



Volume 27 No 2, Juli 2025

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas

Dari Manual ke Strategis: Penerapan Analisis CVP dalam Pengambilan Keputusan Laba UMKM Tempe Big Family

Nino Sri Purnama Yanti¹, Gita Natalia² Reni Dahar³ Fitria Rahmi⁴

Universitas Dharma Andalas Padang, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

email : ninosripurnama@gmail.com¹ gitanatalia262@gmail.com² reni.d@unidha.ac.id³
fitriarahmi@unidha.ac.id⁴

Abstract

UMKM Pabrik Tempe Big Family is one of the micro enterprises that plays an important role in driving the local economy in Padang City. Throughout its business operations, profit calculations have been carried out manually without the use of a structured analytical approach. This study aims to apply Cost-Volume-Profit (CVP) analysis as a tool to support better and more strategic profit planning. The analysis methods include the break-even point (BEP), margin of safety, and the calculation of required sales to achieve the targeted profit. Based on operational data from January to May 2025, the break-even sales point was found to be IDR 86.927.766, with a margin of safety of IDR 87.384.734 or 50,13%. To achieve a 35% profit target over the next five months, the business must generate sales of IDR 199.906.799, which would result in a profit of IDR 63.890.750. These results demonstrate that the use of CVP analysis can serve as an effective foundation for financial planning and help business owners set measurable and achievable profit goals.

Keywords: Micro, Smal and Medium Enteprose, Cost-Volume-Profit (CVP), Break-Even Point (BEP), Margin of Safety, Profit Target

Abstrak

UMKM Pabrik Tempe Big family merupakan salah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang turut berperan sebagai penggerak ekonomi di Kota Padang. selama menjalankan usahanya, perhitungan laba masih dilakukan secara manual tanpa menggunakan pendekatan analisis yang sistematis. Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan analisis *Cost Volume Profit (CVP)* sebagai alat bantu dalam perencanaan laba yang lebih terarah dan strategis. Metode yang digunakan meliputi analisis *Break Even Point (BEP)*, *Margin of Safety*, dan juga perhitungan penjualan yang dibutuhkan untuk mencapai target laba. Berdasarkan data operasional bulan Januari hingga Mei 2025, diperoleh hasil bahwa titik impas penjualan berada pada angka Rp86.927.766, dengan margin of safety sebesar Rp87.384.734 atau 50,13%. Untuk mencapai target laba sebesar 35% dalam lima bulan ke depan, UMKM ini harus memperoleh penjualan sebesar Rp199.906.799,- yang akan menghasilkan laba sebesar Rp63.890.750,-. Hasil ini menunjukkan bahwa penerapan analisis CVP dapat menjadi dasar perencanaan keuangan yang lebih efisien dan membantu pemilik usaha dalam menetapkan strategi pencapaian laba secara terukur.

Kata kunci: Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), Cost Volume Profit (CVP), Break Event Point (BEP), Margin Of Safety, Target Laba.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi yang menerapkan perencanaan strategis untuk mengatasi berbagai permasalahan ekonomi, khususnya dalam upaya menurunkan tingkat kemiskinan dan pengangguran. UMKM tidak hanya berperan sebagai pelaku aktivitas ekonomi, tetapi juga memiliki peranan penting dalam perencanaan pembangunan strategis yang berbasis pada analisis kondisi sosial dan ekonomi masyarakat secara menyeluruh. Keberadaannya diyakini memiliki potensi besar dalam menyerap tenaga kerja melalui penciptaan lapangan pekerjaan baru. Di samping itu, sektor UMKM menunjukkan tingkat ketahanan fleksibilitas yang lebih tinggi dalam menghadapi krisis ekonomi dibandingkan dengan perusahaan besar. UMKM berperan sebagai salah satu pilar utama dalam pembangunan ekonomi dan pertumbuhan nasional, sekaligus menjadi solusi strategis terhadap permasalahan ketenagakerjaan. Dengan mempertimbangkan hal tersebut, pemerintah diharapkan dapat terus menjalankan perannya sebagai penggerak utama dalam pengembangan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Jumlah UMKM yang terus mengalami peningkatan setiap tahunnya menjadikan sektor ini sebagai bentuk usaha yang dapat ditemui hampir di seluruh wilayah, baik di dalam maupun luar negeri. Perkembangan UMKM yang berlangsung secara bertahap bertujuan untuk meningkatkan tingkat persaingan antar pelaku usaha, yang pada akhirnya mendorong UMKM untuk terus meningkatkan kualitas produk agar mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Setiap entitas usaha memiliki tujuan yang berbeda-beda, tergantung pada preferensi serta visi dari pemiliknya. Namun secara umum, tujuan utama dari

aktivitas bisnis adalah memaksimalkan keuntungan melalui penjualan barang atau jasa kepada konsumen (Rika & Widianita, 2023).

Pesatnya perkembangan dunia usaha, baik dalam skala kecil maupun besar, mencerminkan bahwa tujuan utama dari penelitian terhadap suatu entitas bisnis adalah untuk memperkuat prosedur operasional yang jelas, terarah, dan terorganisir. Laba merupakan salah satu indikator penting yang tidak hanya mencerminkan keberhasilan finansial, tetapi juga berperan dalam meningkatkan kualitas serta keberlanjutan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu praktik manajerial yang harus diterapkan secara konsisten dalam pengelolaan UMKM adalah perencanaan yang matang. Perencanaan berfungsi sebagai instrumen strategis dalam mendukung kelancaran operasional usaha, meningkatkan efisiensi produksi, serta menghasilkan produk yang berkualitas dan mampu bersaing di pasar. Oleh karena itu, perhatian terhadap aktivitas perencanaan laba menjadi elemen penting dalam mencapai tujuan usaha secara menyeluruh dan berkelanjutan.

Dasar dari pengembangan rencana strategis yang mendukung keberhasilan suatu bisnis adalah perencanaan laba. Salah satu metode yang efektif dan sering digunakan dalam penelitian mengenai laba adalah analisis *Cost Volume Profit (CVP)*. Analisis ini digunakan untuk mengkaji hubungan antara harga jual, volume produksi atau penjualan, dan laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Menurut Garrison, Noreen, dan Brewer (2017), perencanaan laba dilakukan oleh perusahaan untuk memaksimalkan jumlah laba yang dibutuhkan berdasarkan ketentuan kerja yang telah ditetapkan sebelumnya. Hal ini umumnya dijelaskan melalui contoh-contoh keuangan seperti laporan laba

rugi, neraca, arus kas, serta perubahan dalam prosedur kerja, yang semuanya berkaitan dengan pentingnya perencanaan dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Terdapat tiga faktor utama yang memengaruhi laba perusahaan, yaitu harga pokok, harga jual, serta volume penjualan dan produksi. Oleh karena itu, Perusahaan harus mengurangi pengeluaran dan meningkatkan penjualan, karena kedua faktor tersebut sangat mempengaruhi tingkat profitabilitas. Sehingga, manajemen dapat meningkatkan efisiensi operasional yang akhirnya mendukung pertumbuhan perusahaan.

