

ANALISA CONTRIBUTION MARGIN TERHADAP PERENCANAAN PENJUALAN PRODUK PADA TOKO ROTI BEKASI

Baginda Cristian L. Siburian^{1*}, Dea Alfianti², Ira Fitriani³, Sazkya Renata L. Siregar⁴

¹²³⁴Universitas Bina Sarana Informatika, Jawa Barat, Indonesia

*Correspondence Author Email: 63220892@bsi.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis titik impas pada suatu perusahaan dengan pendekatan margin kontribusi guna menentukan jumlah penjualan yang diperlukan untuk mencapai target keuntungan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Adapun cakupannya meliputi pengumpulan data laporan laba rugi, termasuk harga penjualan per unit, biaya variabel, margin kontribusi, dan komposisi penjualan. Data ini dianalisis melalui perhitungan margin kontribusi per unit dan total penjualan, yang kemudian dikurangi dengan biaya tetap untuk menghitung pendapatan bersih. Analisis ini menggunakan rumus margin kontribusi dan rasio margin kontribusi untuk menghitung tingkat aktivitas operasional yang diperlukan dalam mencapai target laba atau titik impas. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi perusahaan dalam perencanaan penjualan serta pengambilan keputusan strategis terkait pengelolaan biaya dan keuntungan.

Kata kunci: Contribution Margin, Analisis, Penjualan Produk

Abstract

This study aims to analyze the break-even point of a company using a contribution margin approach to determine the required sales volume to achieve the target profit. The research method used in this study is quantitative. The scope includes collecting data from income statements, covering aspects such as selling price per unit, variable costs, contribution margin, and sales composition. This data is analyzed by calculating the contribution margin per unit and total sales, which are then subtracted by fixed costs to calculate net income. This analysis applies the contribution margin formula and the contribution margin ratio to calculate the level of operational activity needed to achieve the profit target or break-even point. The results of this study are expected to provide guidance for the company in sales planning and strategic decision-making related to cost and profit management.

Keywords: Contribution Margin, Analysis, Product Selling

Article History:

Submitted: November 9, 2024

Revised: November 13, 2024

Accepted: November 14, 2024

PENDAHULUAN

Situasi ekonomi nasional yang kurang stabil menyebabkan perusahaan membutuhkan perencanaan yang matang untuk menentukan arah dan sasaran di masa mendatang agar perusahaan terhindar dari kerugian atau bahkan kebangkrutan. Dalam menjalankan fungsi perencanaan (*planning*), manajemen perlu merumuskan kebijakan yang berhubungan dengan pencapaian keuntungan yang diinginkan oleh perusahaan. Karena perencanaan yang telah disusun akan menjadi pedoman dalam melaksanakan rangkaian proses pemikiran dan langkah-langkah yang mengarahkan perusahaan untuk mencapai laba.

Sasaran utama setiap perusahaan adalah memperoleh keuntungan. Untuk mencapai tingkat keuntungan yang diinginkan, perusahaan harus merancang perencanaan yang matang melalui analisis *contribution margin*. Perencanaan yang tepat ini dapat membantu memperkirakan besarnya keuntungan yang akan diperoleh perusahaan, sehingga hasil yang dicapai lebih optimal. Keberhasilan ini sangat tergantung pada kemampuan perusahaan dalam memprediksi ketidakpastian kondisi bisnis di masa depan serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi margin kontribusi dan total keuntungan perusahaan.

Fungsi perencanaan dalam analisa *contribution margin* selalu ditempatkan sebagai fungsi manajemen yang pertama. Hal ini berarti bahwa setiap langkah atau kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam perusahaan harus didasarkan pada rencana yang telah disusun sebelumnya. Setelah perencanaan tersebut dibuat, fungsi-fungsi manajemen lainnya akan mengikuti atau bahkan menjadi bagian integral dari keseluruhan sistem manajemen dalam upaya mencapai tujuan penjualan yang optimal (Krisnandi et al., 2019).

