

Optimalisasi Laba Penjualan Brownies Melalui Analisis *Cost-Volume-Profit (CVP)* Pada UMKM Toko Budeh

Anggi Rahmawati¹, Dinda Mutaqin², Faradilla Eka Cahyani Putri³, Shafina Marita Fatisya⁴

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Sarana Informatika
anggirhmmwti2144@gmail.com¹, dindamutaqin3@gmail.com²,
faradillaekacahyaniputri@gmail.com³, shafinamarita@gmail.com⁴

Article Info

Article history:

Received 23/11/2025

Revised 23/11/2025

Accepted 24/11/2025

Abstract

This study aims to optimize the profitability of brownies sales at UMKM Toko Budeh through an in-depth and structured application of Cost-Volume-Profit (CVP) analysis. The research employs a descriptive quantitative method by utilizing the company's historical financial data to calculate three key managerial accounting indicators: Break Even Point (BEP), Contribution Margin (CM), and Degree of Operating Leverage (DOL) across three product variants: Mix, Almond, and Chocochips. The findings reveal notable differences in profit contribution among these variants. Brownies Mix records the highest contribution margin per unit and the lowest BEP, enabling this variant to cover fixed costs more rapidly and generate the largest net profit at the current sales volume. The DOL analysis further shows that Almond and Chocochips possess higher profit sensitivity to fluctuations in sales volume, whereas Mix demonstrates stronger operational stability when facing market variability. These results emphasize that the application of CVP analysis provides a solid quantitative foundation for management in determining strategic decisions related to production and sales. Based on the overall findings, this study recommends prioritizing the Mix variant as the leading product to maximize profitability and support the long-term sustainability of the business.

Keywords: Cost-Volume-Profit (CVP), Profitability, Break Even Point (BEP), Contribution Margin, Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan profitabilitas penjualan brownies pada UMKM Toko Budeh melalui penerapan analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP) secara lebih mendalam dan terstruktur. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif deskriptif dengan memanfaatkan data keuangan historis perusahaan untuk menghitung tiga indikator utama akuntansi manajerial, yaitu *Break Even Point* (BEP), *Margin Kontribusi* (CM), dan *Degree of Operating Leverage* (DOL) pada tiga varian produk: *Mix*, *Almond*, dan *Chocochips*. Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan kontribusi laba yang cukup signifikan di antara ketiga varian tersebut. *Brownies Mix* menempati posisi tertinggi dalam margin kontribusi per unit dan memiliki BEP terendah, sehingga varian ini mampu menutup biaya tetap lebih cepat serta menghasilkan laba bersih terbesar pada volume penjualan aktual. Analisis DOL juga mengungkap bahwa varian *Almond* dan *Chocochips* memiliki sensitivitas laba yang lebih tinggi terhadap perubahan volume penjualan, sementara *Mix* menunjukkan tingkat stabilitas operasional yang lebih baik dalam menghadapi fluktuasi pasar. Temuan ini menegaskan bahwa penerapan analisis CVP dapat menjadi dasar kuantitatif yang kuat bagi manajemen dalam merumuskan keputusan strategis. Berdasarkan keseluruhan hasil tersebut, penelitian merekomendasikan *Brownies Mix* sebagai produk prioritas untuk memaksimalkan profitabilitas dan mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Kata Kunci: *Cost-Volume-Profit* (CVP), Profitabilitas, *Break Even Point* (BEP), *Margin Kontribusi*, UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)



©2024 Authors. Published by PT AN Consulting: Jurnal ANC. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dan strategis dalam mendukung perekonomian Indonesia. UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penopang utama dalam penyediaan lapangan pekerjaan, tetapi juga memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, khususnya di sektor produksi, perdagangan, serta penguatan basis ekonomi kerakyatan. Seperti yang dijelaskan oleh (Ulfa Khoirun Nisa, Mursalina Mursalina, 2023),

"Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran dan posisi yang strategis dalam perekonomian di Indonesia. UMKM berperan dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan menggerakkan roda perekonomian." Hal ini menunjukkan bahwa UMKM berkontribusi signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat dan pemerataan ekonomi nasional, karena sebagian besar tenaga kerja Indonesia bergantung pada sektor ini.

