, 2023).

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti Analisis Perhitungan Cost Volume Profit Dalam Penetapan Harga Jual Produk Dan Perencanaan Laba Pada Usaha Keripik Talas Dessy Padang Panjang. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian lapangan. Penelitian lapangan yaitu suatu penelitian yang dilakukan dilapangan atau dilokasi penelitian (Tumurang, 2023). Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif dilakukan untuk menganalisis penetapan harga jual produk dan perencanaan laba dengan menggunakan metode *Cost Volume Profit*. Sedangkan, pendekatan deskriptif digunakan untuk memahami fenomena yang terjadi di Usaha Keripik Talas Dessy Padang Panjang terkait dengan penetapan harga jual dan perencanaan laba pada usaha keripik.

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Tempat penelitian ini dilakukan di usaha Keripik Talas Dessy Padang Panjang. Tepatnya di Jln.By Pass Kacang Kayu, Sigando, Kecamatan Padang Panjang Timur, Kota Padang Panjang Sumatera Barat. Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Juli-Agustus 2025.

**Tabel 3. 1**  
**Rancangan Waktu Penelitian**

Keterangan	Tahun 2025				
	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
Observasi Awal					
Pengajuan proposal					
Bimbingan Proposal					
Seminar Proposal					
Revisi Siap Seminar					
Penelitian					
Pengolahan Data Penelitian					
Bimbingan Skripsi					
Sidang Munasqasah					
RevisiSiap Sidang					

### C. Sumber Data

Sumber data sangat penting bagi penelitian dan dapat digunakan peneliti untuk memperoleh data yang hasil yang dibutuhkan dan memperoleh hasil yang maksimal. Adapun yang menjadi sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Sumber data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Data tersebut diperoleh dengan cara melakukan pengamatan langsung dan wawancara atau pengajuan pertanyaan kepada pemilik Usaha Keripik Talas Dessy Padang Panjang.
2. Sumber data sekunder, yaitu data yang diperoleh melalui laporan pencatatan keuangan harian Usaha keripik Talas Dessy Padang Panjang dan dokumen-dokumen yang dibutuhkan.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah metode atau cara yang digunakan seperti teknik dokumentasi, observasi maupun wawancara biasanya oleh para peneliti digunakan untuk pengambilan atau pengumpulan data-data. Dalam hal ini termasuk juga triangulasi digunakan sebagai cara mendapatkan informasi-informasi yang akurat (Putra, 2023).

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

##### **1. Observasi**

Observasi adalah suatu teknik yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan keterangan atau bahan dengan cara melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang terjadi sehingga dapat dijadikan suatu objek penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan awal atau observasi objek dengan cara mengamati secara langsung objek penelitian yaitu di Usaha Keripik Talas Dessy Padang Panjang untuk mengetahui permasalahan yang ada di usaha tersebut.

##### **2. Wawancara**

Wawancara adalah suatu teknik yang dilakukan oleh peneliti untuk pengumpulan data dengan cara memberikan beberapa pertanyaan atau wawancara langsung dengan pemilik Usaha Keripik Talas Dessy Padang Panjang untuk mendapatkan data yang dibutuhkan peneliti.

##### **3. Dokumentasi**

Teknik dokumentasi adalah teknik yang dilakukan oleh peneliti akan menggunakan data sekunder dalam penelitiannya. Teknik dokumentasi dalam hal ini diartikan dengan cara pengumpulan data, dengan mencatat atau mengambil data dan foto terkait data yang dibutuhkan.

#### **E. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2018).

Teknik yang dilakukan dalam menganalisa data penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi biaya.
2. Mengklasifikasikan biaya tetap dan biaya variabel.
3. Volume Penjualan Usaha Keripik Talas Dessy.
4. Menghitung Harga Pokok Produksi (HPP).
5. Menghitung Margin Kontribusi dan Rasio Margin Kontribusi

Menghitung margin kontribusi dapat dihitung dengan rumus:

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

Margin Kontribusi per unit

$$= \text{Harga jual per unit} - \text{Biaya Variabel per unit}$$

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

6. Menghitung *Break Event Point*

Menghitung Titik Impas dapat menggunakan rumus:

$$BEP \text{ Unit} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin kontribusi per unit}}$$

7. Menghitung *Margin of Safety* dan rasio margin of safety

Menghitung margin of safety dapat menggunakan rumus:

$$MOS = \text{total penjualan} - BEP \text{ (rupiah)}$$

$$\text{Rasio MOS} = \frac{\text{margin of safety}}{\text{total penjualan}} \times 100\%$$

8. Menghitung volume penjualan untuk target laba (unit)

Menghitung volume penjualan dapat menggunakan rumus:

$$\text{Volume penjualan Unit} = \frac{\text{Biaya tetap} + \text{laba yang diinginkan}}{\text{Margin kontribusi per unit}}$$

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Usaha Keripik Talas Dessy Padang Panjang**

##### **1. Sejarah Singkat Berdirinya Usaha Keripik Talas Dessy**

Awal berdirinya usaha keripik talas Dessy yaitu pada tahun 1998 yang didirikan oleh Bapak Usman dan Ibu Dessy Andriani. Pada tahun 1998 itu, Indonesia mengalami krisis moneter, yakni lumpuhnya kegiatan diberbagai sektor ekonomi, melemahnya nilai mata uang rupiah, serta mengakibatkan bahan-bahan pokok naik, banyaknya usaha yang bangkrut karena kekurangan sumber bahan pokok. Sebelum terjadinya krisis moneter, Bapak Usman dan Ibu Dessy merintis usaha di bidang pakaian selama kurang lebih 5 tahun dan berakhir gulung tikar karena krisis moneter. Namun, hal itu merupakan langkah awal bagi Bapak Usman dan Ibu Dessy untuk membangun usaha makanan ringan. Ibu Dessy sebagai seorang ibu rumah tangga menghasilkan sebuah produk kecil-kecilan yaitu, keripik talas yang awalnya hanya dipasarkan di warung-warung dan dititipkan ke sekolah-sekolah dekat wilayah tempat tinggal.

Bapak Usman dan Ibu Dessy Andriani mencoba membuka usaha keripik talas secara kecil-kecilan di rumahnya dengan modal yang sedikit dan tanpa karyawan yang membantu. Seiring dengan berjalannya waktu, usaha yang dijalankan oleh bapak Usman dan ibu Dessy mulai diminati oleh masyarakat luas. Pada tahun 2000-an pemilik usaha mulai memasarkan produk makanan ringan nya ke pasar kota Padang Panjang. Tidak hanya itu, pemilik usaha juga meracik produk baru, yaitu keripik talas kuning yang berbahan dasar bumbu kunyit. Selang beberapa tahun, untuk memasarkan produk ke pasar yang lebih luas, pemilik usaha membuat merek dagang dengan nama Keripik Talas Dessy agar banyak dikenal oleh masyarakat luas dan sudah mempekerjakan dua orang karyawan dari ibu rumah tangga di wilayah setempat. Hal ini

membuktikan bahwa usaha keripik talas Dessy ini, dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat setempat.

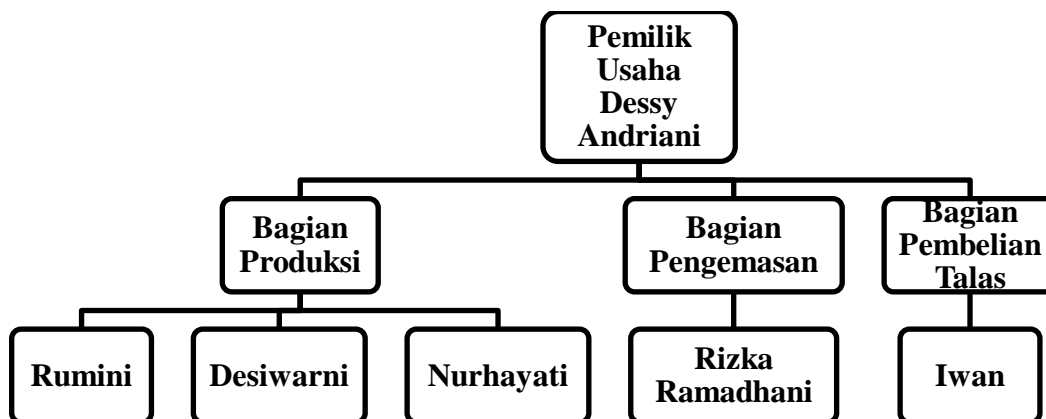


**Gambar 4. 1**  
**Outlet Keripik Talas Dessy**

Seiring berjalannya waktu, pemilik usaha juga rajin untuk mengikuti pelatihan industri yang dilaksanakan oleh pemerintah kota Padang Panjang. Selain itu, pemilik usaha juga diarahkan untuk memperluas usahanya, mendapatkan modal untuk melanjutkan usahanya, serta mendaftarkan hak paten merek dagang. Pada tahun 2011, Usaha keripik talas Dessy berhasil mendirikan *outlet* sekaligus lokasi produksi yang beralamat di Jalan By Pass Kacang Kayu RT.10, Kelurahan Sigando, Kecamatan Padang Panjang Timur, Kota Padang Panjang yang diresmikan langsung oleh Bapak Walikota Padang Panjang yaitu Bapak Ir.H.Edwin,SD. Beliau juga memberikan dukungan berupa pinjaman dana usaha melalui Bank Nagari Sumatera Barat. Pada tahun 2019, pemilik usaha telah mendapatkan sertifikat Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT), sesuai dengan peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Nomor 22 Tahun 2018 tentang Pedoman Pemberian Sertifikat Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT). Hingga saat ini, outlet usaha keripik talas Dessy tidak hanya menjual atau memasarkan keripik talas saja, tetapi sudah menjual berbagai macam makanan, diantaranya

serundeng talas, sanjai balado, keripik kentang, dakak-dakak, rakik maco, rakik udang, batiah, randang talua, dan masih banyak lagi. Dan sudah di pasarkan di berbagai kota, seperti di Padang Panjang, Padang, bahkan di luar kota yaitu Jambi (Dessy, 2025b)

## 2. Struktur Organisasi



**Gambar 4. 2**  
**Struktur Organisasi**

Pada struktur organisasi di atas, menunjukkan bahwa pemilik usaha yakni Ibu Dessy memiliki tiga bagian dalam memproduksi keripik talas yaitu, bagian produksi memiliki 3 orang karyawan yakni Rumini, Desiwarni, dan Nurhayati. Dan bagian pengemasan yaitu Rizka Ramadhani, sedangkan Iwan adalah bagian pembelian bahan baku talas, dimana talas dibeli ditempat yang berbeda-beda setiap kali pembelian, yaitu di pasar Padang Panjang, di Baso, dan di Batusangkar.