Analisis *Cost Volume Profit* (CVP) merupakan salah satu teknik analisis yang paling penting dalam akuntansi manajerial. Pendekatan ini digunakan untuk memahami fluktuasi harga, volume produksi atau penjualan, serta struktur harga dalam kaitannya dengan ambang batas profitabilitas perusahaan. Evaluasi terhadap laba dilakukan dengan membandingkan seluruh penerimaan yang diperoleh dengan total pengeluaran yang dikeluarkan. Hubungan antara harga jual, jumlah penjualan, biaya tetap, biaya variabel, dan laba dapat diidentifikasi secara jelas melalui analisis ini. Oleh karena itu, manajer dapat memanfaatkan informasi ini untuk merumuskan strategi penetapan harga, menghitung biaya tetap, serta menyusun keputusan operasional yang lebih efisien dan akurat (Mowen, 2019:250). Sangat penting bagi suatu usaha untuk memahami berapa besar biaya yang dibutuhkan untuk memproduksi suatu produk, berapa biaya yang diperlukan untuk menjualnya, serta berapa jumlah unit yang harus dijual. Oleh karena itu, diperlukan analisis yang mendalam terhadap biaya produksi, harga jual, dan volume penjualan. Analisis ini menjadi krusial agar UMKM dapat tetap unggul dalam persaingan serta

menentukan jumlah penjualan yang mampu mencapai laba yang diharapkan tanpa menurunkan kualitas produk.

Analisis *Cost Volume Profit* (CVP) dapat dilakukan melalui beberapa tahapan analitis. 1) Menurut Mowen (2019:160), alat utama dalam analisis *Cost Volume Profit* (CVP) adalah analisis *Break Even Point* (BEP), yang juga dikenal sebagai analisis titik impas. Teknik ini digunakan untuk menentukan jumlah minimum pendapatan yang harus diperoleh suatu usaha agar tidak mengalami kerugian, meskipun pada tahap tersebut belum menghasilkan laba. Dengan kata lain, titik impas menggambarkan kondisi di mana total pendapatan sama dengan total biaya yang dikeluarkan. Selain itu, 2) menurut Mowen (2019:162), salah satu elemen penting lainnya dalam analisis CVP adalah margin kontribusi. Margin kontribusi merupakan selisih antara pendapatan penjualan dan biaya variabel, yang menunjukkan seberapa besar kontribusi setiap unit produk terhadap penutupan biaya tetap dan pencapaian laba. Nilai ini menyoroti kontribusi signifikan yang diberikan oleh setiap unit produk terhadap penutupan biaya tetap dan pencapaian laba. Selanjutnya, 3) menurut Mowen (2019:194), *margin of safety* atau margin keamanan adalah selisih antara volume penjualan aktual dengan volume penjualan pada titik impas. Margin ini menunjukkan seberapa besar penurunan volume penjualan yang masih dapat ditoleransi sebelum perusahaan mulai mengalami kerugian.

UMKM Tempe Big Family, berlokasi Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat, tepatnya di Jalan Bypass KM 7, Rawang Ketaping. Usaha ini telah beroperasi sejak tahun 2014 dan dikenal sebagai salah satu UMKM yang cukup terpercaya dan aman dalam kegiatan usahanya. Sejak awal berdiri, pencatatan keuangan di UMKM ini sebagian besar

masih dilakukan secara manual, kecuali pada bagian pembelian bahan baku dan pencatatan pendapatan dari hasil penjualan. Namun, perencanaan laba belum tersusun secara sistematis, dan pemilik usaha juga belum menerapkan metode *Cost Volume Profit* (CVP) untuk menghitung atau mengevaluasi tingkat laba yang diharapkan. Menurut pemilik usaha, laba selama ini hanya dipandang berdasarkan seberapa tinggi hasil usaha yang diperoleh, dengan asumsi bahwa semakin tinggi hasilnya, maka semakin besar pula laba yang didapatkan. Akibat dari pandangan tersebut, pemilik usaha mengalami kesulitan dalam menghitung biaya secara efisien untuk mencapai laba yang diharapkan. Oleh karena itu, diperlukan analisis dengan menggunakan rumus *Cost Volume Profit* (CVP) untuk menentukan tingkat laba yang optimal serta meningkatkan akurasi dan ketepatan dalam pengambilan keputusan. Selain itu, sangat penting bagi pelaku usaha untuk memahami karakteristik dan struktur biaya dari setiap komponen yang digunakan untuk proses produksi, baik dalam kegiatan manufaktur maupun dalam penjualan produk.

UMKM Tempe *Big Family* merupakan salah satu usaha mikro kecil yang bergerak di bidang produksi tempe dan berlokasi di Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat, tepatnya di Jalan Bypass KM 7, Rawang Ketaping. Usaha ini telah beroperasi sejak tahun 2014 dan dikenal sebagai salah satu pelaku usaha rumahan yang ramah dan sederhana. Sejak didirikan, pencatatan keuangan pada UMKM ini masih dilakukan secara manual, terbatas pada pengeluaran untuk pembelian bahan baku dan pendapatan dari hasil penjualan. Namun demikian, laba usaha belum pernah dicatat secara terstruktur, dan pemilik belum pernah menggunakan metode *Cost Volume Profit* (CVP) untuk menghitung atau merencanakan laba yang diharapkan.

Pemilik usaha berpendapat bahwa laba hanya perlu dibandingkan dengan tingginya hasil penjualan, semakin tinggi penjualan yang diperoleh, maka semakin tinggi pula laba yang didapatkan. Pandangan tersebut menyebabkan pemilik mengalami kesulitan dalam mengelola biaya secara efisien untuk mencapai laba yang diharapkan. Oleh karena itu, diperlukan suatu kajian analitis dengan menggunakan metode *Cost Volume Profit* (CVP) guna menentukan besaran laba yang optimal serta mendukung pengambilan keputusan yang lebih akurat. Selain itu, penting bagi pemilik usaha untuk memahami karakteristik dan besarnya biaya dari setiap komponen yang digunakan dalam proses produksi maupun penjualan produk.

Karena UMKM ini memiliki beberapa jenis usaha yang berkaitan dengan produknya, maka cukup sulit untuk memperoleh laba secara maksimal, mengingat persaingan pasar yang ketat dapat memengaruhi pangsa pasar yang dikuasai. Pada umumnya, pemilik usaha menginginkan agar perusahaannya berkembang dengan baik dan mampu menghasilkan laba yang optimal dalam waktu yang relatif singkat. Namun, karena usaha ini belum menerapkan sistem manajemen yang efektif seperti perencanaan laba maka pelaksanaan perencanaan laba yang baik menjadi tantangan tersendiri. Ketidakterlaksanaan perencanaan laba yang tepat dapat menimbulkan berbagai permasalahan, seperti kesulitan mencapai target laba, risiko kerugian, bahkan kebangkrutan. Jika usaha sudah menghadapi kendala-kendala tersebut, maka kemungkinan mengalami kebangkrutan akan semakin besar dan pemulihan usaha menjadi lebih sulit (Ayca et al., 2024). karena itu, penulis terdorong untuk melakukan penelitian mengenai laba pada suatu usaha, mengingat bahwa penelitian terhadap laba merupakan

komponen penting dalam kesuksesan bisnis dan dapat digunakan sebagai alat untuk menentukan arah operasional perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang perencanaan laba dengan menggunakan metode analisis *cost volume profit* sehingga judul yang diangkat pada penelitian ini yaitu

“Analisis Cost Volume Profit Terhadap Optimalisasi Laba Pada UMKM Pabrik Tempe *Big family*”.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana perhitungan analisis Cost Volume Profit (CVP) dalam perencanaan laba pada UMKM Tempe *Big Family*?
2. Bagaimana analisis Break Even Point (BEP) dapat diterapkan pada UMKM Tempe *Big Family* untuk memastikan usaha tidak mengalami kerugian?
3. Bagaimana analisis Margin of Safety dapat memberikan informasi mengenai stabilitas keuangan usaha pada UMKM Pabrik Tempe *Big Family*?
4. Berapa potensi laba maksimum yang dapat ditentukan melalui analisis jumlah transaksi menggunakan pendekatan operating leverage pada UMKM Tempe *Big Family*?