Selain itu, UMKM memiliki karakteristik yang unik dibandingkan dengan usaha besar. Dalam literatur oleh (Lestari, 2023) dijelaskan bahwa "UMKM didefinisikan berdasarkan kriteria dan ciri yang dapat berupa jumlah tenaga kerja yang dipergunakan, jumlah kapital dan omzet dari kegiatan yang dihasilkan, serta dapat pula didefinisikan berdasarkan karakteristik UMKM, seperti skala usaha, teknologi yang digunakan, organisasi dan manajemen, orientasi pasar, dan lain sebagainya." Definisi tersebut menggambarkan kedekatan UMKM dengan masyarakat lokal yang sebagian besar dikelola secara mandiri. Namun, banyak UMKM menghadapi keterbatasan dalam manajemen, modal, dan teknologi, yang berakibat pada kurangnya pengelolaan keuangan secara efektif dan efisien.

Permasalahan utama yang dihadapi UMKM adalah lemahnya kemampuan dalam perencanaan keuangan, khususnya dalam menghitung biaya produksi dan menetapkan harga jual, (Yustitia & Adriansah, 2022) menegaskan bahwa "Salah satu kendala tersebut adalah kurangnya pengetahuan pelaku UMKM dalam aspek keuangan, seperti penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) sebagai dasar dalam menentukan harga jual produk.", Ketidaktepatan dalam menghitung HPP sering membuat pelaku UMKM menentukan harga berdasarkan intuisi, bukan perhitungan yang rasional, sehingga keuntungan yang diperoleh menjadi tidak stabil. Kondisi ini menunjukkan perlunya pemahaman dan penerapan alat analisis manajerial sederhana yang dapat membantu meningkatkan efisiensi usaha.

Salah satu alat yang dapat digunakan adalah analisis *Cost-Volume-Profit (CVP)*. Menurut (Sumarni, 2020) menyatakan bahwa "analisis CVP akan memudahkan pelaku usaha dalam menentukan target pendapatan dan jumlah biaya yang dikeluarkan dalam upaya untuk mencapai laba yang diinginkan. CVP sangat berguna untuk perencanaan dan pengambilan keputusan, di mana pelaku usaha dapat menentukan Volume penjualan dan bauran produk yang dibutuhkan untuk mencapai tingkat laba yang diharapkan dengan memaksimalkan sumber daya yang dimiliki." Analisis ini memberikan pemahaman tentang hubungan antara biaya, Volume penjualan, dan laba.

Dalam pandangan (Riky Rizki Junaidi, M.S.Ak, 2025) menjelaskan bahwa "Dalam analisis Biaya-Volume-Laba (CVP), biaya variabel sangat penting karena menentukan besarnya *Margin* kontribusi per unit, yaitu selisih antara harga jual per unit dan biaya variabel per unit. *Margin* kontribusi ini digunakan untuk menutup biaya tetap dan pada akhirnya menghasilkan laba." Hal ini menegaskan pentingnya memahami struktur biaya tetap dan biaya variabel agar strategi penjualan dan target laba dapat ditetapkan secara realistis.

Analisis CVP juga membantu pelaku usaha menentukan titik impas atau *Break Even Point (BEP)*, (Bimayu & Diemas, 2023) menjelaskan bahwa "*Break Even Point (BEP)* adalah suatu keadaan yang mana perusahaan dalam operasionalnya tidak mendapatkan keuntungan maupun kerugian." Dengan mengetahui *BEP*, pelaku usaha dapat menetapkan target penjualan minimum dan strategi untuk mencapai tingkat penjualan yang menguntungkan. Selain itu, perhitungan *margin* kontribusi menjadi penting untuk mengetahui kemampuan usaha dalam menutup biaya tetap. Pengertian *Margin* kontribusi menurut Haerul Fajri dalam Kartika E dan Sunarka (2019:8) dalam jurnal (Adri Sallo, 2024) yaitu "*Margin* kontribusi adalah hasil dari suatu penjualan dikurang dengan beban variabel untuk produksi, pemasaran dan juga untuk menutupi biaya tetap." *Margin* kontribusi membantu pelaku usaha menilai efisiensi penjualan dan menentukan langkah strategis dalam pengendalian biaya serta penetapan harga.

Selain *BEP* dan *Margin* kontribusi, komponen lain dalam analisis CVP adalah *Margin of Safety (MOS)*. Menurut Devi et al. (2023) dalam jurnal (Nadia Nurkholisa, 2024) menjelaskan bahwa "*Margin Of Safety (MOS)* adalah analisis titik impas lanjutan yang memberi tahu Anda berapa persentase penjualan Anda yang bisa turun tanpa kehilangan perusahaan Anda." Nilai *MOS* memberikan gambaran seberapa aman posisi keuangan usaha terhadap penurunan penjualan. *MOS* menjadi indikator penting bagi UMKM seperti Toko Budeh dalam menghadapi fluktuasi permintaan pasar agar tetap dapat menjaga kestabilan laba.