## 3. Visi dan Misi

Dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya pemilik pada usaha keripik talas Dessy Padang Panjang memiliki visi dan misi sebagai berikut:

### a. Visi

Menjadi produsen makanan ringan dan oleh-oleh khas Minangkabau berskala nasional dengan tetap mempertahankan ciri khas Minangkabau.

b. Misi

- 1) Memperluas market secara nasional melalui offline marketing dan online marketing.
- 2) Menjadikan produk Keripik Talas Dessy menjadi cemilan kekinian yang sehat dan mempertahankan unsur daerah dengan cara memperhatikan kualitas bahan baku dan proses produksi.
- 3) Meningkatkan kekuatan nilai produk kepada masyarakat bahwa keripik talas Dessy mampu menjadi ikon oleh-oleh khas Minangkabau.
- 4) Mengembangkan usaha ini lebih besar dan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat setempat.

**4. Tujuan Usaha Keripik Talas Dessy**

Tujuan usaha keripik talas Dessy yaitu sebagai berikut:

- a. Mengelola hasil tanaman talas menjadi sesuatu yang bernilai lebih dan mengolahnya dengan prosedur yang baik.
- b. Mewujudkan visi dan misi usaha dengan melakukan pengembangan dan inovasi produk.
- c. Memperkenalkan kepada masyarakat luas bahwa produk keripik talas Dessy memiliki potensi menjadi ikon Kota Padang Panjang, karena produk yang dihasilkan memiliki khas dan perbedaan dengan produk oleh-oleh khas Minangkabau lainnya.
- d. Membuka banyak lapangan pekerjaan bagi masyarakat di sekitar lokasi tempat produksi.

**B. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

**1. Identifikasi Biaya**

Biaya adalah suatu pengeluaran yang dapat mengurangi kas dan harta lainnya untuk mencapai tujuan tertentu yang berhubungan dengan barang dan jasa untuk saat ini atau untuk dimasa datang. Biaya bertujuan untuk menyajikan informasi biaya yang dibutuhkan oleh Ibu Dessy ini sehingga dapat mengelola usaha keripik talas secara efektif dan efisien.

Sebelumnya, Ibuk Dessy belum melakukan identifikasi biaya berdasarkan perilakunya. Oleh sebab itu, Usaha Keripik Talas Dessy perlu melakukan pemisahan antara biaya-biaya yang disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 4. 1**  
**Klasifikasi Biaya Usaha Keripik Talas Dessy**

<b>Keterangan</b>	<b>Sifat Biaya</b>
<b>Bahan Baku</b>	
Talas	Variabel
Minyak Goreng	Variabel
Cabe	Variabel
Kunyit	Variabel
Kacang Tanah	Variabel
Ikan Teri Medan	Variabel
<b>Biaya Tenaga Kerja Langsung</b>	
Upah Tenaga Kerja	Variabel
<b>Biaya Overhead Pabrik</b>	
Upah Tenaga Kerja Tidak Langsung (Bagian Pembelian Bahan Baku)	Variabel
Plastik Kemasan	Variabel
Label Produk	Variabel
Biaya Listrik	Variabel
Biaya Air	Variabel
Biaya Telepon	Variabel
Biaya Penyusutan Timbangan Digital	Tetap
Biaya Penyusutan Bangunan	Tetap

## 2. Mengklasifikasikan Biaya

Berdasarkan tabel diatas, dapat di rincikan biaya-biaya tersebut sebagai berikut:

### a. Biaya Tetap

Biaya Tetap adalah suatu biaya yang konstan atau biaya yang jumlahnya tidak berubah-ubah meskipun jumlah produksi atau penjualan berubah dalam jangka waktu tertentu. Jika jumlah produksi meningkat, maka biaya yang dikeluarkan tidak berubah atau tetap. Jadi biaya tetap disini merupakan biaya yang tidak berpengaruh terhadap tingkat aktivitas produksi atau tidak berpengaruh terhadap penjualan produk. Berikut ini peneliti akan menyajikan total dari biaya tetap yang ada pada usaha keripik Dessy Padang Panjang.

**Tabel 4. 2**  
**Biaya Tetap**  
**Usaha Keripik Talas Dessy**  
**Bulan Juni 2025**

Keterangan	Jenis Produk		Total
	Keripik Talas	Serundeng Talas	
Biaya Penyusutan Timbangan digital	Rp 11.250	Rp 2.500	Rp 13.750
Biaya Penyusutan Bangunan	Rp 511.364	Rp 113.636	Rp 625.000
<b>Total Biaya Tetap</b>	Rp 522.614	Rp 116.136	Rp 638.750

Sumber: *Data Diolah 2025*

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, Usaha Keripik Talas Dessy memiliki total dari biaya tetap pada bulan Juni 2025 adalah sebesar Rp 638.750, yang terdiri dari Rp 522.614 untuk keripik talas dan Rp 116.136 untuk biaya serundeng talas. Perhitungan untuk masing-masing biaya adalah jumlah jenis produksi dibagi dengan total produksi kedua produk dikali dengan total biaya yang ada.

b. Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang berubah-ubah sehubungan dengan volume kegiatan atau proses produksi. Semakin banyak proses produksi yang dilakukan, maka semakin banyak biaya yang dikeluarkan. Maupun sebaliknya, jika proses produksi dilakukan sedikit, maka biaya yang dikeluarkan pun sedikit. Jadi, biaya variabel disini merupakan berhubungan langsung terhadap penjualan produk. Berikut ini peneliti akan menyajikan total dari biaya variabel yang ada pada usaha keripik talas Dessy.

**Tabel 4. 3**  
**Biaya Variabel**  
**Usaha Keripik Talas Dessy**  
**Bulan Juni 2025**

Keterangan	Jenis Produk		Total
	Keripik Talas	Serundeng Talas	
<b>Biaya Bahan Baku</b>			
Talas	Rp 6.954.955	Rp 1.545.545	Rp 8.500.500
Minyak Goreng	Rp 2.454.545	Rp 545.455	Rp 3.000.000
Cabe	Rp 715.909	Rp 159.091	Rp 875.000
Kunyit	Rp 360.000		Rp 360.000
Kacang Tanah		Rp 280.000	Rp 280.000
Ikan Teri Medan		Rp 200.000	Rp 200.000
<b>Biaya Tenaga Kerja Langsung</b>			
Upah Tenaga Kerja	Rp 8.705.455	Rp 1.934.545	Rp 10.640.000
<b>Biaya Overhead Pabrik</b>			
Upah Tenaga Kerja Tidak Langsung (Bagian Pembelian Bahan Baku)	Rp 654.545	Rp 145.455	Rp 800.000

Plastik Kemasan	Rp 327.273	Rp 72.727	Rp 400.000
Label Produk	Rp 613.636	Rp 136.364	Rp 750.000
Biaya Listrik	Rp 204.545	Rp 45.455	Rp 250.000
Biaya Air	Rp 163.636	Rp 36.364	Rp 200.000
Biaya Telepon	Rp 81.818	Rp 18.182	Rp 100.000
<b>Total Biaya Variabel</b>	<b>Rp 21.236.317</b>	<b>Rp 5.119.183</b>	<b>Rp 26.355.500</b>
<b>Jumlah Kg</b>	450 kg	100 kg	
<b>Biaya Variabel per Kg</b>	<b>Rp 47.192</b>	<b>Rp 51.192</b>	

Sumber: *Data Diolah 2025*

Berdasarkan tabel diatas, menunjukan usaha keripik talas Dessy memiliki biaya variabel pada produksi bulan Juni 2025, dengan total keseluruhannya adalah sebesar Rp 26.355.500, dengan jenis keripik talas biaya yang dikeluarkan sebesar Rp 21.236.317 dan Rp 5.119.183 untuk biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi serundeng talas. Biaya variabel per kg untuk keripik talas adalah Rp 47.192 dengan total produksi sebanyak 450 kg, sedangkan biaya yang dikeluarkan dalam produksi seundeng talas adalah Rp 51.192 dengan total produksi sebanyak 100 kg. Hal ini menunjukan bahwa biaya untuk kerupuk talas jauh lebih besar biaya yang dikeluarkan dibandingkan dengan serundeng dengan perbandingan karena usaha keripik talas Dessy rutin memproduksi keripik talas dibandingkan dengan serundeng talas.