Margin kontribusi berfungsi sebagai instrumen yang dapat digunakan oleh manajer untuk menilai tingkat profitabilitas suatu produksi. Semakin tinggi margin kontribusi yang tercapai, semakin besar pula keuntungan yang akan diperoleh perusahaan. Bagi manajemen, margin kontribusi ini menjadi alat penilaian internal yang penting dalam proses pengambilan keputusan, khususnya dalam menyusun perencanaan keuntungan perusahaan (Dewi et al., 2017).

Biaya adalah pengeluaran yang berhubungan dengan aktivitas operasional harian dalam bisnis. Biaya mencakup pengeluaran yang digunakan atau habis dalam proses menghasilkan pendapatan. Contoh biaya meliputi pengeluaran untuk gaji dan upah karyawan, biaya listrik, sewa, pemasaran, administrasi, dan sebagainya. Biaya-biaya ini dicatat dalam laporan laba rugi (*income statement*) perusahaan dan dikurangkan dari pendapatan untuk menentukan laba bersih. Pengeluaran tersebut mencerminkan biaya yang terjadi dalam satu periode akuntansi tertentu.

Menurut Purwati (2023), pengertian biaya mencakup berbagai pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan, dengan istilah yang bervariasi sesuai dengan pengelompokannya. Biaya dapat diklasifikasikan berdasarkan fungsi, periode, kaitannya dengan objek yang dibiayai, volume produksi, kendali atas biaya, jangka waktu manfaat, serta perannya dalam pengambilan keputusan.

Klasifikasi biaya menurut Kurniati et al. (2019) terdiri atas beberapa jenis. Pertama, biaya tetap adalah pengeluaran yang secara keseluruhan tidak akan berubah meskipun tingkat aktivitas mengalami perubahan. Kedua, biaya variabel mencakup biaya yang jumlah keseluruhannya akan bertambah atau berkurang sesuai dengan peningkatan atau penurunan aktivitas. Ketiga, biaya semivariabel adalah biaya yang menampilkan ciri-ciri dari kedua jenis biaya, yaitu tetap dan variabel.

Contribution Margin atau margin kontribusi adalah nilai dari pendapatan bersih setelah dikurangi biaya variabel. Margin kontribusi yang diperoleh dapat digunakan untuk menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba, sehingga perencanaan laba perusahaan dapat dimaksimalkan (Sallo et al., 2024).

Laba, menurut Farid dan Salma (Cahyadi & Sulistiyo, 2018), atau disebut juga keuntungan, merupakan target utama dan acuan keberhasilan manajemen perusahaan. Melalui laba, manajemen dapat mempertahankan serta mengembangkan aktivitas bisnis.

Perencanaan laba adalah langkah dasar bagi perusahaan dalam melakukan aktivitas bisnis. Perencanaan yang baik dapat menjadi referensi dan alat kontrol bagi manajemen dalam menjalankan bisnis di masa yang akan datang (Cahyadi & Sulistiyo, 2018).

Contribution Margin, menurut Saragi (Saragih et al., 2023), adalah selisih antara pendapatan dari penjualan dan biaya variabel yang terkait dengan produk tersebut. Analisis ini bertujuan untuk memahami kontribusi produk atau layanan dalam menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba bagi perusahaan, serta bermanfaat dalam perencanaan penjualan dengan memproyeksikan jumlah unit yang perlu dijual untuk mencapai titik impas (break-even point) atau untuk merencanakan target laba. Contribution margin juga berperan menghitung potensi profit dari modal yang telah dikeluarkan; menurut Bambang (Purwati, 2023), margin ini menunjukkan bahwa saat aktivitas operasional berubah, laba atau rugi perusahaan akan meningkat atau menurun sesuai dengan besar margin kontribusi per unit.