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Mowen (2019:160), analisis *Cost Volume-Profit* (CVP) bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh perubahan dalam biaya tetap, biaya variabel, volume penjualan, dan harga jual terhadap laba perusahaan. Analisis ini memahami keterkaitan antara beban usaha, tingkat penjualan, dan laba yang dihasilkan dalam suatu periode tertentu. Dalam penerapannya, terdapat

sejumlah faktor penting yang mendukung proses pengambilan keputusan manajerial, di antaranya adalah harga jual produk, volume penjualan, biaya produksi, dan desain produk. Dengan memahami faktor-faktor tersebut, manajemen dapat merancang strategi yang lebih tepat untuk mencapai target laba yang diinginkan.

Menurut Mowen (2019:162), margin kontribusi merupakan selisih antara harga jual per unit dengan biaya variabel per unit, yang menunjukkan jumlah dana yang tersedia untuk menutup biaya tetap dan menghasilkan laba operasi. Semakin besar margin kontribusi yang diperoleh perusahaan dari setiap unit produk yang terjual, maka semakin cepat perusahaan dapat menutupi seluruh biaya tetap dan mencapai target laba yang diinginkan. Sebaliknya, semakin kecil margin kontribusi per unit, maka semakin besar tantangan perusahaan dalam memenuhi kewajiban biaya tetap dan mencapai laba.

Margin Kontribusi (Contribution Margin /CM) = Pendapatan bersih – Biaya variabel

Rasio Margin Kontribusi (*Contribution Margin Ratio/CMR*) merupakan perbandingan dari setiap penjualan yang digunakan untuk menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba.

$$CMR = \frac{\text{Total Margin Kontribusi}}{\text{Penjualan}}$$

Margin Kontribusi Rata-rata tertimbang

Menurut Supriyono (2017:211), analisis titik impas (*break even point*) tidak dapat dilakukan hanya berdasarkan satu margin kontribusi tunggal. Sebaliknya, dibutuhkan perhitungan margin kontribusi rata-rata tertimbang, yang diperoleh dengan mempertimbangkan proporsi kontribusi setiap produk terhadap total penjualan.

Margin rata-rata= Margin Kontribusi per unit x Proporsi

Bauran Penjualan

Menurut Cahyadi et al. (n.d., 2018), UMKM umumnya menjual berbagai jenis produk dengan harga yang berbeda-beda. Setiap jenis produk memiliki karakteristik biaya variabel dan margin kontribusi yang berbeda pula. Produk dengan margin kontribusi yang lebih tinggi akan memberikan proporsi yang lebih besar dalam menutupi biaya tetap, sedangkan produk dengan margin kontribusi yang lebih rendah akan memberikan proporsi yang lebih kecil. Oleh karena itu, dalam perusahaan yang menjual dengan harga produk yang berbeda, untuk menentukan volume penjualan mencapai titik impas atau target laba sangat bergantung pada komposisi volume penjualan masing-masing produk. Dalam hal ini, bauran penjualan (*sales mix*) berperan penting, yaitu sebagai komposisi relatif dari penjualan produk perusahaan.

Analisis Break Event Point (BEP)

Menurut Mowen (2019:160), titik impas adalah suatu kondisi di mana total pendapatan perusahaan sama dengan total biaya yang dikeluarkan, sehingga laba yang diperoleh bernilai nol. Pada titik ini, perusahaan tidak mengalami kerugian, namun juga belum memperoleh laba. Analisis titik impas berfungsi untuk memberikan informasi penting kepada manajemen mengenai jumlah minimum penjualan atau pendapatan yang harus dicapai agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

Break event Point (BEP) dalam nilai penjualan dapat dihitung dengan cara total biaya tetap dibagi dengan rasio margin kontribusi.

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

Break event Point (BEP) dalam nilai penjualan dapat dihitung dengan cara total biaya tetap dibagi harga dikurangi biaya variabel per unit.

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Harga} - \text{B. Variabel Unit}}$$

Analisis *Break Even Point* atau titik impas dapat dihitung dengan menggunakan 3 metode untuk perhitungan *Break Event Point* atau titik impas, sebagai berikut:

Metode Persamaan

Menurut Maruta (2018), metode persamaan atau *equation method* digunakan baik dalam satuan unit maupun satuan mata uang (rupiah). Prinsip utama dari pendekatan ini adalah bahwa total pendapatan dari penjualan harus sama dengan total biaya yang terdiri atas biaya tetap dan biaya variabel. Dengan kata lain, pada titik impas, perusahaan tidak mengalami laba maupun rugi, karena seluruh pendapatan hanya cukup menutupi seluruh biaya operasional.

$$\text{Pendapatan} = \text{Total Biaya variabel} + \text{Total Biaya tetap}$$

Metode Kontribusi Unit

Menurut Maruta (2018), metode ini merupakan salah satu pendekatan analisis Cost Volume Profit (CVP) yang digunakan untuk menentukan tingkat profitabilitas serta jumlah unit produk yang harus dijual agar perusahaan memperoleh laba. Pendekatan ini dikenal sebagai metode jalan pintas, karena menghitung margin kontribusi per unit secara langsung untuk mengetahui seberapa besar margin yang tersedia guna menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba.

Margin Kontribusi per unit = Harga – Biaya variabel per unit

Metode Grafis

Menurut Mowen (2019:176), metode grafis bertujuan untuk membantu manajer memahami perbedaan antara variabel-variabel biaya dan hasil yang diperoleh secara visual. Pendekatan ini memudahkan manajer dalam mengevaluasi dampak dari kenaikan atau penurunan variabel tertentu terhadap titik impas. Melalui metode grafis, manajer dapat mengidentifikasi perubahan kondisi pada berbagai tingkat waktu atau skenario bisnis, sehingga dapat digunakan untuk menganalisis tren masa lalu dan memproyeksikan volume penjualan di masa mendatang.

Margin Of Safety (MOS)

Menurut Mowen (2019:194), margin of safety atau margin keamanan adalah selisih antara jumlah unit yang terjual atau laba yang diperoleh dengan volume pada titik impas. Margin ini menunjukkan seberapa besar penurunan penjualan yang masih dapat ditoleransi sebelum perusahaan mulai mengalami kerugian. Margin of safety berperan sebagai alat bantu untuk mengurangi risiko kerugian yang mungkin timbul akibat ketidakseimbangan dalam kegiatan usaha. Apabila *margin of safety* tinggi, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam kondisi yang relatif aman, dengan sumber daya yang memadai untuk menghadapi fluktuasi pasar. Namun, jika *margin of safety* rendah, hal ini menandakan bahwa perusahaan berada dalam posisi yang rentan, bahkan dapat mengalami kesulitan karena hanya memiliki sedikit ruang sebelum mencapai titik impas.