#### c. Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan selama proses produksi, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Usaha keripik talas Dessy juga mengeluarkan biaya produksi yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4. 4**  
**Biaya Produksi**  
**Usaha Keripik Talas Dessy**  
**Bulan Juni 2025**

Keterangan	Jenis Produk		Total
	Keripik Talas	Serundeng Talas	
<b>Biaya Bahan Baku</b>			
Talas	Rp 6.954.955	Rp 1.545.545	Rp 8.500.500
Minyak Goreng	Rp 2.454.545	Rp 545.455	Rp 3.000.000
Cabe	Rp 715.909	Rp 159.091	Rp 875.000
Kunyit	Rp 360.000		Rp 360.000
Kacang Tanah		Rp 280.000	Rp 280.000
Ikan Teri Medan		Rp 200.000	Rp 200.000
<b>Total Bahan Baku</b>	<b>Rp 10.485.409</b>	<b>Rp 2.730.091</b>	<b>Rp 13.215.500</b>
<b>Biaya Tenaga Kerja Langsung</b>			
Upah Tenaga Kerja	Rp 8.705.455	Rp 1.934.545	Rp 10.640.000
<b>Total BTKL</b>	<b>Rp 8.705.455</b>	<b>Rp 1.934.545</b>	<b>Rp 10.640.000</b>
<b>Biaya Overhead Pabrik</b>			
Upah Tenaga Kerja Tidak Langsung (Bagian Pembelian Bahan Baku)	Rp 654.545	Rp 145.455	Rp 800.000
Plastik Kemasan	Rp 327.273	Rp 72.727	Rp 400.000
Label Produk	Rp 613.636	Rp 136.364	Rp 750.000
Biaya Listrik	Rp 204.545	Rp 45.455	Rp 250.000
Biaya Air	Rp 163.636	Rp 36.364	Rp 200.000
Biaya Telepon	Rp 81.818	Rp 18.182	Rp 100.000

Biaya Penyusutan Timbangan digital	Rp 11.250	Rp 2.500	Rp 13.750
Biaya Penyusutan Bangunan	Rp 511.364	Rp 113.636	Rp 625.000
<b>Total BOP</b>	<b>Rp 2.568.067</b>	<b>Rp 570.683</b>	<b>Rp 3.138.750</b>
<b>Total Biaya Produksi</b>	<b>Rp 21.758.931</b>	<b>Rp 5.235.319</b>	<b>Rp 26.994.250</b>

Sumber: *Data Diolah 2025*

Berdasarkan tabel diatas, maka total produksi secara keseluruhannya adalah sebanyak Rp 26.994.250, yang menunjukkan bahwa sebesar Rp 21.758.931 biaya untuk keripik talas, sedangkan sebesar Rp 5.235.319 untuk biaya dalam memproduksi serundeng talas. Berdasarkan biaya produksi diatas, maka dapat dirincikan biaya-biaya nya yaitu sebagai berikut:

#### 1) Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku adalah biaya yang merujuk pada pengeluaran yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memperoleh bahan mentah atau material yang digunakan dalam proses produksi. Biaya bahan baku mencakup pembelian bahan baku, pengiriman, dan penerimaan bahan baku ke dalam persediaan perusahaan. Dalam Usaha yang dijalankan oleh Ibu Dessy, bahan baku utama yang digunakan dalam proses produksinya adalah talas. Berdasarkan wawancara dengan Ibu Dessy selaku pemilik usaha keripik talas, dengan bahan baku talas sebanyak 100 kg talas akan menghasilkan 40 kg keripik talas yang sudah jadi, sedangkan untuk 55 kg talas akan menghasilkan 15 kg serundeng talas. Usaha keripik talas ibu Dessy melakukan pembelian bahan baku talas setiap bulannya kepada langganannya yang berasal dari daerah Baso, Batusangkar dan juga daerah di Padang Panjang (Ibu Dessy Andriani, 4 April 2025). Untuk data pembelian bahan baku pada tahun 2024 disajikan sebagai berikut:

**Tabel 4. 5**  
**Data Pembelian Talas tahun 2025**  
**Usaha Keripik Talas Dessy**

<b>Bulan</b>	<b>Kuantitas / Kg</b>	<b>Harga / Kg</b>	<b>Total</b>
Januari	1.553	Rp 4.500	Rp 6.988.500
Februari	1.886	Rp 4.500	Rp 8.487.000
Maret	1.965	Rp 5.000	Rp 9.825.000
April	1.969	Rp 5.000	Rp 9.845.000
Mei	1.864	Rp 4.500	Rp 8.388.000
Juni	1.889	Rp 4.500	Rp 8.500.500
<b>Total</b>	<b>11.126</b>		<b>Rp 52.034.000</b>

Sumber: *Pemilik Usaha 2025*

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa pembelian yang dilakukan oleh ibuk Dessy setiap bulannya berbeda-beda, dengan total pembelian yang dilakukan pada tahun 2025 pada 6 bulan terakhir, yaitu pada bulan Januari-Bulan Juni dengan total pembelian sebanyak 11.126 kg dengan harga beli yang berfluktuasi juga. Fluktuasi harga ini dipengaruhi oleh permintaan yang banyak oleh konsumen, musim atau cuaca, dan karena peringatan hari besar. Bulan yang mengalami kenaikan pembelian talas adalah Bulan Maret pada Bulan Ramadhan dan April, Hari Raya Idul Fitri. Total pembelian bahan baku talas adalah 11.126 kg atau sebesar Rp 52.034.000 (Dessy, 2025a)

## 2) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja adalah semua biaya yang terkait dengan tenaga kerja yang digunakan dalam proses produksi perusahaan. Biaya ini termasuk gaji karyawan, upah, insentif, tunjangan, dan manfaat lainnya yang diberikan kepada karyawan yang terlibat dalam proses produksi. Pada usaha keripik talas Dessy memiliki karyawan sebanyak 4 orang, diantaranya 3 orang bagian produksi, dan 1 orang bagian pengemasan. Dalam satu hari kerja, upah yang dibayarkan oleh Ibuk Dessy adalah Rp 95.000 per harinya. Dalam

satu bulan karyawan bekerja selama 28 hari dengan gaji sebesar Rp. 2.660.000 per orangnya. Dalam satu tahun Ibuk Dessy mempekerjakan 4 orang karyawan selama 300 hari kerja, sehingga total gaji karyawan dalam sebulan adalah Rp 10.640.000. Selain dalam biaya produksi, Ibu Dessy juga mempekerjakan Iwan yang ditugaskan untuk membeli bahan baku talas dengan gaji Rp 200.000 dalam sekali pembelian, sedangkan dalam satu bulan pembelian talas dapat dilakukan hingga 4 kali pesan. Sehingga biaya yang dikeluarkan adalah Rp 800.000 dalam satu bulan.

**Tabel 4. 6**  
**Daftar Tenaga Kerja**  
**Usaha Keripik Talas Dessy**  
**Juni 2025**

Nama	Kegiatan
Dessy Andriani	Pemilik
Rumini	Bagian Produksi
Desiwarni	Bagian Produksi
Nurhayati	Bagian Produksi
Rizka Ramadhani	Bagian Pengemasan
Iwan	Bagian Pembelian Talas

**Tabel 4. 7**  
**Biaya Tenaga Kerja**  
**Usaha Keripik Talas Dessy**  
**Juni 2025**

No	Jenis Produk	Jumlah Produk / Kg	Biaya Per Bulan
1	Keripik Talas	450	Rp 8.512.000
2	Serundeng Talas	100	Rp 2.128.000
	<b>Total</b>	550	Rp 10.640.000

Sumber: *Pemilik Usaha 2025*

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa total biaya tenaga kerja yang dikeluarkan oleh ibuk Dessy selaku pemilik Usaha Keripik Talas mengeluarkan biaya tenaga kerja selama bulan Juni

2025 adalah sebesar Rp 10.640.000 dengan jumlah produksi selama sebulan sebanyak 550 kg.

### 3) Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik adalah mencakup semua biaya produksi yang tidak dapat secara langsung dialokasikan ke produk secara spesifik. Biaya overhead pabrik meliputi biaya bahan bakar, listrik, penyusutan mesin, gaji petugas pabrik, dan biaya pemeliharaan pabrik (Rizal, 2024). Pada usaha keripik biaya overhead pabrik yang dikeluarkan selama bulan Juni 2025 disajikan dalam tabel berikut ini:

**Tabel 4. 8**  
**Biaya Overhead Pabrik**  
**Usaha Keripik Talas Dessy**  
**Juni 2025**

<b>Biaya Overhead Pabrik</b>	<b>Keripik Talas</b>	<b>Serundeng Talas</b>	<b>Total</b>
Upah Tenaga Kerja Tidak Langsung (Bagian Pembelian Bahan Baku)	Rp 654.545	Rp 145.455	Rp 800.000
Plastik Kemasan	Rp 327.273	Rp 72.727	Rp 400.000
Label Produk	Rp 613.636	Rp 136.364	Rp 750.000
Biaya Listrik	Rp 204.545	Rp 45.455	Rp 250.000
Biaya Air	Rp 163.636	Rp 36.364	Rp 200.000
Biaya Telepon	Rp 81.818	Rp 18.182	Rp 100.000
Biaya Penyusutan Timbangan digital	Rp 11.250	Rp 2.500	Rp 13.750
Biaya Penyusutan Bangunan	Rp 511.364	Rp 113.636	Rp 625.000

Sumber: *Data Diolah 2025*

#### 4) Biaya Penyusutan Aset Tetap

Usaha keripik talas Dessy melakukan penyusutan aset tetap menggunakan metode garis lurus. Beberapa aset tetap yang memerlukan penyusutan yaitu timbangan digital. Jika menggunakan metode garis lurus perhitungannya adalah sebagai berikut:

##### a) Timbangan Digital (2 unit)

Timbangan digunakan untuk mengukur berat produk baik produk keripik talas maupun serundeng talas. Keripik talas dijual ada yang kemasan 200 g, 400 g dan 1 kg jadi diperlukan timbangan untuk menimbang produk tersebut. Timbangan ini diperoleh pada tahun 2022. Berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2023 tentang Penyusutan Harta Berwujud, timbangan di golongan kedalam kelompok harta berwujud bukan bangunan kelompok I dengan masa manfaat selama 4 tahun dengan tarif penyusutan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) yaitu 25%. Perhitungan biaya penyusutan nya sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Biaya Penyusutan Timbangan} &= \text{Rp } 330.000 \text{ (2 unit)} = \text{Rp } 660.000 \\ &= \text{Rp } 660.000 \times 25 \% \\ &= \text{Rp } 165.000 / \text{tahun} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Biaya Penyusutan Timbangan} &= \text{Rp } 165.000 / 12 \text{ bulan} \\ &= \text{Rp } 13.750 / \text{bulan} \end{aligned}$$

##### b) Bangunan

Bangunan digunakan untuk memproduksi dan juga untuk menjual, memasarkan produk agar dapat ditata dengan baik. Bangunan juga perlu untuk dikeluarkan biaya penyusutannya. Bangunan diperoleh pada tahun 2011. Berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2023 tentang Penyusutan Harta Berwujud, bangunan di golongan kedalam kelompok harta berwujud bangunan dengan masa

manfaat selama 20 tahun dengan tarif penyusutan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) yaitu 5%.

$$\begin{aligned} \text{Biaya Penyusutan Bangunan} &= \text{Rp } 150.000.000 \times 5 \% \\ &= \text{Rp } 7.500.000 / \text{tahun} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Biaya Penyusutan Bangunan} &= \text{Rp } 7.500.000 / 12 \text{ bulan} \\ &= \text{Rp } 625.000 / \text{bulan} \end{aligned}$$

### 3. Data Penjualan Keripik Talas Tahun 2024

Penjualan merupakan faktor utama yang menentukan tingkat pendapatan dan keuntungan dari suatu usaha. Dalam konteks analisis *Cost Volume Profit (CVP)*, data penjualan sangat berperan penting karena digunakan untuk menghitung margin kontribusi, titik impas (*Break Event Point*), serta dapat mencapai laba yang diharapkan. Oleh karena itu, sebelum melakukan analisis selanjutnya, maka perlu disajikan data penjualan pada keripik talas selama pada tahun 2024. Berdasarkan dengan wawancara dengan pemilik usaha, Ibuk Dessy, diperoleh informasi bahwa jumlah penjualan produk keripik talas dan serundeng talas mengalami fluktuasi di setiap bulannya. Fluktuasi tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya banyaknya permintaan pasar atau konsumen dan daya beli masyarakat serta hari-hari besar keagamaan, seperti Hari Raya Idul Fitri dan Hari Raya Idul Adha.

Usaha keripik talas Dessy, selama tahun 2025 (Januari sampai Juni) jumlah penjualan per bulan tidak sama, namun secara umum menunjukkan tren yang cukup stabil dengan kecenderungan peningkatan penjualan pada bulan-bulan tertentu. Berikut disajikan data volume penjualan keripik talas selama periode Januari hingga Juni pada tahun 2025 sebagai berikut:

**Tabel 4. 9**  
**Volume Penjualan Produk**  
**Usaha Keripik Talas Dessy**  
**Periode Tahun 2025 (Januari-Juni)**

Bulan	Penjualan / kg		Produksi / kg	
	Keripik Talas	Serundeng Talas	Keripik Talas	Serundeng Talas

Januari	280	75	280	75
Februari	360	85	360	85
Maret	520	100	520	100
April	550	150	550	150
Mei	350	85	350	85
Juni	450	100	450	100
<b>Total</b>	<b>2.510</b>	<b>595</b>	<b>2.510</b>	<b>595</b>
<b>Total Penjualan</b>	<b>3.105</b>		<b>3.105</b>	

Sumber: *Pemilik Usaha 2025*

**Tabel 4. 10**  
**Data Penjualan Produk**  
**Usaha Keripik Talas Dessy**  
**Periode Tahun 2025 (Januari-Juni)**

No	Jenis Produk	Jumlah Produksi	Harga / Kg	Total
1	Keripik Talas	2.510	Rp 55.000	Rp 138.050.000
2	Serundeng Talas	595	Rp 65.000	Rp 38.675.000
	<b>Total Penjualan</b>	<b>3.105</b>		<b>Rp 176.725.000</b>

Sumber: *Data Diolah 2025*

**Tabel 4. 11**  
**Data Penjualan Produk**  
**Usaha Keripik Talas Dessy**  
**Periode Juni 2025**

No	Jenis Produk	Jumlah Produksi	Harga / Kg	Total Penjualan
1	Keripik Talas	450	Rp 55.000	Rp 24.750.000
2	Serundeng Talas	100	Rp 65.000	Rp 6.500.000
	<b>Total</b>	<b>550</b>		<b>Rp 31.250.000</b>

Sumber: *Pemilik Usaha 2025*

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa total penjualan pada tahun 2025 bulan Januari sampai bulan Juni adalah 3.105 kg. Dimana penjualan keripik talas dan serundeng talas, keripik talas penjualannya pada 6 bulan terakhir adalah sebanyak 2.510 kg, sedangkan pada serundeng talas lebih sedikit penjualannya dibandingkan dengan keripik talas yaitu sebanyak 595 kg. Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa penjualan keripik talas lebih banyak diproduksi setiap bulannya dibandingkan dengan serundeng talas. Dimana pada bulan Januari penjualan sebanyak 280 kg keripik talas dan 75 kg serundeng talas. Pada bulan Februari mengalami kenaikan penjualan yaitu sebesar 360 kg keripik talas, dan 85 serundeng talas kg, sedangkan pada bulan Maret penjualan keripik talas sebesar 520 kg, dan serundeng talas sebanyak 100 kg. Sedangkan pada bulan April, mengalami peningkatan yang signifikan dengan penjualan 550 kg keripik talas, dan 150 kg serundeng talas karena pada bulan April 2025 adalah peringatan hari besar Islam yaitu hari Raya Idul Fitri sehingga permintaan dari konsumen lebih besar dan lebih banyak dari pada bulan lainnya.

Bulan Mei penjualan keripik talas sebanyak 350 kg dan serundeng talas adalah 85 kg sedangkan pada bulan Juni penjumlahan juga naik, karena hari raya Idul Adha yaitu sebanyak 450 kg keripik talas dan 100 kg serundeng talas. Sehingga total penjualan tahun 2025 pada bulan Januari

sampai bulan Juni adalah sebanyak 3.105 kg dengan 2.510 penjualan keripik talas dan 595 kg serundeng talas. Keripik talas di jual dengan harga Rp 55.000 per kilo, sedangkan serundeng talas di jual dengan harga Rp 65.000 per kilo. Selama bulan Januari sampai bulan Juni 2025 penjualan keripik talas sebanyak 2.510 kg dengan harga Rp 55.000 sehingga penjualan pada Bulan Januari-Juni adalah sebesar Rp 138.050.000, sedangkan produksi serundeng talas 595 kg dengan harga Rp 65.000 sehingga total penjualan serundeng talas adalah Rp 38.675.000. Total penjualan kedua produk adalah Rp 176.725.000.

**Tabel 4. 12**  
**Laporan Laba Rugi**  
**Produk Keripik Talas**  
**Usaha Keripik Talas Dessy**  
**Periode Juni 2025**

Penjualan 450 kg (450 x Rp 55.000)	<b>Rp 24.750.000</b>
(-) Biaya Variabel (450 x Rp 47.192)	Rp 21.236.400
<b>Margin Kontribusi</b>	<b>Rp 3.513.600</b>
(-) Biaya Tetap	Rp 522.614
<b>Laba Bersih</b>	<b>Rp 2.990.986</b>

Sumber: *Data Diolah 2025*

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa laporan laba rugi pada usaha keripik talas Dessy penjualan produk keripik talas selama bulan Juni 2025 adalah 450 kg dengan harga penjualan sebesar Rp 55.000 sehingga diperoleh penjualan Rp 24.750.000 dengan laba bersih sebesar Rp 2.990.986. Laba bersih diperoleh dari penjualan dikurangi biaya variabel dan diperoleh margin kontribusi lalu dikurangi dengan biaya tetap sehingga diperoleh laba bersih.

**Tabel 4. 13**  
**Laporan Laba Rugi**  
**Produk Serundeng Talas**  
**Usaha Keripik Talas Dessy**  
**Periode Juni 2025**

Penjualan 100 kg (100 x Rp 65.000)	<b>Rp 6.500.000</b>
(-) Biaya Variabel (100 x Rp 51.192)	Rp 5.119.200
<b>Margin Kontribusi</b>	<b>Rp 1.380.800</b>
(-) Biaya Tetap	Rp 116.136
<b>Laba Bersih</b>	<b>Rp 1.264.664</b>

Sumber: *Data Diolah 2025*

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa laporan laba rugi pada usaha keripik talas Dessy penjualan produk serundeng talas selama bulan Juni 2025 adalah 100 kg dengan harga penjualan sebesar Rp 65.000 sehingga diperoleh penjualan Rp 6.500.000 dengan laba bersih sebesar Rp 1.264.664. Laba bersih diperoleh dari penjualan dikurangi biaya variabel dan diperoleh margin kontribusi lalu dikurangi dengan biaya tetap.

#### 4. Menghitung Harga Pokok Produksi

Harga Pokok Produksi (HPP) merupakan salah satu komponen penting dalam akuntansi biaya yang mencerminkan total biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan satu satuan produk. Harga Pokok Produksi (HPP) digunakan sebagai dasar untuk penentuan harga jual produk, perhitungan margin kontribusi, analisis *Break Event Point* (BEP), dan perencanaan laba untuk menganalisis *Cost Volume Profit* (CVP).