Dengan merujuk pada latar belakang yang ada, permasalahan yang menjadi fokus penelitian dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. Bagaimana kontribusi margin dapat mempengaruhi perencanaan penjualan produk di Toko Roti Bekasi
2. Seberapa besar pengaruh margin kontribusi terhadap pencapaian target keuntungan yang diharapkan oleh Toko Roti Bekasi
3. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi margin kontribusi di Toko Roti Bekasi, dan bagaimana faktor-faktor tersebut dapat dioptimalkan dalam perencanaan penjualan produk

METODE

Penelitian kuantitatif ini menggunakan pendekatan analisis data untuk menghitung titik impas (break-even point) dengan memanfaatkan margin kontribusi. Pendekatan ini bertujuan untuk memberikan gambaran jelas mengenai jumlah penjualan yang dibutuhkan agar perusahaan dapat mencapai target keuntungan yang diinginkan. Data yang digunakan mencakup laporan laba rugi dengan komponen-komponen penting seperti harga penjualan per unit, biaya variabel per unit, margin kontribusi per unit, serta komposisi dan margin kontribusi per paket.

Tahapan analisis dimulai dengan menghitung margin kontribusi dari total penjualan. Margin kontribusi ini didapatkan setelah mengurangi biaya variabel dari pendapatan penjualan total, yang kemudian digunakan untuk menutup biaya tetap perusahaan. Setelah itu, pendapatan bersih diperoleh dengan mengurangi margin kontribusi total dengan total biaya tetap, memberikan gambaran yang akurat tentang kondisi keuangan perusahaan pada tingkat penjualan tertentu.

Perhitungan titik impas dilakukan menggunakan rumus margin kontribusi dan rasio margin kontribusi. Rumus-rumus ini tidak hanya membantu dalam menghitung titik impas tetapi juga sangat bermanfaat dalam menentukan jumlah penjualan yang dibutuhkan untuk mencapai target laba. Dengan pendekatan kontribusi ini, perusahaan dapat membuat keputusan strategis yang lebih tepat terkait perencanaan penjualan dan pengelolaan biaya, sehingga mendukung pencapaian target profitabilitas dan pengembangan perusahaan ke depannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Toko Roti di Bekasi adalah usaha individu yang bergerak di bidang pembuatan roti. Roti dibuat dalam berbagai rasa dan ukuran, termasuk coklat, stroberi, kacang hijau, mocca, keju, dan kelapa. Toko ini hanya memproduksi satu jenis roti seharga Rp500 pada awalnya. Namun, seiring berkembangnya bisnis, jenis roti ini bertambah menjadi tiga varian: Rp500, Rp1.000, dan Rp1.500

Toko Roti di Bekasi pada bediri tahun 2021 dengan modal awal sebesar Rp13.850.000 untuk membeli peralatan dan biaya pemasaran dalam memulai bisnis. Dalam memasarkan hasil produksi tersebut secara langsung, terutama di lingkungan rumah. Toko ini mulai dipromosikan ke daerah-daerah di sekitar Bekasi, seperti Bekasi Kota, Bekasi Barat, Bekasi Timur, dan Cikarang. Ini karena rasanya yang unik dan harganya yang terjangkau, yang sesuai dengan anggaran anak sekolah.

Produksi adalah kegiatan inti dalam kegiatan penjualan, di mana bahan mentah diproses menjadi produk jadi yang siap dikonsumsi oleh pelanggan. Toko Roti Bekasi membuat berbagai jenis roti dengan harga jual yang bervariasi, yaitu Rp 500, Rp1.000, dan Rp1.500, serta tersedia dalam berbagai rasa seperti cokelat, stroberi, kelapa, keju, mocca, dan kacang hijau. Rata-rata produksi tahunan untuk roti dengan harga Rp500 adalah 300.500 unit, untuk roti dengan harga Rp1.000 mencapai 260.400 unit, dan untuk roti dengan harga Rp1.500 adalah 230.300 unit.