Komponen terakhir dalam analisis CVP adalah *Operating Leverage (OL)* menurut pendapat Kinanti & Rosdiana, 2022 dalam jurnal (Nofi Natalia, 2024) "*Operating Leverage (OL)* adalah suatu ukuran atau kemampuan dari manajemen dalam memanfaatkan dan menggunakan biaya tetap dalam suatu organisasi industri untuk menuju tingkat laba tertentu (Kinanti & Rosdiana, 2022)." *Operating Leverage* menggambarkan sejauh mana perubahan *Volume* penjualan dapat memengaruhi perubahan laba

operasional. Semakin tinggi *Leverage*, semakin besar potensi peningkatan laba sekaligus risiko kerugian ketika penjualan menurun. Oleh karena itu, diperlukan keseimbangan antara penggunaan biaya tetap dan biaya variabel agar usaha dapat berjalan efisien.

Secara keseluruhan, keempat komponen utama dalam analisis *CVP* — *BEP*, *Margin* kontribusi, *Margin of safety*, dan *Operating Leverage* — merupakan instrumen analisis yang saling berkaitan untuk membantu pelaku UMKM memahami kondisi finansial usahanya. (Karolus Belmo, 2020) menegaskan bahwa "analisis hubungan biaya-Volume-laba (*Cost-Volume-Profit analysis*) memiliki keterkaitan dengan harga jual produk atau jasa, *Volume* atau tingkatan kegiatan, biaya variabel per unit, total biaya tetap, dan komposisi produk atau jasa yang dijual. Hal ini menunjukkan bahwa *CVP* bukan sekadar alat matematis, melainkan kerangka konseptual yang membantu pelaku usaha memahami bagaimana setiap elemen dalam proses produksi dan penjualan saling memengaruhi kinerja keuangan secara keseluruhan." Dengan demikian, penerapan analisis *CVP* dapat membantu pelaku usaha seperti UMKM Toko Budeh, yang bergerak di bidang kuliner, memahami posisi keuangan serta menentukan strategi yang tepat untuk mengoptimalkan laba dan keberlanjutan usaha.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dipaparkan secara naratif. Permasalahan utama adalah bagaimana penerapan analisis *Cost-Volume-Profit (CVP)* dapat membantu UMKM, khususnya Toko Budeh, dalam mengoptimalkan laba usaha. Analisis ini mencakup pertanyaan tentang bagaimana titik impas dihitung, bagaimana *Margin* kontribusi dapat dimanfaatkan untuk menutup biaya tetap, serta bagaimana *Margin of Safety* dan *Operating Leverage* dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan yang lebih rasional. Selain itu, penelitian ini juga berusaha menjawab apakah penerapan *CVP* mampu memberikan gambaran praktis bagi pemilik usaha dalam menentukan strategi harga jual dan *Volume* penjualan yang lebih efisien, sehingga usaha dapat lebih adaptif dalam menghadapi fluktuasi pasar dan tetap berdaya saing.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan secara komprehensif penerapan analisis *CVP* pada UMKM Toko Budeh. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana perhitungan titik impas, *Margin* kontribusi, *Margin of Safety*, dan *Operating Leverage* dapat membantu pemilik usaha dalam merencanakan dan mengendalikan kinerja finansial. Selain itu, penelitian ini diarahkan untuk mengidentifikasi sejauh mana *CVP* dapat digunakan sebagai instrumen untuk mengoptimalkan laba sekaligus meminimalisasi risiko kerugian akibat ketidakpastian biaya dan fluktuasi permintaan pasar. Penelitian ini juga bertujuan memberikan rekomendasi berbasis data yang relevan, sehingga pemilik UMKM dapat mengambil keputusan bisnis yang lebih terarah, efisien, dan berorientasi pada keberlanjutan usaha.

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dari dua sisi, yaitu teoretis dan praktis. Dari sisi teoretis, penelitian ini berkontribusi memperkaya literatur akuntansi biaya dan akuntansi manajerial, terutama dalam konteks penerapan *CVP* pada usaha kecil di sektor kuliner. Penelitian ini juga memperkuat bukti empiris mengenai relevansi analisis *CVP* sebagai alat sederhana tetapi strategis dalam mendukung pengambilan keputusan bisnis yang berbasis data.