Dalam usaha keripik talas Dessy, perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) dilakukan untuk dua jenis produk yaitu, produk keripik talas dan serundeng talas, berdasarkan data pada bulan Juni 2025. Perhitungan harga pokok produksi pada usaha keripik talas Dessy dapat menggunakan rumus yaitu sebagai berikut:

$$\text{HPP} = \frac{\text{Total Biaya Produksi}}{\text{Jumlah produksi dalam kg}}$$

## a. Keripik Talas

$$\begin{aligned} \text{HPP} &= \frac{\text{Total Biaya Produksi}}{\text{Jumlah produksi dalam kg}} \\ &= \frac{\text{Rp 21.758.931}}{450 \text{ kg}} \\ &= \text{Rp 48.353 per kg} \end{aligned}$$

## b. Serundeng Talas

$$\begin{aligned} \text{HPP} &= \frac{\text{Total Biaya Produksi}}{\text{Jumlah produksi dalam kg}} \\ &= \frac{\text{Rp 5.235.319}}{100 \text{ kg}} \\ &= \text{Rp 52.353 per kg} \end{aligned}$$

**Tabel 4. 14**  
**Data Produksi**  
**Usaha Keripik Talas Dessy**  
**Periode Juni 2025**

<b>Jenis Produk</b>	<b>Produk (kg)</b>	<b>Total Biaya Produksi</b>	<b>HPP</b>
Keripik Talas	450	Rp 21.758.931	Rp 48.353
Serundeng Talas	100	Rp 5.235.319	Rp 52.353

Sumber: *Data Diolah 2025*

Berdasarkan hasil perhitungan harga pokok produksi pada bulan Juni 2025, dapat diketahui bahwa usaha keripik talas Dessy menghasilkan dua jenis produk, yaitu keripik talas dan serundeng talas. Total biaya produksi untuk produk keripik talas adalah Rp 21.758.931 dengan volume produksi 450 kg dengan menghasilkan HPP sebesar Rp 48.353 per kg. Sementara itu, untuk produk serundeng talas memiliki total biaya produksi Rp 5.235.319 dengan volume penjualan sebesar 100 kg, maka harga pokok produksi adalah Rp 52.353 per kilo. Perbedaan HPP ini disebabkan oleh variasi dalam komposisi bahan baku, tenaga kerja langsung, serta penggunaan overhead pabrik oleh masing-masing produk. Nilai HPP ini menjadi dasar penting dalam penentuan harga jual, margin kontribusi,

serta analisis profitabilitas usaha dengan menggunakan pendekatan Cost Volume Profit (CVP).

### 5. Menghitung Margin Kontribusi

Margin kontribusi merupakan selisih antara harga jual per unit dengan biaya variabel per unit. Nilai ini menunjukkan seberapa besar kontribusi setiap unit produk terhadap penutupan biaya tetap dan laba usaha. Semakin besar margin kontribusi, maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba. Pada usaha keripik talas Dessy, produk yang di produksi yaitu keripik talas dan serundeng talas. Perhitungan margin kontribusi untuk masing-masing produksi dapat dihitung berdasarkan rumus:

a. Margin Kontribusi = Penjualan – Biaya Variabel

1) Keripik Talas

Margin kontribusi = Penjualan – Biaya Variabel

Margin kontribusi = Rp 24.750.000 – Rp 21.236.400  
= Rp 3.513.600

2) Serundeng Talas

Margin kontribusi = Penjualan – Biaya Variabel

Margin kontribusi = Rp 6.500.000 – Rp 5.119.200  
= Rp 1.380.800

b. Margin Kontribusi per kg = Harga jual per kg – Biaya Variabel kg

1) Keripik Talas

MK Per kg = Rp 55.000 – Rp 47.192 = Rp 7.808

2) Serundeng Talas

MK Per kg = Rp 65.000 – Rp 51.192 = Rp 13.808

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

1) Keripik Talas

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

$$= \frac{\text{Rp } 3.513.600}{\text{Rp } 24.750.000} \times 100 \% \\ = 14,19 \%$$

## 2) Serundeng Talas

$$\text{Rasio MK} = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Penjualan}} \times 100 \% \\ = \frac{\text{Rp } 1.380.800}{\text{Rp } 6.500.000} \times 100 \% \\ = 21,24 \%$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka margin kontribusi pada usaha keripik talas Dessy untuk produk keripik talas adalah Rp 3.513.600 dengan rasio 14,19 % dan untuk serundeng talas adalah Rp Rp 1.380.800 dengan rasio 21,24 %.

## 6. Menghitung Break Event Point

*Break Event Point* (titik impas) adalah titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya, sehingga tidak ada keuntungan maupun kerugian. *Break Event Point* membantu pemilik usaha mengetahui minimum jumlah produk yang harus di jual agar tidak merugi. Setelah titik ini terlampaui, setiap penjualan akan memberikan keuntungan. Analisis BEP juga diperlukan bagi usaha keripik Talas Dessy untuk mengetahui jumlah minimum produk yang harus di jual agar tidak rugi, sehingga dapat digunakan BEP unit produk dan BEP rupiah.

Pada analisis *Break Event Point* (BEP) bauran digunakan untuk mengetahui jumlah penjualan gabungan dari dua produk, yaitu jenis produk keripik talas dan serundeng talas, yang harus dicapai agar usaha tidak mengalami laba atau rugi, perhitungan BEP bauran dengan cara penjualan pada bulan Juni 2025 adalah sebanyak 450 kg keripik talas dan 100 kg untuk produk serundeng talas, perhitungannya sebagai berikut:

### a. Proporsi bauran berdasarkan unit (kg)

Persentase produk dapat dihitung menggunakan rumus:

$$\text{Persentase produk} = \frac{\text{Unit Produksi A}}{\text{Total penjualan semua produk}} \times 100\%$$

$$1) \text{ Keripik Talas} = \frac{450}{550} \times 100\% = 81,82\%$$

$$2) \text{ Serundeng talas} = \frac{100}{550} \times 100\% = 18,18\%$$

b. Proporsi Bauran berdasarkan nilai penjualan (Rp)

$$1) \text{ Keripik Talas} = \frac{\text{Rp } 24.750.000}{\text{Rp } 31.250.000} \times 100\% = 79,2\%$$

$$2) \text{ Serundeng Talas} = \frac{\text{Rp } 6.500.000}{\text{Rp } 31.250.000} \times 100\% = 20,8\%$$

c. Rumus BEP dalam kg

$$= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Contribution Margin Per unit}}$$

1) Keripik Talas

$$= \frac{\text{Rp } 638.750}{\text{Rp } 7.808} = 82 \text{ kg (dibulatkan)}$$

2) Serundeng Talas

$$= \frac{\text{Rp } 638.750}{\text{Rp } 13.808} = 46 \text{ kg (dibulatkan)}$$

**Tabel 4. 15**  
**BEP Bauran**  
**Usaha Keripik Talas Dessy**  
**Periode Juni 2025**

<b>Keterangan</b>	<b>Keripik Talas</b>	<b>Serundeng Talas</b>	<b>Total</b>
Harga jual / Kg	Rp 55.000	Rp 65.000	
Biaya Variabel / Kg	Rp 47.192	Rp 51.192	
Margin Kontribusi / Kg	Rp 7.808	Rp 13.808	
Proporsi Penjualan	81,82%	18,18%	100 %
Total Biaya Tetap	Rp 522.614	Rp 116.136	Rp 638.750
BEP Total (kg)	82	46	128
Pendapatan BEP	Rp 4.510.000	Rp 2.990.000	Rp 7.500.000

Sumber: *Data Diolah 2025*

**Tabel 4. 16**  
**Pendapatan Pada BEP Bauran**  
**Usaha Keripik Talas Dessy**  
**Periode Juni 2025**

<b>Jenis Produk</b>	<b>BEP Unit (Kg)</b>	<b>Harga Jual /Kg</b>	<b>Pendapatan BEP Bauran</b>
Keripik Talas	82 kg	Rp 55.000	Rp 4.510.000
Serundeng Talas	46 kg	Rp 65.000	Rp 2.990.000
<b>Total</b>	<b>128 kg</b>		<b>Rp 7.500.000</b>

Sumber: *Data Diolah 2025*

Pada tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa untuk mencapai titik impas, usaha keripik talas Dessy harus menjual 128 kg keripik talas dengan harga jual Rp 55.000 per kilo, sedangkan untuk serundeng talas adalah 46 kg dengan harga jual Rp 65.000 per kg dengan total 128 kg campuran dengan total pendapatan Rp 7.500.000.

Menghitung Titik Impas dapat menggunakan rumus:

a. BEP per Rupiah

$$\text{BEP per Rupiah} = \text{Harga jual / kg} \times \text{proporsi per produk}$$

1) Keripik Talas

$$\begin{aligned} \text{BEP per Rupiah} &= \text{Harga jual / kg} \times \text{proporsi per produk} \\ &= \text{Rp } 55.000 \times 81,82\% \\ &= \text{Rp } 45.001 \end{aligned}$$

2) Serundeng Talas

$$\begin{aligned} \text{BEP per Rupiah} &= \text{Harga jual / kg} \times \text{proporsi per produk} \\ &= \text{Rp } 65.000 \times 18,18\% \\ &= \text{Rp } 11.817 \end{aligned}$$

$$\text{Harga jual rata-rata} = \text{Rp } 56.818$$

Berdasarkan perhitungan BEP untuk masing-masing produk diatas, data penjualan pada bulan Juni 2025, dengan volume penjualan keripik talas normal sebesar 450 kg dan serundeng talas sebesar 100 kg. Sehingga total penjualan mencapai 550 kg untuk kedua jenis produk. Dengan

demikian, proporsi penjualan masing-masing produk adalah 81,82% untuk keripik talas dan 18,18% untuk serundeng talas. Harga jual keripik talas adalah Rp 55.000 per kilonya dengan biaya variabel Rp 47.192 per kg, sehingga menghasilkan margin kontribusi sebesar Rp 7.808 per kg. Sementara itu, harga jual serundeng talas adalah Rp 65.000 per kilonya dan biaya variabel Rp Rp 51.192 per kilo, sehingga menghasilkan margin kontribusi sebesar Rp 13.808 per kilo.