Tabel 1. Data produksi tahun 2022

Bulan	Roti Rp500 (unit)	Roti Rp1500 (unit)	Roti Rp1500 (unit)
September	17.380	25.800	20.600
Jumlah	56.190	82.500	65.120

Tabel 2. Data penjualan tahun 2022

Bulan	Roti Rp500 (unit)	Roti Rp1500 (unit)	Roti Rp1500 (unit)	
September	17.380	25.800	20.600	63.780
Jumlah	17.380	25.800	20.600	63.780

Tabel 3. Data biaya non produksi

Keterangan	Biaya non produksi	Roti RP. 500	Roti RP. 1000	Roti RP. 1500
Kendaraan (September)	Rp. 300.000	Rp. 81.750	Rp. 121.350	Rp. 96.900
Konsumsi	Rp. 480.000	Rp. 130.800	194.160	Rp. 155.040

(September)

Tabel 4. Biaya Kosntan

Keterangan	Jumlah
Gaji Sopir	Rp. 500.000
Penyusutan Mixer	Rp. 41.500
Penyusutan Oven	Rp. 62.000
Penyusutan Kendaraan	Rp. 200.000
Total	Rp. 803.500

Hasil perhitungan biaya produksi dan non-produksi untuk tiga jenis produk roti—yaitu roti dengan harga jual Rp500, Rp1000, dan Rp1500—di bulan September 2022 dapat diuraikan sebagai berikut. Untuk Roti Rp500, biaya produksi variabel per unit meliputi beberapa komponen. Biaya Bahan Baku (BBB) tercatat sebesar Rp117,54, yang diperoleh dari total pengeluaran bahan baku sebesar Rp2.042.933 yang dibagi dengan jumlah produksi sebesar 17.380 unit. Selanjutnya, biaya bahan penolong dihitung sebesar Rp144,07, sementara biaya overhead pabrik (BOP) per unit adalah Rp94,45, dan biaya tenaga kerja langsung (BTKL) mencapai Rp45,16 per unit. Dalam biaya non-produksi, untuk setiap unit roti Rp500, biaya kendaraan adalah Rp4,70 dan biaya konsumsi adalah Rp7,53.

Pada Roti Rp1000, perhitungan biaya menunjukkan bahwa biaya bahan baku adalah Rp117,54 per unit, yang diperoleh dari total biaya bahan baku Rp3.032.536 dibagi dengan produksi sebanyak 25.800 unit. Biaya bahan penolong untuk jenis roti ini mencapai Rp144,06 per unit, sedangkan biaya overhead pabrik adalah Rp94,45, dan biaya tenaga kerja langsung dihitung sebesar Rp45,15 per unit. Biaya non-produksi mencakup biaya kendaraan sebesar Rp4,70 dan biaya konsumsi sebesar Rp7,53 per unit.

Pada roti, Roti Rp1500 memiliki biaya produksi variabel per unit dengan rincian biaya bahan baku sebesar Rp117,55 per unit, yang dihitung dari total pengeluaran bahan baku sebesar Rp2.421.531 untuk 20.600 unit produksi. Biaya bahan penolong adalah Rp144,07 per unit, sementara biaya overhead pabrik mencapai Rp94,45, dan biaya tenaga kerja langsung adalah Rp45,16 per unit. Dalam biaya non-produksi, biaya kendaraan untuk setiap unit adalah Rp4,70, dan biaya konsumsi Rp7,53.

Uraian ini memberikan gambaran lengkap mengenai komponen biaya produksi dan non-produksi yang dikeluarkan untuk setiap jenis produk roti pada bulan September 2022.