$Margin\ of\ Safety = Penjualan - Penjualan\ Titik\ Impas$

$Margin\ of\ Safety\ Ratio = \frac{MOS \times 100\%}{Penjualan}$

Analisis Operating Leverage

Menurut Mowen (2019:196), operating leverage adalah kondisi di mana keberadaan biaya tetap dapat memperbesar perubahan tingkat laba seiring dengan perubahan dalam aktivitas operasional. Semakin tinggi tingkat operating leverage, semakin besar dampak perubahan volume penjualan terhadap laba operasional. Persamaan rumus *Degree of operating leverage* (DOL) terhadap laba operasi sebagai berikut:

$DOL = \frac{\text{Total Margin Kontribusi}}{\text{Laba Operasi}}$

Perencanaan Laba

Perencanaan laba merupakan proses penetapan target laba yang ingin dicapai oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu, serta penyusunan rencana kegiatan operasional yang diperlukan untuk mencapai target tersebut (Mulyadi, 2023:14). Menyusun perencanaan laba yang efektif bukanlah hal yang mudah karena dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal, seperti perkembangan teknologi, strategi pesaing, kondisi ekonomi, dan perubahan selera konsumen. Dengan adanya perencanaan laba, pemilik usaha akan lebih mudah dalam mengelola kegiatan operasional dan mengambil keputusan strategis untuk mencapai tingkat laba yang ditargetkan. Menurut Yanto (dalam Rahmi et al. 2023) perencanaan laba dikatakan baik apabila pemilik atau pengelola perusahaan dapat mempertimbangkan faktor faktor pembentuk laba yaitu biaya, harga jual, volume penjualan.

Menurut (Mowen, 2019:172) ada dua persahaan yang digunakan untuk menghitung target laba yaitu:

1. Jumlah Unit Untuk Target Laba

Untuk memperoleh laba operasi yang positif, metode titik impas dapat dimodifikasi menjadi analisis target laba. Metode ini digunakan untuk menentukan jumlah unit yang harus dijual agar perusahaan mencapai target laba tertentu. Pendekatan yang lebih cepat dapat dilakukan dengan menyesuaikan persamaan titik impas yakni dengan menambahkan target laba ke dalam total biaya tetap. Perhitungan ini dilakukan dengan membandingkan total biaya tetap yang telah ditambah target laba terhadap margin kontribusi per unit. Selanjutnya, harga jual produk dibandingkan dengan biaya per unit untuk menentukan margin kontribusi per unit, yaitu selisih antara harga jual dan biaya variabel per unit, yang menjadi dasar dalam menentukan jumlah unit yang perlu dijual agar target laba tercapai. Persamaan rumus yang diperoleh Jumlah unit dalam target laba sebagai berikut:

$$\text{Jumlah Unit untuk mencapai target laba} = \frac{\text{Total Biaya Tetap} + \text{Target laba}}{\text{Harga Jual} - \text{Biaya Variabel per unit}}$$

2. Pendapatan Penjualan untuk Target Laba

Besarnya penjualan yang dibutuhkan agar dapat mencapai target laba operasi membuat para manajer bergerak dari titik yang menghasilkan laba nol ke titik yang menghasilkan laba positif tertentu. Pendapatan penjualan dapat dihitung dengan menambahkan total biaya dengan target laba perusahaan. Kemudian, penjumlahan tersebut dibagi dengan (margin kontribusi dibagi harga jual) disebut juga dengan rasio margin kontribusi. Persamaan rumus yang diperoleh pendapatan penjualan dalam target laba sebagai berikut:

$$\text{Pendapatan Penjualan untuk mencapai target laba} =$$

$$\frac{\text{Total Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$

Metode Pengumpulan data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian mengenai cost volume profit (CVP) ini adalah sebagai berikut

1. Metode wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang berlangsung secara tatap muka satu arah dengan melakukan kunjungan langsung dan tanya jawab langsung. Metode ini dilakukan kepada karyawan yang dapat memberikan informasi eksternal serta pemilik usaha yang dapat memberikan informasi eksternal serta pemilik usaha yang dapat memberikan data internal yang relevan dengan penelitian.
2. Metode dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menghimpun informasi dari dokumen-dokumen yang berkaitan dengan permasalahan yang telah diidentifikasi dalam penelitian. Dalam penelitian ini, metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dan pengamatan, terutama yang berkaitan dengan data pemasukan dan pengeluaran perusahaan yang diteliti.
3. Metode observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menghimpun informasi dan melakukan pengamatan secara menyeluruh terhadap perusahaan untuk memperoleh informasi yang relevan serta mengevaluasi hasil akhir dari penelitian. Metode ini mencakup pencatatan dan analisis fakta-fakta lapangan secara sistematis, baik dilakukan secara langsung maupun secara diam-diam. Penggunaan metode ini sangat penting untuk menjamin keabsahan dan keterandalan data yang diperoleh.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan penulis yaan terdiri dari beberapa tahap yaitu mengumpulkan dokumen atau data-data yang diperlukan dalam menentukan erencanaan laba dengan data yang ada di UMKM Pabrik Tempe *Big Family*, melakukan pengelompokkan biaya operasional pada UMKM Pabrik Tempe *Big Family* seperti biaya tetap dan biaya variable, selanjutnya melakukan analisis cost volume profit (CVP) untuk meningkatkan perencanaan laba dengan menghitung margin kontribusi (*contribution margin*), rasio margin kontribusi (*contribution margin ratio*), menghitung analisis titik impas (*break event*), menentuka angka margin kewanan (*margin of safety*) dan menghitung target laba untuk perencanaan laba.

Hasil dan Pembahasan

Klasifikasi biaya dari UMKM Pabrik Tempe *Big famiy*

Biaya yang diperlukan untuk perencanaan laba pada UMKM pabrik tempe big family yaitu:

1. Biaya Tetap
2. Biaya Variabel

Biaya ini bertujuan untuk memberikan informasi biaya yang dibutuhkan oleh pemilik UMKM Pabrik Tempe *Big Family*, sehingga UMKM dapat mengelola usahanya dengan baik agar mencapai tujuan yang diharapkan, Sehingga UMKM Tempe *Big Family* bisa menentukan klasifikasi biaya Tempe pada bulan Januari-Mei 2025.

Tabel 1

**Biaya Produksi Variabel Per Unit
UMKM Pabrik Tempe *Big Family*
Jan-Mei 2025**

| Jenis Biaya | Biaya Variabel (Perunit) | |
|-------------------|--------------------------|-----------------|
| | Tempe | Keripik Tempe |
| Bahan Baku | 1,849.32 | 3,726.56 |
| Overhead Variabel | 352.75 | 676.56 |
| Total | 2,202.07 | 4,403.13 |

Sumber: Data diolah sendiri tahun 2025

Biaya variabel merupakan jenis biaya yang jumlah totalnya berubah secara sebanding dengan tingkat aktivitas atau volume output yang dilakukan dalam suatu periode tertentu. Meskipun jumlah totalnya fluktuatif, ketika aktivitas meningkat total biaya variabel juga akan naik secara proporsional. Sebaliknya, jika tidak terdapat aktivitas, maka biaya ini tidak akan muncul. Oleh karena itu, besar kecilnya biaya variabel sepenuhnya ditentukan oleh intensitas atau volume aktivitas yang menjadi penggerak biaya tersebut (Riwayadi, 2016). Usaha tempe ini mempunyai biaya yang dikelompokkan sebagai biaya variabel adalah biaya bahan baku dan overhead variabel. Bahan bakun merupakan bahan yang digunakan untuk mengolah produk ini, sedangkan biaya overhead variabel adalah biaya tidak langsung yang bersifat variabel, dengan artian jumlah totalnya naik atau turun tergantung volume produksi, tetapi biaya per unit tetap.