Dengan menghitung margin kontribusi tertimbang berdasarkan proporsi penjualan, diperoleh, margin kontribusi rata-rata sebesar Rp 8.899. Selanjutnya, untuk total biaya tetap pada usaha tersebut sebesar Rp 638.750 yang dibagi dengan margin kontribusi tertimbang, sehingga diperoleh Break Event Point campuran sebanyak 128 kg, dengan penjualan keripik talas sebanyak 82 kg sedangkan untuk serundeng talas adalah sebanyak 46 kg.

**Tabel 4. 17**  
**Laporan Laba Rugi dalam BEP Keripik Talas**  
**Usaha Keripik Talas Dessy Padang Panjang**

Penjualan 82 kg x 55.000	Rp 4.510.000
Biaya Variabel 82 x Rp 47.192	Rp 3.869.744
Margin Kontribusi	Rp 640.256
Biaya Tetap	Rp 522.614
Laba / Rugi	Rp 117.642

Sumber: *Data Diolah 2025*

**Tabel 4. 18**  
**Laporan Laba Rugi dalam BEP Serundeng Talas**  
**Usaha Keripik Talas Dessy Padang Panjang**

Penjualan 46 kg x 65.000	Rp 2.990.000
Biaya Variabel 46 x Rp 51.192	Rp 2.354.832
Margin Kontribusi	Rp 635.168
Biaya Tetap	Rp 116.136
Laba / Rugi	Rp 519.032

Berdasarkan hasil perhitungan titik impas (Break Event Point) bauran, diperoleh jumlah penjualan minimum gabungan dari dua jenis produk yang dihasilkan oleh Usaha Keripik Talas Dessy Padang Panjang, yaitu keripik talas dan serundeng talas, yang harus dicapai agar usaha tidak mengalami kerugian. Titik impas merupakan kondisi dimana jumlah pendapatan yang diperoleh sama besarnya dengan total biaya yang dikeluarkan, baik biaya tetap maupun biaya variabel, sehingga laba yang diperoleh sama dengan nol.

Dari hasil perhitungan, diketahui bahwa penjualan sebesar 59 kg keripik talas dan 13 kg serundeng talas akan menghasilkan pendapatan total sebesar Rp 7.500.000. Jumlah tersebut sesuai dengan hasil perhitungan BEP Bauran yang telah dihitung menggunakan margin kontribusi berdasarkan proporsi penjualan yaitu sebesar 81,82 % untuk proporsi keripik talas dan 18,18 % untuk proporsi serundeng talas. Pada kondisi ini, yang berarti bahwa usaha keripik talas Dessy berada dalam posisi hampir impas atau laba yang sangat kecil.

Dilihat dari penjualan keripik talas yang memberikan kontribusi volume penjualan yang sangat besar, yaitu sebesar 82 kg atau 81,82%. Meskipun demikian margin kontribusi per kilogram keripik talas relatif lebih tinggi dibandingkan dengan serundeng talas, yaitu sebesar Rp 640.256 per kg. Sebaliknya, serundeng talas memiliki volume penjualan yang lebih kecil, yaitu hanya 46 kg atau 18,18% dari total penjualan, dengan pendapatan hanya Rp 2.990.000. Namun, margin kontribusi per kilogram serundeng talas lebih rendah dibandingkan keripik talas yaitu Rp 635.168 per kg. Kondisi ini menunjukkan bahwa dalam usaha dengan lebih satu produk, perhitungan titik impas harus mempertimbangkan margin kontribusi tertimbang yang didasarkan pada proporsi penjualan pada masing-masing produk. Tanpa mempertimbangkan proporsi tersebut perhitungan titik impas dapat menjadi tidak akurat.

## 7. Menghitung Margin of Safety dan rasio margin of safety

Margin of Safety (MOS) adalah selisih antara penjualan aktual dengan penjualan pada titik impas (Break event point). Margin digunakan untuk mengukur seberapa besar penurunan yang masih dapat ditoleransi atau di tutupi tanpa menimbulkan kerugian. Semakin besar nilai yang dihasilkan margin kontribusi, maka semakin aman posisi keuangan perusahaan terhadap kemungkinan penurunan pendapatan. Total penjualan normal pada usaha keripik talas Dessy untuk produk keripik talas adalah 450 dengan harga jual Rp 55.000 per kg sehingga total penjualan normalnya adalah Rp 24.750.000, sedangkan untuk penjualan serundeng talas penjualan normalnya adalah 100 kg dengan harga jual Rp 65.000 dengan total pendapatan normalnya adalah Rp 6.500.000.

Menghitung margin of safety dapat menggunakan rumus:

$$1) \text{ MOS (Rp)} = \text{Total Penjualan} - \text{Penjualan pada titik impas}$$

$$2) \text{ Rasio MOS} = \frac{\text{margin of safety}}{\text{total penjualan}} \times 100 \%$$

$$3) \text{ MOS (Kg)} = \frac{\text{Total Penjualan Normal} - \text{Penjualan Titik Impas}}{\text{Harga Jual Per Kg}}$$

### a) Keripik Talas

$$\begin{aligned} \text{MOS} &= \text{Total Penjualan} - \text{BEP rupiah} \\ &= \text{Rp } 24.750.000 - \text{Rp } 4.510.000 \\ &= \text{Rp } 20.240.000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Rasio MOS} &= \frac{\text{Rp } 20.240.000}{\text{Rp } 24.750.000} \times 100 \% \\ &= 81,77 \% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{MOS (kg)} &= \frac{\text{Total Penjualan Normal} - \text{Penjualan Titik Impas}}{\text{Harga Jual Per Kg}} \\ &= \frac{\text{Rp } 24.750.000 - \text{Rp } 20.240.000}{\text{Rp } 55.000 \text{ Per Kg}} \\ &= 82 \text{ kg} \end{aligned}$$

### b) Serundeng Talas

$$\begin{aligned} \text{MOS} &= \text{Total Penjualan} - \text{BEP rupiah} \\ &= \text{Rp } 6.500.000 - \text{Rp } 2.990.000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 &= \text{Rp } 3.510.000 \\
 \text{Rasio MOS} &= \frac{\text{Rp } 3.510.000}{\text{Rp } 6.500.000} \times 100 \% \\
 &= 54 \% \\
 \text{MOS (kg)} &= \frac{\text{Total Penjualan Normal} - \text{Penjualan Titik Impas}}{\text{Harga Jual Per Kg}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 6.500.000 - \text{Rp. } 3.510.000}{\text{Rp } 65.000 \text{ Per Kg}} \\
 &= 46 \text{ kg}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan Margin Of Safety / Batas Keamanan (MOS) diatas, maka dapat diketahui bahwa Margin of Safety pada produk keripik talas adalah Rp 20.240.000 atau diatas titik impas, sedangkan untuk serundeng talas adalah Rp 3.510.000. Hal ini menunjukkan bahwa usaha dalam posisi aman secara keuangan, karena penjualan saat ini memberikan ruang yang cukup besar terhadap kemungkinan penurunan penjualan sebelum mengalami kerugian.

#### **8. Menghitung volume penjualan untuk target laba (unit)**

Target laba adalah keuntungan yang ingin diperoleh oleh perusahaan atau pelaku usaha dalam jangka waktu tertentu. Penetapan target laba biaya mempertimbangan beberapa aspek, seperti laba tahun sebelumnya, kapasitas produksi, kondisi pasar, dan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan efisiensi biaya. Dalam konteks analisis *Cost Volume Profit* (CVP), target laba sangat penting untuk menghitung produk yang harus dijual agar target laba tersebut tercapai. Berdasarkan target laba yang diinginkan oleh ibuk Dessy selaku pemilik usaha keripik talas, target laba yang diinginkan oleh ibuk Dessy adalah 80 % dari laba yang ada, maka untuk perhitungannya sebagai berikut:

Laba yang diharapkan adalah  $80\% = 0,8$

Laba yang dihasilkan oleh usaha keripik talas Dessy dengan penjualan normal untuk keripik talas adalah Rp 2.990.986, perhitungannya sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 &= \text{Laba normal} \times (1 + \text{persentase kenaikan laba}) \\
 &= \text{Rp } 2.990.986 \times (1 + 80\%) \\
 &= \text{Rp } 2.990.986 \times 1,8 \\
 &= \text{Rp } 5.383.774
 \end{aligned}$$

Laba yang dihasilkan oleh usaha keripik talas Dessy dengan penjualan normal untuk serundeng talas adalah Rp 1.264.664, perhitungannya sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 &= \text{Laba normal} \times (1 + \text{persentase kenaikan laba}) \\
 &= \text{Rp } 1.264.664 \times (1 + 80\%) \\
 &= \text{Rp } 1.264.664 \times 1,8 \\
 &= \text{Rp } 2.276.395
 \end{aligned}$$

Setelah melakukan perhitungan untuk menargetkan laba yang ingin di capai di bulan selanjutnya dengan tingkat target laba sebesar 80 % dari laba yang ada. Laba yang diperoleh pada bulan Juni 2025 pada produk keripik talas adalah sebesar Rp 2.990.986 meningkat menjadi Rp 5.383.774. Sedangkan untuk produk serundeng talas yang awalnya laba yang diperoleh adalah Rp Rp 2.276.395, dengan adanya tingkat target laba sebesar 80% maka laba yang diperoleh juga naik sebesar Rp 2.276.395. Selanjutnya, yaitu analisis perencanaan laba dengan perhitungan sebagai berikut:

Volume penjualan untuk mencapai target laba dapat menggunakan rumus:

$$\text{Volume penjualan } kg = \frac{\text{Biaya tetap} + \text{laba yang diinginkan}}{\text{Margin kontribusi per } kg}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Keripik Talas} &= \frac{\text{Rp } 638.750 + \text{Rp } 5.383.774}{\text{Rp } 7.808} \\
 &= \frac{\text{Rp } 6.022.524}{\text{Rp } 7.808} \\
 &= 771,3 \text{ kg} = 771 \text{ kg (dibulatkan)} \\
 \text{Serundeng Talas} &= \frac{\text{Rp } 638.750 + \text{Rp } 2.276.395}{\text{Rp } 13.808}
 \end{aligned}$$

$$= \frac{\text{Rp } 2.915.145}{\text{Rp } 13.808}$$

$$= 211,1 \text{ kg} = 211 \text{ kg (dibulatkan)}$$

Penjualan untuk mencapai target laba untuk produk keripik talas adalah:

$$771 \text{ kg} \times \text{Rp } 55.000 = \text{Rp } 42.405.000$$

Penjualan untuk mencapai target laba untuk produk serundeng talas adalah:

$$211 \text{ kg} \times \text{Rp } 65.000 = \text{Rp } 13.715.000$$

Berdasarkan perhitungan diatas, untuk mencapai target laba sebesar 80% dari laba yang dicapai sebelumnya. Usaha keripik talas Dessy Padang Panjang harus menjual sebanyak 771 kg dengan harga jual untuk keripik talas adalah Rp 55.000 per kilonya, sehingga dengan penjualan tersebut, maka total penjualannya sebesar Rp 42.405.000. Sedangkan untuk produk serundeng talas harus menjual sebanyak 211 kg dengan harga produk Rp 65.000 per kilonya, sehingga penjualannya mencapai Rp 13.715.000, sehingga dengan penjualan tersebut maka dapat mencapai target laba yang diinginkan.

Berikut data laporan laba rugi operasional untuk peningkatan laba sebesar 80% dari laba yang ada.

**Tabel 4. 19**  
**Laporan Laba Rugi dalam BEP Serundeng Talas**  
**Usaha Keripik Talas Dessy Padang Panjang**

Keterangan	Produk	
	Keripik Talas	Serundeng Talas
Penjualan	Rp 42.405.000	Rp 13.715.000
Biaya Variabel	Rp 36.385.032	Rp 10.801.512
Contribution Margin	Rp 6.019.968	Rp 2.913.488
Biaya Tetap	Rp 522.614	Rp 116.136
Laba Bersih	Rp 5.497.354	Rp 2.797.352

Berdasarkan perhitungan diatas, diperoleh perencanaan laba untuk selanjutnya dengan target laba sebesar 80% dari laba yang ada sebelumnya. Berdasarkan perhitungan target laba sebelumnya, usaha keripik talas Dessy memperoleh laba sebesar sebesar Rp 5.497.354 untuk produk keripik talas, sedangkan untuk laba yang diinginkan untuk produk serundeng talas yaitu sebesar Rp 2.797.352.

**Tabel 4. 20**  
**Volume Penjualan Target**  
**Usaha Keripik Talas Dessy**

Produk	Volume Penjualan
Keripik Talas	771 kg
Serundeng Talas	211 kg
<b>Total</b>	<b>982 kg</b>

Sumber: *Data Diolah 2025*

Berdasarkan perhitungan diatas, untuk mencapai target laba pada usaha keripik talas Dessy dengan target laba sebesar 80% dari laba yang ada, maka volume penjualan yang harus di capai oleh usaha keripik talas Dessy adalah 982 kg. Dengan struktur biaya tetap, dengan keripik talas harus terjual sebanyak 771 kg sedangkan untuk produk serundeng talas adalah 221 kg. Total penjualan sebanyak 982 kg akan mencukupi untuk menutupi biaya tetap sebesar Rp 638.750 dan akan menghasilkan laba yang ditarget kan sebelumnya sebesar 80% dari laba sebelumnya.

## 9. Analisis Pembahasan

Berdasarkan perhitungan diatas, dapat disimpulkan sebagai berikut:

**Tabel 4. 21**  
**Hasil Penelitian**  
**Usaha Keripik Talas Dessy**

Keterangan	Jenis Produk	
	Keripik Talas	Serundeng Talas
Total Biaya Tetap	Rp 522.614	Rp 116.136
Total Biaya Variabel	Rp 21.236.317	Rp 5.119.183
Jumlah Kg	450 kg	100 kg

Biaya Variabel per Kg	Rp 47.192	Rp 51.192
Total Biaya Produksi	Rp 21.758.931	Rp 5.235.319
Total Penjualan	Rp 24.750.000	Rp 6.500.000
Harga Pokok Produksi	Rp 48.353	Rp 52.353
Margin Kontribusi	Rp 3.513.600	Rp 1.380.800
Margin Kontribusi Per Kg	Rp 7.808	Rp 13.808
Rasio Margin Kontribusi	14,19 %	21,24 %
BEP (Kg)	82	46
BEP (Rupiah)	Rp 4.510.000	Rp 2.990.000
MOS	Rp20.240.000	Rp 3.510.000
MOS (Kg)	82 kg	46 kg
Rasio MOS	81,77 %	54 %
Volume Penjualan Target Laba (Kg)	771 kg	211 kg
Volume Penjualan Target Laba (Rupiah)	Rp 42.405.000	Rp 13.715.000

Berdasarkan tabel hasil penelitian diatas, dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai kondisi keuangan dan kinerja usaha pada usaha keripik talas Dessy di Padang Panjang. Dari klasifikasi biaya yang dilakukan, maka usaha keripik talas Dessy dapat melihat pemisahan antara biaya tetap dan biaya variabel. Hal ini penting karena menjadi dasar dalam analisis Cost Volume Profit (CVP). Biaya yang besar dikeluarkan adalah biaya variabel, terutama dari bahan baku utama berupa talas, minyak goreng, serta bumbu-bumbu. Sedangkan untuk biaya tetap relatif lebih kecil seperti biaya penyusutan timbangan digital dan bangunan.

Selanjutnya, untuk laporan laba rugi menunjukkan bahwa usaha ini mampu menghasilkan laba bersih, yang menandakan bahwa pendapatan dari penjualan produk lebih tinggi dibandingkan dengan total biaya produksi dan operasional. Produk keripik talas memberikan kontribusi

terbesar terhadap pendapatan, sementara untuk produk serundeng talas meskipun kontribusinya lebih kecil tetap berperan dalam memperluas pasar. Analisis margin kontribusi memperlihatkan bahwa keripik talas memiliki margin kontribusi yang lebih besar dibandingkan serundeng talas. Hal ini menegaskan bahwa keripik talas menjadi produk yang paling diminati oleh konsumen. Dengan adanya margin kontribusi yang positif, usaha keripik talas Dessy ini dapat menutupi biaya tetap sekaligus dapat menghasilkan keuntungan.

Perhitungan Break Event Point (BEP) dapat memperlihatkan titik minimum penjualan yang harus dicapai agar usaha tidak mengalami kerugian. Hasil analisis menunjukkan bahwa penjualan telah melampaui BEP, sehingga usaha berada pada posisi aman. Hal ini diperkuat dengan margin of safety (MOS) yang cukup tinggi, dapat menandakan adanya ruang aman antara penjualan pada titik impas. Selain itu, analisis target laba menunjukkan bahwa dengan perencanaan produksi dan penjualan yang tepat, usaha keripik talas Dessy dapat mencapai target laba yang diharapkan dengan menyesuaikan volume penjualan produk. Hal ini merupakan bahwa keripik talas Dessy memiliki prospek yang baik untuk pengembangan usaha ke depan, dengan memperhatikan efisiensi biaya dan strategi. Secara keseluruhan bahwa usaha keripik talas Dessy ini sudah dalam kondisi keuangan yang sehat. Usaha tidak hanya mampu menutup seluruh biaya produksi dan biaya operasional, tetapi juga berpotensi meningkatkan laba dengan strategi pemasaran dan pengendalian biaya yang lebih efisien dan efektif.

#### **10. Hubungan antara Biaya, Volume Penjualan, dan Target Laba**

Biaya adalah pengorbanan sumber daya ekonomi yang diukur dalam satuan uang untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat dimasa sekarang maupun untuk masa depan. Dalam akuntansi biaya, biaya dapat dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tidak berubah meskipun volume produksi berubah, seperti biaya penyusutan

aset, seperti biaya penyusutan timbangan digital dan biaya penyusutan bangunan. Sedangkan biaya variabel adalah biaya yang berubah sebanding dengan jumlah produksi, jika volume produksi meningkat, maka biaya yang dikeluarkan juga meningkat, seperti biaya air, listrik dan biaya bahan baku.

Volume penjualan merupakan jumlah produk yang berhasil dijual dalam periode tertentu. Volume ini akan menentukan seberapa besar pendapatan yang diperoleh. Semakin meningkat volume penjualan, semakin besar pula margin kontribusi yang dapat digunakan untuk biaya tetap dan menghasilkan laba. Target laba adalah keuntungan yang diharapkan oleh usaha dalam periode tertentu. Target yang dihitung dengan memperhatikan margin kontribusi serta total biaya tetap yang harus ditutup.