Tabel 5. Perhitungan Break even point

Keterangan	Roti Rp. 500	Roti Rp. 1000	Roti Rp. 1500	Per Paket
Harga jual per unit	Rp. 450	Rp. 700	Rp. 1200	
Biaya produksi variabel perunit	Rp. 401,22 Rp. 12,23	Rp. 401,5 Rp. 12,23	Rp. 401,23 Rp. 12,23	
Biaya non Produksi variabelper unit				

Margin kontribusi per unit = 1-2	Rp. 36,55	Rp. 286,27	Rp. 786,54	
Bauran penjualan	27,25	40,45	32,30	
Margin kontribusi per paket = 3*4	Rp. 995,99	Rp. 11.579,62	Rp. 25.405,24	Rp. 37.980,85

Untuk mencapai titik impas, total biaya tetap sebesar Rp803.500 dibagi dengan margin kontribusi per paket Rp37.980,85, menghasilkan 21,15553 paket, atau dibulatkan menjadi 21,16 paket. Berdasarkan ini, titik impas akan terjadi jika penjualan mencapai:

Roti 500an = $21,16 \times 27,25 = 577$ unit

Roti 1000an = $21,16 \times 40,45 = 856$ unit

Roti 1500an = $21,16 \times 32,30 = 683$ unit

Dalam hal ini, roti dengan harga Rp500, Rp1000, dan Rp1500 terjual masing-masing sebanyak 577 unit, 856 unit, dan 683 unit.

Laporan laba rugi bulan September menunjukkan penjualan total sebesar Rp1.678.450 dari tiga jenis produk roti: roti Rp500, roti Rp1000, dan roti Rp1500. Produk roti Rp500 terjual sebanyak 577 unit, menghasilkan pendapatan Rp259.650; roti Rp1000 terjual 856 unit dengan penjualan Rp599.200; dan roti Rp1500 terjual 683 unit dengan pendapatan Rp819.600. Total biaya produksi variabel mencapai Rp849.228, terdiri dari biaya variabel per unit sebesar Rp401,22 untuk roti Rp500, Rp401,5 untuk roti Rp1000, dan Rp401,23 untuk roti Rp1500. Biaya non-produksi variabel total Rp25.879, dihitung berdasarkan biaya per unit sebesar Rp12,23 untuk ketiga jenis roti.

Margin kontribusi yang diperoleh dari masing-masing produk adalah Rp21.089 untuk roti Rp500, Rp245.047 untuk roti Rp1000, dan Rp537.204 untuk roti Rp1500, dengan total margin kontribusi Rp803.500. Setelah dikurangi biaya tetap yang mencapai jumlah yang sama, laba atau rugi bersih untuk periode ini adalah nol, menunjukkan kondisi break-even.

Perhitungan lebih lanjut tentang titik impas dilakukan dengan rasio margin kontribusi per produk. Untuk roti Rp500, rasio kontribusinya adalah 16,54%, untuk roti Rp1000 sebesar 21,17%, dan untuk roti Rp1500 sebesar 21,17%. Dengan total biaya tetap sebesar Rp803.500 dan total rasio kontribusi 39,92%, titik impas penjualan paket ditentukan sebesar Rp2.012.775. Berdasarkan persentase kontribusi masing-masing produk, titik impas penjualan dihitung menjadi Rp548.481 untuk roti Rp500, Rp814.168 untuk roti Rp1000, dan Rp650.126 untuk roti Rp1500.

Dengan target laba sebesar Rp2.636.955, estimasi unit yang perlu terjual adalah 90,58 paket. Berdasarkan angka ini, target penjualan untuk mencapai laba adalah 2.468 unit untuk roti Rp500, 3.664 unit untuk roti Rp1000, dan 2.926 unit untuk roti Rp1500. Pada laba ini, produk roti Rp500, roti Rp1000, dan roti Rp1500 masing-masing menyumbang keuntungan sebesar Rp69.116, Rp803.846, dan Rp1.764.209, dengan total laba mencapai Rp2.636.955, sesuai dengan target laba yang ditetapkan.