Biaya tetap merupakan total biaya yang jumlahnya tidak terpengaruh oleh perubahan tingkat aktivitas atau volume output dalam jangka waktu tertentu. Meskipun total biayanya tetap, biaya tetap per unit justru bervariasi secara proporsional terbalik dengan perubahan volume aktivitas. Artinya, semakin tinggi tingkat aktivitas atau output, maka biaya tetap per unit akan semakin rendah. Sebaliknya, ketika tingkat aktivitas menurun, biaya tetap per unit akan meningkat. Dengan demikian, biaya tetap bersifat konstan terhadap total, namun berubah secara relatif per unit seiring dengan fluktuasi volume output (Riwayadi 2016). Adapun biaya tetap yang terdapat pada UMKM Pabrik Tempe *Big Family* dalam memproduksi tempe bulan Januari-Mei 2015.

1. Biaya Listrik, Air, dan Telepon
Dalam menjalankan kegiatan operasional sehari-hari, UMKM Pabrik Tempe *Big Family* biaya listrik, air, dan

telepon dikeluarkan dalam jumlah yang sama setiap bulannya sebesar Rp. 300.000.

2. Biaya Gaji karyawan

Pada UMKM Pabrik Tempe *Big Family* terdapat 3 orang karyawan. Masing-masing karyawan mendapatkan gaji Rp. 3.000.000 per bulannya. Maka gaji yang dikeluarkan oleh pemilik setiap bulannya Rp. 9.000.000.

3. Biaya Penyusutan

Bahwa dengan menggunakan persamaan menggunakan metode garis lurus. UMKM Pabrik Tempe *Big Family* memiliki biaya penyusutan peralatan per tahun sebesar Rp 6.375.708 serta penyusutan per bulan sebesar Rp. 531.309. Penentuan biaya penyusutan ini dapat mengurangi nilai dari asset tersebut dan juga dapat mengurangi laba bersih yang diterima oleh UMKM Pabrik Tempe *Big Family*.

Tabel 2
Biaya tetap
UMKM Pabrik Tempe *Big Family*
Jan- Mei 2025

| Nama Biaya | Jumlah Biaya |
|------------------------------|-------------------|
| Biaya Listrik, Air & Telepon | 1,500,000 |
| Biaya Gaji Karyawan | 45,000,000 |
| Biaya Penyusutan | 2,656,545 |
| Total Biaya tetap | 49,156,545 |

Sumber: Data diolah sendiri tahun 2025

Tabel 2 menggambarkan total biaya tetap yang dikeluarkan untuk produksi tempe dan keripik tempe selama bulan Januari-Mei 2025 adalah sebesar Rp. 49.156.545.

Volume Penjualan

Harga yang digunakan untuk produk tempe berbeda-beda adalah: Rp. 3.500, Rp. 4.000, Rp. 5000, Rp 6.000, dan Rp 7.000

Sedangkan untuk keripik tempe dijual sebesar Rp. 10.000 per bungkusnya. Berikut volume produksi untuk kedua produk tersebut.

Tabel 3
Volume Penjualan Tempe
UMKM Pabrik Tempe *Big family*
Januari-Mei 2025

| Bulan | Tempe | | | | | | | | | | Total Produksi |
|---------------|--------------|-------|--------------|-------|--------------|-------|--------------|-------|--------------|-------|----------------|
| | V | H | V | H | V | H | V | H | V | H | |
| Januari | 1.438 | 3.500 | 1.245 | 4.000 | 1.447 | 5.000 | 1.359 | 6.000 | 1.291 | 7.000 | 6.800 |
| Februari | 1.313 | 3.500 | 1.183 | 4.000 | 1.352 | 5.000 | 1.219 | 6.000 | 1.201 | 7.000 | 6.268 |
| Maret | 1.218 | 3.500 | 1.155 | 4.000 | 1.311 | 5.000 | 1.251 | 6.000 | 1.156 | 7.000 | 6.091 |
| April | 1.346 | 3.500 | 1.260 | 4.000 | 1.311 | 5.000 | 1.296 | 6.000 | 1.249 | 7.000 | 6.462 |
| Mai | 1.250 | 3.500 | 1.273 | 4.000 | 1.412 | 5.000 | 1.153 | 6.000 | 1.127 | 7.000 | 6.215 |
| Jumlah | 6.585 | | 6.116 | | 6.833 | | 6.278 | | 6.024 | | 31.836 |

Sumber: Data diolah sendiri tahun 2025

Keterangan :

V = Volume

H = Harga

Tabel 3 menggambarkan total volume penjualan tempe yang dihasilkan oleh UMKM Pabrik Tempe *Big Family* selama bulan Januari-Mei 2025 adalah sebanyak 31. 836 unit tempe.

Tabel 4
Volume Penjualan Keripik Tempe
UMKM Pabrik Tempe *Big Family*
Januari-Mei 2025

| Bulan | Keripik Tempe | | Total Produksi |
|---------------|---------------|--------|----------------|
| | Volume | Harga | |
| Januari | 200 | 10.000 | 200 |
| Februari | 320 | 10.000 | 320 |
| Maret | 300 | 10.000 | 300 |
| April | 240 | 10.000 | 240 |
| Mai | 220 | 10.000 | 220 |
| Jumlah | 1.280 | | 1.280 |

Sumber: Data diolah sendiri tahun 2025

Tabel 4 menggambar total volume penjualan keripik tempe yang dihasilkan oleh UMKM Pabrik Tempe *Big Family* selama bulan Januari-Mei 2025 adalah sebanyak 1.280 unit keripik tempe.

Berdasarkan table 3 dan 4 di atas volume produksi tempe dan keripik tempe selama bulan Januari-Mai 2025 sebanyak

| | |
|---------------|--------------------|
| Tempe | 31.836 unit |
| Keripik tempe | 1.280 unit |
| Total | 33.116 unit |

Jadi volume penjualan produk tempe dan keripik tempe selama bulan januari-Mei 2025 sebanyak 33.116 unit.

Total Penjualan

Jumlah penjualan pada UMKM Pabrik Tempe *Big Family* selama bulan Januari-Mei 2025 adalah sebagai berikut:

Tabel 5
Total Penjualan
UMKM pabrik Tempe *Big Family*
Januari-Mei 2025

| Bulan | Jenis Produk | | Total Penjualan |
|----------|--------------|---------------|-----------------|
| | Tempe | Keripik Tempe | |
| Januari | 34,509,000 | 2,000,000 | 36,509,000 |
| Februari | 31,808,500 | 3,200,000 | 35,008,500 |
| Maret | 31,036,000 | 3,000,000 | 34,036,000 |
| April | 32,825,000 | 2,400,000 | 35,225,000 |
| Mai | 31,334,000 | 2,200,000 | 33,534,000 |
| Jumlah | 161,512,500 | 12,800,000 | 174,312,500 |

Sumber: Data diolah sendiri tahun 2025

Tabel 5 menggambar total penjualan tempe dan keripik tempe yang dihasilkan oleh UMKM Pabrik Tempe *Big Family* selama bulan Januari-Mei 2025 adalah sebesar Rp. 174.312.500.

Analisis Titik Impas (*Break Event Point*)

Analisis titik impas sangat penting digunakan untuk dapat mengetahui berapa tingkat penjualan minimum yang harus dicapai perusahaan agar tidak menderita kerugian.