Usaha keripik talas Dessy Padang Panjang, biaya variabel keripik talas adalah Rp 21.236.317 untuk memproduksi 450 kg, sedangkan dengan biaya tetap nya adalah Rp 522.614. Sementara biaya untuk memproduksi 100 kg serendeng talas membutuhkan biaya variabel sebesar Rp 5.119.183 dan biaya tetap Rp 116.136. Dari data perhitungan diatas dapat dilihat bahwa biaya yang paling besar dalam biaya usaha berasal dari biaya variabel, sehingga jumlah produksi sangat berpengaruh terhadap total biaya. Untuk penjualan keripik talas sebesar Rp 24.750.000 untuk penjualan sebanyak 450 kg dengan harga pokok produksi sebesar Rp 48.353 per kg. Sedangkan untuk penjualan serundeng talas adalah Rp 6.500.000 atau penjualan sebanyak 100 kg dengan harga pokok produksi Rp 52.353 per kg.

Dalam perhitungan tersebut, usaha yang telah melampaui penjualan di titik impas (BEP), yang berarti pendapatan sudah mampu menutupi total biaya. BEP untuk keripik talas mencapai 82 kg atau Rp 4.510.000), sedangkan untuk BEP serundeng talas tercapai sebanyak 46 kg (Rp 2.990.000). Penjuala untuk mencapai taget laba, keripik talas memerlukan volume penjualan sebanyak 771 kg dengan pendapatan sebesar Rp 42.

405.000, sedangkan untuk serundeng talas memerlukan 211 kg dengan penjuala. Namun untuk penjualan aktual (450 kg dan 100 kg), dimana berada dibawah target, sehingga laba yang dihasilkan belum mencapai target yang menguntungkan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan terhadap usaha keripik talas Dessy Padang Panjang, maka dapat disimpulkan bahwa:

##### **1. Struktur Biaya Usaha**

Usaha keripik talas Dessy memiliki dua komponen utama biaya yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap yang dibayarkan hanya biaya penyusutan aset. Total biaya tetap kedua produk untuk bulan Juni adalah Rp 638.750 yang terdiri dari biaya tetap untuk keripik talas adalah sebesar Rp 522.614 dan biaya untuk serundeng talas adalah Rp 116.136. Sedangkan biaya variabel terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya plastik kemasan, biaya minyak goreng, biaya transportasi, biaya gas, dan bumbu dengan total yang disesuaikan terhadap jumlah produksi. Jumlah biaya variabel untuk kedua produksi adalah Rp Rp 26.355.500 dengan biaya keripik talas adalah Rp 21.236.317 dan Rp 5.119.183 untuk serundeng talas.

##### **2. Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Margin Kontribusi**

Dari hasil perhitungan, diketahui bahwa harga pokok produksi per kg keripik talas adalah Rp 7.808 sedangkan untuk harga pokok produksi serundeng talas adalah Rp 13.808 per kg. Maka margin kontribusi untuk keripik talas adalah Rp 3.513.600 dengan harga jual Rp 55.000 per kilo. Sedangkan untuk margin kontribusi serundeng talas adalah Rp 1.380.800 dengan harga jual Rp 65.000 per kilo. Ini menunjukkan bahwa setiap penjualan memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap penutupan biaya tetap dan laba usaha.

##### **3. Break Event Point (BEP)**

Break Event Point (Titik Impas) dari usaha keripik talas Dessy adalah sebesar 82 kg, sedangkan untuk serundeng talas adalah 46 kg. Ini

berarti usaha keripik talas Dessy harus menjual minimal sebanyak 128 kg untuk kedua produk, untuk keripik talas sebanyak 82 kg keripik talas dan serundeng talas sebanyak 33 kg serundeng untuk menutupi seluruh biaya dan mencapai kondisi tidak laba maupun rugi.

#### 4. Margin Of Safety

Margin Of Safety dalam usaha keripik Talas Dessy adalah sebesar Rp 20.240.000 untuk keripik talas, sedangkan untuk serundeng talas adalah Rp 3.510.000 yang berarti menunjukkan bahwa penjualan saat ini jauh berada di atas titik impas, sehingga usaha berada dalam kondisi aman dari resiko kerugian akibat penurunan produk penjualan.

#### 5. Perencanaan Target Laba

Dalam hasil perhitungan, untuk mencapai target laba 80 %, maka volume penjualan untuk produk keripik talas adalah 771 kg keripik talas, sedangkan untuk serundeng talas adalah 211 kg dengan total sebanyak 982 kg.

### **B. Saran**

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, penulis memberikan beberapa saran yang dapat menjadikan masukan terhadap usaha keripik talas Dessy, yaitu sebagai berikut:

#### 1. Menetapkan Harga Jual Berdasarkan Analisis CVP

Disarankan agar pemilik usaha tidak hanya menetapkan harga jual berdasarkan intuisi atau harga di pasaran saja, melainkan juga mempertimbangkan analisis *Cost Volume Profit* (CVP) secara berkala supaya harga jual yang ditetapkan dapat mencerminkan biaya produksi dan margin keuntungan yang wajar.

#### 2. Melakukan Pencatatan Keuangan yang Sistematis

Usaha yang disarankan untuk menyusun laporan keuangan sederhana secara rutin untuk memudahkan analisis biaya, evaluasi kinerja usaha, serta merencanakan keuangan di masa yang akan datang.

### 3. Meningkatkan Efisiensi Produksi

Pemilik usaha agar dapat mempertimbangkan penggunaan alat produksi yang lebih efektif dan efisien atau manajemen tenaga kerja yang optimal agar dapat menekankan biaya variabel dalam meningkatkan margin kontribusi.

### 4. Mengembangkan Perencanaan Laba

Perencanaan laba yang efektif penting untuk merancang strategi dalam pertumbuhan usaha, seperti ekspansi pasar atau penambahan produk baru. Analisis *Cost Volume Profit* (CVP) yang dapat dijadikan sebagai alat bantu utama dalam proses perencanaan laba tersebut dan disarankan agar pemilik usaha dapat memanfaatkan media sosial dalam mengembangkan usahanya agar lebih efektif dalam menjangkau pasar dan mengelola usahanya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abror, Mohammad, Balqish, Alya Tamara, & Bastomi, Mohammad. (2023). Analisis Penerapan Cost Volume Profit (CVP) dalam penyusunan laba pada UMKM Kecap Manis 747. *Jurnal Manajemen, Ekonomi, Akuntansi Bisnis Digital Dan Kewirausahaan, Vol.1 No.2*.
- Abubakar. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Adisaputro. (2019). *Manajemen Pemasaran (Analisis untuk Perancangan Strategi Pemasaran)*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Arizal, Muhammad Fatqurrodji, AR, Moch Dzulkhirom, & Rahayu, Sri Mangesti. (2024). Analisis Cost Volume Profit Sebagai Dasar Perencanaan Penetapan Harga Jual dan Perencanaan Laba yang diharapkan (Study Pada Perusahaan Sumber Agung Kecamatan Sukun Kota Malang Periode 2013). *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.13No.1*.
- Dessy. (2025a). *Wawancara, 10 April*.
- Dessy. (2025b). *Wawancara 21 Juli*.
- Dewani, Shinta Laura, & dkk. (2024). *Manajemen Pemasaran*. Sukoharjo: CV. Pradina Pustaka Grup.
- Ghazali, Rosalina, Yanti, Darma, & Hari, Kurnia Krisna. (2020). *Modul Akuntansi Biaya*. Palembang.
- Hari, Kurnia Krisna, & dkk. (2023). *Akuntansi* (Rika Desiyanti, ed.). Padang: CV.Gita Lentera.
- Malau. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Manap, Abdul. (2024). *Manajemen Pemasaran*. Jawa Barat: PT.Kimhsafi Alung Cipta.
- Mega Rahmi, & dkk. (2024). *Akuntansi Manajemen*. Sada Kurnia Pustaka.
- Mulyadi. (2018). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: YKPN.
- Negara, Lembaran, & Indonesia, Republik. (2022). *Menteri Perindustrian Republik Indonesia Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2022 Tentang Dengan Rahmat Tuhan Yang Maha Esa Menter! Perindustrian Republik Indonesia , Menimbang Bahwa Proses Produksi Industri Produk Makanan R. 1–32*.
- Palupi, Yoppy, & Wulan, Elis Ratna. (2021). Analisis CVP (Cost Volume Profit) sebagai dasar perencanaan penjualan dan laba yang diharapkan pada PT. Mayora Indah Tbk. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Perbankan, Vol.15 No.*

- Purwaji, & dkk. (2018). *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Purwanti, Ari. (2023). *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Putra, Afdhal Chatra. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif Panduan Praktis untuk Analisis Data Kualitatif dan Studi Kasus*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rahmi, Fitria, Hafisyah, Dahar, Reni, & Yanti, Nino Sri Purnama. (2023). Analisis Cost Volume Profit (CVP) Dalam Perencanaan Laba pada UMKM Berkat Usaha. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas, Vol.25 No2*.
- Rizal, Dimas Mohamad. (2024). *Pengantar Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Santosa, & dkk. (2024). *Buku Ajar Ekonomi Teknik*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Sholihah, Nuro, & Jailani, Huzain. (2023). Analisis Cost Volume Profit dalam Menentukan Harga Jual Pada Restoran Sushi Syakira Sekarteja. *Jurnal Pendidikan, Ekonomi, Dan Bisnis, Vol.8 No.1*.
- Suartini, Sri, & dkk. (2024). *Akuntansi Manajemen*. Jawa Barat: CV. Mega Press Nusantara.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tumurang, Marjes. (2023). *Metodologi Penelitian* (La Ode Alifariki, ed.). Jawa Tengah: PT. Media Pustaka Indo.
- Winanto, Ahmad, & dkk. (2024). *Buku Ajar Akuntansi Manajemen*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.