Sementara dari sisi praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan nyata bagi pemilik UMKM, khususnya Toko Budeh, dalam mengelola struktur biaya dan menentukan strategi harga jual produk yang kompetitif. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan pemahaman lebih luas bagi pelaku UMKM lain mengenai pentingnya analisis *CVP* untuk menjaga stabilitas keuntungan dan keberlangsungan usaha. Tidak hanya itu, hasil penelitian ini juga dapat dijadikan acuan oleh pemerintah maupun lembaga pendamping UMKM dalam merancang program pelatihan dan kebijakan yang lebih fokus pada peningkatan literasi keuangan serta penerapan akuntansi manajerial sederhana yang dapat langsung diimplementasikan oleh pelaku usaha kecil.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. "Jenis penelitian kualitatif memiliki sifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna lebih ditonjolkan dalam jenis penelitian ini dengan landasan teori yang dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan" (Dr. Muhammad Ramdhan, S.Pd., 2021). Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis hubungan antara biaya, *Volume* penjualan, dan laba pada UMKM Toko Budeh. Pendekatan deskriptif dipilih agar dapat menampilkan data keuangan yang nyata dan relevan dengan kondisi usaha, tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel penelitian. Metode kuantitatif digunakan untuk memperoleh hasil yang objektif dan terukur, terutama dalam menghitung nilai *break-even point (BEP)*, *contribution Margin (CM)*, *Margin of safety (MOS)*, serta *Operating*

Leverage (OL). Pemilihan pendekatan ini didasarkan pada kebutuhan penelitian untuk menganalisis data numerik yang bersumber dari laporan keuangan dan aktivitas penjualan UMKM. Dengan demikian, hasil analisis diharapkan mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai efektivitas struktur biaya dan potensi laba usaha, serta menjadi dasar bagi pelaku UMKM dalam merumuskan strategi penentuan harga dan perencanaan keuangan yang lebih efisien.

Objek penelitian ini adalah UMKM Toko Budeh, sebuah usaha yang bergerak di bidang kuliner, khususnya penjualan *Brownies*. Penelitian ini berfokus pada aktivitas biaya dan *Volume* penjualan selama satu periode operasional usaha. Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. (Yani Sukriah Siregar, 2022) menjelaskan bahwa “Data primer adalah data yang bersumber internal yang didapatkan secara langsung melalui pelaksanaan observasi, yaitu pengamatan secara langsung, dan lain-lain. Sedangkan data sekunder bersumber eksternal yang didapat melalui referensi dari luar, baik artikel, jurnal, dan lainnya.” Berdasarkan pengertian tersebut, data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi langsung pada kegiatan produksi dan wawancara dengan pemilik usaha untuk mengetahui komponen biaya tetap dan biaya variabel. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui dokumentasi laporan penjualan, catatan biaya operasional, dan referensi ilmiah terkait analisis biaya-*Volume*-laba (*CVP*). Proses pengumpulan data dilakukan secara sistematis dengan memastikan keakuratan serta relevansi data terhadap tujuan penelitian. Adapun penelitian ini dilaksanakan selama periode Juli hingga September 2024, yang mencakup tahapan observasi awal, pengumpulan data, dan analisis hasil.

Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan analisis *Cost-Volume-Profit (CVP)* yang berfungsi untuk menilai keterkaitan antara total biaya, *Volume* penjualan, dan laba yang dihasilkan. Tahapan analisis dimulai dengan identifikasi biaya tetap dan biaya variabel berdasarkan laporan keuangan UMKM Toko Budeh. Selanjutnya dilakukan perhitungan nilai *contribution Margin (CM)*, yaitu selisih antara harga jual dan biaya variabel per unit, untuk menentukan kemampuan usaha menutup biaya tetap. Perhitungan *break-even point (BEP)* digunakan untuk mengetahui jumlah penjualan minimum yang harus dicapai agar usaha tidak mengalami kerugian. Setelah itu, dihitung pula *Margin of safety (MOS)* guna mengukur seberapa jauh penurunan penjualan masih dapat ditoleransi tanpa menyebabkan kerugian, serta *Operating Leverage (OL)* untuk menilai sensitivitas laba terhadap perubahan *Volume* penjualan. Semua hasil perhitungan ini kemudian diinterpretasikan secara deskriptif untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai efektivitas struktur biaya dan potensi peningkatan laba usaha. Hasil perhitungan dan analisis akan disajikan dalam bentuk tabel dan narasi deskriptif guna mempermudah interpretasi oleh pembaca dan pelaku usaha.