Sebelum menghitung titik impas harus menentukan margin kontribusi dan rasio margin kontribusi terlebih dahulu

Tabel 6
Laporan Laba Rugi
UMKM Pabrik tempe *Big Family*
Januari-Mei 2025

| Keterangan | Total |
|--------------|-------------|
| Penjualan | 174,312,500 |
| B. Variabel | 75,741,000 |
| Margin | 98,571,500 |
| B. Tetap | 49,156,545 |
| Laba Operasi | 49,414,955 |

Sumber: Data diolah sendiri tahun 2025

Berdasarkan tabel laporan laba rugi di atas dapat diketahui bahwa margin kontribusi sebesar Rp. 98.571.500 dan memperoleh laba bersih UMKM Pabrik Tempe *Big Family* sebesar Rp

49.414.955. Nilai margin kontribusi menunjukkan lebih besar dari biaya tetap maka UMKM Pabrik Tempe *Big Family* ini dikatakan mampu menutupi biaya tetapnya sehingga dapat memperoleh laba dan tidak mengalami kerugian.

$$\begin{aligned} \text{Rasio Margin Kontribusi} &= \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Penjualan}} \\ &= \frac{98.571.500}{174.312.500} \\ &= 0,5655 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Rasio Biaya Variabel} &= 1 - \text{Rasio MoS} \\ &= 1 - 0,5655 \\ &= 0,43 \end{aligned}$$

Berdasarkan pada perhitungan rasio margin kontribusi dan rasio biaya variabel di atas, maka rasio margin kontribusi dan rasio biaya variabel yang diperoleh UMKM Pabrik Tempe *Big Family* untuk bulan Januari-Mai 2025 adalah sebesar 0,5655 dan 0,43 yang dapat digunakan untuk menutupi biaya tetap.

$$\begin{aligned} \text{Perhitungan Titik Impas dalam Penjualan BEP Penjualan} &= \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}} \\ &= \frac{49.414.955}{0,5655} \\ &= 86.927.766 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, Jadi rasio margin kontribusi yang diperoleh UMKM Pabrik Tempe *Big Family* sebesar 0,5655 dan titik impas yang di dapat dalam penjualan untuk bulan Januari sampai dengan bulan Mai tahun 2025 adalah Rp 86.927.766. Penjualan yang dihasilkan UMKM Pabrik Tempe *Big Family* sebesar Rp. 174.312.500 sudah melampaui titik impas sebesar Rp. 86.927.766, dalam artian usaha ini tidak mengalami kerugian, dan telah melebihi titik impas, sehingga sudah memperoleh laba.

Pada UMKM Pabrik Tempe *Big Family* untuk menghitung *Break Event Point* (BEP) dalam unit dapat menggunakan BEP unit campuran karena memiliki harga yang bervariasi. Untuk mendapatkan BEP unit harus melalui beberapa tahap yaitu:

1. Menentukan Margin Kontribusi (MK) per Unit

$$MK = \frac{\text{Harga/unit} - \text{Biaya Variabel/Unit}}$$

Tabel 7
Margin Kontribusi per Unit
Umkm Pabrik Tempe *Big Family*
Januari-Mei 2025

| Jenis Produksi | Harga | Biaya variabel per unit | Kontribusi per unit |
|----------------|--------|-------------------------|---------------------|
| Tempe | 3,500 | 2,202.07 | 1,297.93 |
| | 4,000 | 2,202.07 | 1,797.93 |
| | 5,000 | 2,202.07 | 2,797.93 |
| | 6,000 | 2,202.07 | 3,797.93 |
| | 7,000 | 2,202.07 | 4,797.93 |
| Keripik Tempe | 10,000 | 4,403.13 | 5,596.88 |

Sumber: Data diolah sendiri tahun 2025

2. Tentukan Proporsi Penjualan (*sales Mix*)

Perhitungan, sebagaimana unit dan total unit penjualan UMKM Pabrik Tempe *Big Family* sudah dihitung sebelumnya (lihat pada tabel 3 & 4)

$$\begin{aligned} \text{Tempe harga 3.500} &= \frac{\text{Unit penjualan}}{\text{Total Unit Penjualan}} \\ &= \frac{6.585}{33.116} \\ &= 0,1988 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tempe harga 4.000} &= \frac{\text{Unit penjualan}}{\text{Total Unit Penjualan}} \\ &= \frac{6.116}{33.116} \\ &= 0,1847 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tempe harga 5.000} &= \frac{\text{Unit penjualan}}{\text{Total Unit Penjualan}} \\ &= \frac{6.116}{33.116} \\ &= 0,2063 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tempe harga 6.000} &= \frac{\text{Unit penjualan}}{\text{Total Unit Penjualan}} \\ &= \frac{6.278}{33.116} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} &= 0,1896 \\ \text{Tempe harga 7.000} &= \frac{\text{Unit penjualan}}{\text{Total Unit Penjualan}} \\ &= \frac{6.024}{33.116} \\ &= 0,1819 \\ \text{Keripik Tempe} &= \frac{\text{Unit penjualan}}{\text{Total Unit Penjualan}} \\ &= \frac{1.208}{33.116} \\ &= 0,0387 \end{aligned}$$

Berdasarkan pada perhitungan bauran penjualan di atas UMKM Pabrik Tempe *Big Family* diatas maka dapat diperoleh bauran penjualan untuk tempe yaitu sebesar 0,9613, Sedangkan keripik tempe dapat diperoleh 0,0387, jadi dapat dihitung bahwa bauran penjualan untuk kedua produk adalah 25,06 : 1

3. Menghitung Margin Kontribusi (Contribution Margin) Rata-Rata

$$\begin{aligned} \text{Harga 3.500} &= \text{CM/unit} \times \text{Proporsi} \\ &= 1.297,93 \times 0,1988 \\ &= 258,09 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga 4.000} &= \text{CM/unit} \times \text{Proporsi} \\ &= 1.797,93 \times 0,1847 \\ &= 332,05 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga 5.000} &= \text{CM/unit} \times \text{Proporsi} \\ &= 2.797,93 \times 0,2063 \\ &= 577,31 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga 6.000} &= \text{CM/unit} \times \text{Proporsi} \\ &= 3.797,93 \times 0,1896 \\ &= 720,000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga 7.000} &= \text{CM/unit} \times \text{Proporsi} \\ &= 4.797,93 \times 0,1819 \\ &= 872,77 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Keripik} &= \text{CM/unit} \times \text{Proporsi} \\ &= 5.596,87 \times 0,0387 \\ &= 216,33 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas diperoleh margin rata-rata tertimbang yaitu:

$$258,09 + 332,05 + 577,31 + 720,000 + 872,77 + 216,33 = \text{Rp. } 2.976,55$$

4. Menghitung BEP Unit Campuran

$$\begin{aligned} \text{BEP Unit Campuran} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{CM Rata-rata}} \\ &= \frac{49,15,545}{2,976,55} \\ &= 16.515 \text{ unit} \end{aligned}$$

5. Menentukan BEP per Produk

$$\begin{aligned} \text{Harga 3.500} &= \text{Proporsi} \times \text{BEP Unit} \\ &= 0,1988 \times 16.515 \\ &= 3.284 \text{ unit} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga 4.000} &= \text{Proporsi} \times \text{BEP Unit} \\ &= 0,1847 \times 16.515 \\ &= 3.050 \text{ unit} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga 5.000} &= \text{Proporsi} \times \text{BEP Unit} \\ &= 0,2063 \times 16.515 \\ &= 3.408 \text{ unit} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga 6.000} &= \text{Proporsi} \times \text{BEP Unit} \\ &= 0,1896 \times 16.515 \\ &= 3.131 \text{ unit} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga 7.000} &= \text{Proporsi} \times \text{BEP Unit} \\ &= 0,1819 \times 16.515 \\ &= 3.004 \text{ unit} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Keripik} &= \text{Proporsi} \times \text{BEP Unit} \\ &= 0,0387 \times 16.515 \\ &= 638 \text{ unit} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan BEP unit pada UMKM Pabrik Tempe *Big Family* bulan Januari-Mei tahun 2025 adalah sebanyak 16.515 unit yang harus dicapai untuk titik impas.