Laporan lanjutan menyajikan hasil dari kondisi penjualan bulan yang berbeda. Pada skenario kedua, total penjualan mencapai Rp1.771.700, dengan biaya produksi variabel Rp940.548 dan biaya non-produksi variabel Rp27.752. Dengan total margin kontribusi Rp803.500 dan biaya tetap yang sama, hasil akhir laba atau rugi tetap pada nol. Rasio margin kontribusi ditentukan kembali, menghasilkan titik impas penjualan baru sebesar Rp2.169.862, yang terbagi menjadi Rp609.731 untuk roti Rp500, Rp862.086 untuk roti Rp1000, dan Rp698.045 untuk roti Rp1500.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada Toko Roti Bekasi mengenai perhitungan titik impas menggunakan metode margin kontribusi sebagai alat perencanaan laba, dapat disimpulkan bahwa:

1. Perhitungan titik impas menunjukkan berapa banyak unit yang perlu dijual untuk menutupi biaya tetap. Dengan margin kontribusi per unit, perusahaan tahu jumlah produk yang harus terjual untuk menghindari kerugian dan mencapai target laba.
2. Metode margin kontribusi membantu perusahaan memahami kontribusi setiap produk untuk menutupi biaya tetap dan meraih laba. Ini juga membantu merencanakan penjualan secara lebih efisien dan mengurangi risiko kerugian.

Dengan analisis margin kontribusi, Toko Roti Bekasi bisa lebih mudah memprediksi jumlah penjualan yang dibutuhkan untuk mencapai titik impas dan keuntungan yang diinginkan, serta membuat keputusan yang lebih baik mengenai harga dan volume penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adri Sallo, A., Elim, I., & Mawikere, L. (2024). Contribution margin analysis as a tool for profit planning in the PT Labiva Jaya Utama travel services business in Parepare. *Indonesian Journal of Advanced Research*, 3(4), 425–448. <https://doi.org/10.55927/ijar.v3i4.8742>
- Cahyadi, N. Y., & Sulistiyo, S. (2018). Analisis biaya volume laba sebagai alat perencanaan laba pada CV Waringin Putih Semarang. *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (AKUNBISNIS)*, 1(1), 10–28. <https://doi.org/10.32497/akunbisnis.v1i1.1225>
- Dewi, D. R. R., Wibowo, S. B., & Sulistyowati, N. W. (2017). Analisis hubungan margin kontribusi sebagai alat bantu perencanaan laba pada industri gamelan Margo Laras Kauman Magetan periode 2014-2016. *FIPA: Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi*, 5(September), 179–192.
- Krisnandi, H., Efendi, S., & Sugiono, E. (2019). *Pengantar manajemen* (Melati, Ed.). LPU-UNAS.
- Kurniati, I. D., Setiawan, R., Rohmani, A., Lahdji, A., Tajally, A., Ratnaningrum, K., Basuki, R., Reviewer, S., & Wahab, Z. (2019). *Buku ajar biaya akuntansi* (S. Sartika, Ed.). UMSIDA Press.
- Purwati, A. (2023). *Akuntansi manajemen* (G. Sartika, Ed.). Salemba Humanika.
- Saragih, K., Julia, N. O., Saragih, R., Panjaitan, Y., Tinggi Ilmu Ekonomi Jayakarta, S., & Unika Atmajaya kunci, F. (2023). Pengaruh contribution margin, ukuran dan pertumbuhan penjualan terhadap harga saham pada perusahaan

barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 240–251.

Suryadi, T., & Rahayu, D. (2020). Pengaruh analisis biaya volume laba terhadap perencanaan laba pada perusahaan manufaktur. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 11(3), 301–314. <https://doi.org/10.30587/jem.v11i3.4567>

Siregar, S. P., & Sitompul, R. (2019). Pengaruh margin kontribusi dan struktur biaya terhadap kinerja keuangan pada usaha kecil dan menengah. *Jurnal Keuangan dan Akuntansi*, 7(1), 15–29. <https://doi.org/10.31941/jka.v7i1.1789>

Wijaya, Y., & Budiman, D. (2021). Implementasi perencanaan laba melalui analisis contribution margin pada perusahaan dagang. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 5(2), 132–145. <https://doi.org/10.35790/jab.v5i2.2345>