Tabel 8
Pembuktian Analisis CVP UMKM
Pabrik Tempe *Big Family*
Januari-Mei 2025

| | |
|-------------------------------|------------|
| Penjualan | 86,927,766 |
| Dikurangi: Biaya variabel | 37,771,221 |
| Margin Kontribusi | 49,156,545 |
| Dikurangi : Total Biaya tetap | 49,156,545 |
| Laba Operasi | - |

Sumber: Data diolah sendiri tahun 2025

Tabel 8 menggambarkan perhitungan *analisis cost volume profit* bahwa UMKM Pabrik Tempe *Big Family* berada pada titik impas, karena tidak mendapatkan laba dan juga tidak mengalami kerugian, dengan artian laba sama dengan 0.

Batas Keamanan (*margin of safety*)

Untuk menghitung *margin of safety* dapat dengan cara melihat titik impas yang sudah ditentukan dengan volume penjualan yang sudah terjadi. UMKM Pabrik Tempe *Big Family* melakukan penjualan pada tahun 2025 adalah sebesar Rp. 174.312.500 dan setelah dilakukan perhitungan analisis *Cost Volume Profit* (CVP) dengan menggunakan metode analisis *Break Event Point* (BEP) mendapatkan penjualan sebesar Rp. 86.927.766.

Berikut ini perhitungan *margin of safety* pada UMKM pabrik tempe big family.

$$\begin{aligned} \text{Margin of Safety} &= \text{Penjualan} - \text{Penjualan Titik Impas} \\ &= 174.312.500 - 86.927.766 \\ &= 87.384.734 \end{aligned}$$

Setelah dilakukan perhitungan *margin of safety* maka dari itu dapat melakukan perhitungan rasio margin kontribusi UMKM Pabrik Tempe *Big Family* adalah sebagai berikut.

$$\begin{aligned} \text{Rasio MOS} &= \frac{\text{Margin of safety}}{\text{Penjualan}} \times 100 \% \\ &= \frac{87.384.734}{174.312.500} \times 100\% \\ &= 50,13\% \end{aligned}$$

Batas kemandirian (*margin of safety*) UMKM Pabrik Tempe *Big Family* berada pada angka Rp. 87.384.734 atau 50,13%, Maka dari itu volume penjualan yang boleh diturunkan UMKM Pabrik Tempe *Big Family* pada tahun 2025 hanya sampai batas aman (*margin of safety*) tersebut, sehingga perusahaan berada dalam kondisi impas atau perusahaan tidak mengalami kerugian.

Degree of Operating Leverage (DOL)

Degree of Operating leverage pada UMKM Pabrik Tempe *Big Family* dapat dihitung dengan cara yaitu total margin

kontribusi dibagi dengan laba operasi. Berikut cara perhitungan *Degree of Operating leverage* (DOL) :

$$\begin{aligned}
 \text{DOL} &= \frac{\text{Total Margin Kontribusi}}{\text{Laba Operasi}} \\
 &= \frac{98.571.500}{49.414.955} \\
 &= 1.99
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka UMKM Pabrik Tempe Big Family dapat memperoleh laba sebesar 1.99, jika UMKM Pabrik Tempe *Big Family* mengalami kenaikan penjualan sebesar 1%. Maka semakin besar angka *degree of operating leverage* yang diperoleh, dan semakin besar perubahan pada penjualan yang didapat untuk mempengaruhi laba operasinya.

Perencanaan Laba

Dalam merencanakan laba, maka harus menentukan terlebih dahulu berapa besar laba yang ingin diperoleh, laba yang dijadikan target ditentukan setiap bulannya. Sehingga UMKM pabrik Tempe *Big Family* merencanakan laba yang harus didapatkan selama 5 bulan yaitu sebesar 35% dari hasil penjualan yang diperoleh pada bulan Januari-Mei pada tahun 2025. Berikut cara perhitungan untuk mencapai target laba yaitu

- Menentukan target penjualan = Total penjualan sebulan x Persen Target Laba

$$\begin{aligned}
 &= 36.509.000 \times 35\% \\
 &= 12.778.150
 \end{aligned}$$

Target Laba 5 bulan

$$\begin{aligned}
 &= 12.778.150 \times 5 \\
 &= 63.890.750
 \end{aligned}$$

- Menentukan Biaya Tetap

$$\begin{aligned}
 &= 49.156.545 \text{ untuk 5 bulan} \\
 &= 9.831.309 \text{ untuk 1 bulan}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan target laba penjualan yang telah dilakukan dapat dilihat pada (tabel 5) pada perhitungan total penjualan diatas, total penjualan yang diambil untuk menghitung target laba selama sebulan oleh UMKM Pabrik Tempe *Big Family* adalah bulan Januari. Hasil perhitungan target laba yang telah di hitung di atas UMKM Pabrik Tempe *Big Family* mendapatkan laba perbulan sebesar Rp. 12.778.150 untuk satu bulan kedepan dengan persen laba sebesar 25%, untuk 5 bulan adalah sebesar Rp. 63.890.750.

3. Target Laba Penjualan

Target Laba Penjualan pada UMKM Pabrik Tempe *Big Family* dapat dihitung dengan cara yaitu total biaya tetap ditambah dengan target yang telah dihitung di atas dan dibagi dengan rasio margin kontribusi. Berikut adalah cara perhitungan pendapatan penjualan target laba:

Pendapatan penjualan 1 bulan

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{Total Biaya tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}} \\
 &= \frac{9.831.309 + 12.778.150}{0,5655} \\
 &= \frac{22.609.459}{0,5655} \\
 &= 39.981.359
 \end{aligned}$$

Pendapatan penjualan 5 bulan

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{Total Biaya tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}} \\
 &= \frac{49.156.545 + 63.890.750}{0,5655} \\
 &= \frac{113.047.295}{0,5655} \\
 &= 199.906.799
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil pendapatan penjualan target laba diatas, target laba 5 bulan dengan persen laba 35% atau laba yang diperoleh selama 5 bulan sebesar Rp. 63.890.750 maka dari itu UMKM

Pabrik Tempe *Big Family* harus mendapatkan penjualan sebesar Rp. 199.906.799 untuk bisa mencapai target laba tersebut.

4. Target Laba Jumlah Unit

$$\begin{aligned} \text{Target Laba Jumlah Unit 1 bulan} &= \frac{\text{Total Biaya tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Margin Kontribusi Rata-rata}} \\ &= \frac{9.831.309 + 12.778.150}{2.976.55} \\ &= \frac{22.609.459}{2.976.55} \\ &= 7.595 \end{aligned}$$

Alokasi berdasarkan bauran penjualan Tempe = 0,9613 x 7.595 = 7.301 unit
 Keripik = 0,0387 x 7.595 = 294 unit
 Total = 7.595 unit

Berdasarkan perhitungan laba dalam jumlah unit di atas, maka unit yang harus dihasilkan oleh UMKM Pabrik Tempe *Big Family* 1 bulan kedepan untuk memperoleh laba sebesar Rp. yaitu sebanyak 6.369 unit yang terdiri dari 6.123 unit tempe dan 246 unit keripik tempe.

$$\begin{aligned} \text{Target Laba Jumlah Unit 5 bulan} &= \frac{\text{Total Biaya tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Margin Kontribusi Rata-rata}} \\ &= \frac{49.156.545 + 63.890.750}{2.976,55} \\ &= \frac{113.047.295}{2.976,55} \\ &= 37.979 \text{ unit} \end{aligned}$$

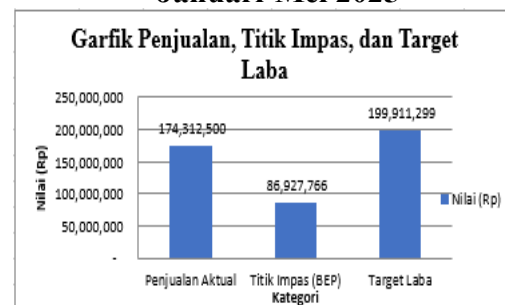
Alokasi berdasarkan bauran penjualan Tempe = 0,9613 x 37.979 = 36.509 unit
 Keripik = 0,0387 x 37.979 = 1.469 unit
 Total = 37.979 unit

Berdasarkan perhitungan laba dalam jumlah unit di atas, maka unit yang harus dihasilkan oleh UMKM Pabrik Tempe *Big Family* 5 bulan kedepan untuk memperoleh laba sebesar Rp.63.890.750 yaitu sebanyak 37.979 unit yang terdiri

dari 36.509 unit tempe dan 1.469 unit keripik tempe.

Dari semua perhitungan penjualan diatas dapat dilihat perbandingan grafik antara penjualan, penjualan titik impas dan penjualan laba yang ditargetkan.

Gambar 1
Grafik Perbandingan
UMKM Pabrik Tempe *Big Family*
Januari-Mei 2025



Sumber: Data diolah sendiri tahun 2025

Berdasarkan perbandingan pada grafik UMKM Pabrik Tempe big family diatas, penjualan yang dicapai oleh UMKM Pabrik Tempe *Big Family* bulan Januari-Mai tahun 2025 adalah sebesar Rp. 174.312.250 yang mana telah dihitung sebelumnya (lihat pada tabel 5) sedangkan penjualan titik impas yang dihasilkan sebesar 86.927.766, dan target penjualan yang dibutuhkan untuk memperoleh laba yang diharapkan dari bulan Januari-Mei tahun 2025 sebesar Rp. 199.906.799. Dalam artian usaha ini telah memperoleh laba.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan pada UMKM Pabrik Tempe *Big Family* untuk meningkatkan laba dengan menggunakan pendekatan analisis *cost volume profit*, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. UMKM Pabrik Tempe *Big Family* memproduksi lebih dari satu jenis produk, yaitu tempe dan keripik tempe. Oleh karena itu, dalam melakukan analisis *Cost Volume Profit* (CVP) untuk lebih dari satu produk, perlu ditentukan bauran penjualan atau *sales mix*. *Sales mix* menunjukkan proporsi penjualan masing-masing produk dan digunakan untuk menghitung margin kontribusi rata-rata tertimbang. Selama bulan Januari-Mai 2025, komposisi penjualan pada UMKM Pabrik Tempe *Big Family* adalah 25,06:1, di mana tempe dan keripik tempe merupakan kontributor utama. Meskipun tempe merupakan produk dominan, keripik tempe juga memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan penjualan.
2. Berdasarkan hasil analisis Break Even Point (BEP) yang dilakukan pada UMKM Pabrik Tempe *Big Family*, usaha ini telah mencapai titik impas, dengan nilai BEP dalam Rupiah (BEP Rp) sebesar Rp 86.927.766 untuk bulan Januari-Mai 2025 serta rasio margin kontribusi sebesar 0,5655. Sementara itu, BEP dalam unit (BEP Unit) berada pada 16.515 unit yang harus dijual agar mencapai titik impas. Hasil ini menunjukkan bahwa usaha telah berada pada posisi titik impas dan telah mulai memperoleh laba di atas tingkat yang diperkirakan.
3. Setelah dilakukan perhitungan batas keamanan (*margin of safety*) pada UMKM Pabrik Tempe *Big Family* bulan Januari-Mai 2025 memiliki *margin of safety* sebesar Rp. 87.384.734 atau setara dengan 50,13%. Berdasarkan hasil tersebut, penjualan masih memiliki toleransi penurunan penjualan hingga 50,13% sebelum mengalami kerugian. Hal Ini

menunjukkan bahwa UMKM Pabrik Tempe *Big Family* berada pada posisi keuangan yang relatif stabil dan memiliki ruang yang cukup aman untuk menghadapi penurunan penjualan.

4. Dari perhitungan target laba, UMKM Pabrik Tempe *Big Family* menerapkan strategi perencanaan laba sebesar 35%. Berdasarkan target tersebut, pemilik usaha memperoleh pendapatan penjualan sebesar Rp 199.906.799, yang menghasilkan laba sebesar Rp 63.890.750, dengan jumlah penjualan sebanyak 37.979 unit. Hal ini menunjukkan bahwa usaha tidak hanya berhasil mencapai target perencanaan laba, tetapi juga mampu menjaga efisiensi dalam produksi dan penjualan untuk mencapai tujuan keuangannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayca, U., Gambir, O., Kecamatan, D. I., & Blitar, K. (2024). *Analisis Break Event Point Sebagai Perencanaan Laba Pada UMKM Ayca Opak Gambir di Kecamatan Kanigoro Blitar*. 08(01), 1–13.
- Riwayadi. 2016. "Akuntansi Biaya: Pendekatan Tradisional Dan Kontemporer, Edisi 2." Jakarta, Salemba Empat.
- Cahyadi, N. Y., Akuntansi, S. J., Semarang, N., & Sudarto, J. H. (2018). Analisis Biaya Volume Laba Sebagai Alat Perencanaan laba Pada CV Waringin Putih Semarang.1(1).
- Fauzi, A., Rukmayani, E., Estevani, G., Gumelarasati, N., & Fahrezi, M. K. (2024). Analisis Break Even Point (BEP) Sebagai Alat Perencanaan Laba. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 2(1), 83–102. <https://doi.org/10.61597/jbeogzrp.v2i1.25>
- Maruta, H. (2018). Analisis *Break Event Point* (BEP) Sebagai Dasar

- Perencanaan Laba Bagi Manajemen
Oleh: Heru Maruta 1 Abstrak.
Jurnal Akuntansi Syariah, 9–28.
- Rahmi, F., Dwi Sayekti, C., Dahar, R.,
Sri, N., & Yanti, P. (2023). Jurnal
Ekonomi dan Bisnis Dharma
Andalas Analisis Cost Volume
Profit (CVP) Sebagai Alat
Perencanaan Laba pada UMKM
Pempek Palembang MWR. *Bisnis
Dharma Andalas*, 25(1), 64–71.
- Rahmi, F., Hafisyah., Dahar, R., & Sri,
N., Yanti, P. (2023). Analisis CVP
Sebagai Alat perencanaan Laba pada
UMKM Berkat Usaha. *Jurnal
Ekonomi dan Bisnis Universitas
Dharma Andalas*, 8(2), 381–382.
- Rohmatunnisa, L. dwi. (2024). Makna
Laba Bagi Pelaku Usaha Mikro,
Kecil, Dan Menengah (Ukm).
Ristansi: Riset Akuntansi, 4(2), 125–
136.
[https://doi.org/10.32815/ristansi.v4i
2.1680](https://doi.org/10.32815/ristansi.v4i2.1680)
- Santoso, A., & Kemala Putri, A. (2021).
*Akuntansi Manajemen Penerbit
Cv.Eureka Media Aksara*.