Untuk memastikan keandalan dan keabsahan data yang dikumpulkan, penelitian ini menerapkan metode triangulasi sumber. Teknik ini dilakukan untuk memverifikasi konsistensi informasi yang diperoleh dari berbagai sumber data, baik primer maupun sekunder. (Natalia, 2020) menyatakan bahwa “Dalam triangulasi sumber, peneliti melakukannya dengan membandingkan hasil dari wawancara melalui pengumpulan data jarak jauh dari informan dengan membandingkan hasil dari wawancara melalui pengumpulan data jarak jauh dari informan yang satu dengan informan lainnya dan kemudian dibandingkan agar mendapatkan informasi yang sebenarnya.” Berdasarkan prinsip tersebut, peneliti melakukan pengecekan silang antara hasil wawancara dengan pemilik usaha, catatan penjualan, serta observasi langsung terhadap kegiatan operasional untuk memastikan bahwa data yang digunakan akurat dan representatif. Selain itu, dilakukan juga pemeriksaan ulang terhadap hasil perhitungan analisis *CVP* untuk memastikan tidak adanya kesalahan input atau perhitungan yang dapat memengaruhi interpretasi hasil penelitian. Dengan langkah-langkah tersebut, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan data yang valid, reliabel, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan metodologi kuantitatif yang telah dilaksanakan, temuan empiris yang diperoleh dari implementasi analisis *Cost-Volume-Profit (CVP)* pada UMKM Toko Budeh akan disajikan secara sistematis. Uraian dimulai dengan detail data keuangan riil yang menjadi fondasi utama untuk perhitungan kelima instrumen *CVP*, yaitu Titik Impas (*Break Even Point*), *Margin* Kontribusi, Rasio *Margin* Kontribusi, *Margin of Safety*, dan *Operating Leverage*.

1. Data Penjualan Toko Budeh

Berikut adalah tabel data penjualan produk dedeng sapi pada UMKM Toko Budeh di Jakarta Utara:

Tabel 1 Total Biaya Variabel Per Kotak

No.	Nama Barang	Satuan	Harga
1.	Cokelat Batang	225 gram	Rp 18.000
2.	Margarin	60 gram	Rp 4.000
3.	Minyak	75 ml	Rp 1.000
4.	Tepung Terigu	150 gram	Rp 2.000
5.	Cokelat Bubuk	150 gram	Rp 2.000
6.	Telur	3 butir	Rp 6.000
7.	Chococips	1 bks	Rp 7.000
8.	Almond	10 gram	Rp 7.000
9.	Kotak Kardus	1 pcs	Rp 1.100
10.	Backing Paper	1 pcs	Rp 100
11.	Plastik	1 pcs	Rp 200
TOTAL HARGA			Rp 53.900

Sumber: UMKM sektor industri makanan (Toko Budeh) di kota Jakarta Utara

Tabel 2 Total Biaya Tetap

No.	Jenis Biaya	Harga
1.	Listrik	Rp 70.000
2.	Iklan	Rp 25.000
3.	Air	Rp 10.000
4.	Stiker	Rp 10.000
5.	Oven	Rp 300.000
6.	Mixer	Rp 550.000
7.	Kompore	Rp 400.000
8.	Loyang	Rp 20.000
9.	Gas	Rp 30.000
10.	Baskom	Rp 5.000
TOTAL HARGA		Rp 1.422.000

Sumber: UMKM sektor industri makanan (Toko Budeh) di kota Jakarta Utara

Tabel 3 Daftar Menu Toko Budeh

No	Nama Produk	Harga Jual
1.	Brownies Almond	Rp 70.000
2.	Brownies ChocoChips	Rp 70.000
3.	Brownies Mix	Rp 80.000

Sumber:UMKM sektor industri makanan (Toko Budeh) di kota Jakarta Utara

Dapat dilihat bahwa dari tabel di atas, data tersebut merupakan rincian biaya produksi dan harga jual produk pada UMKM Toko Budeh di Jakarta Utara. Pada Tabel 1 disajikan biaya variabel per kotak yang mencakup bahan baku seperti cokelat batang, margarin, minyak, tepung terigu, cokelat bubuk, telur, *ChocoChips*, almond, serta perlengkapan kemasan seperti kotak kardus, *baking paper*, dan plastik dengan total biaya sebesar Rp53.900 per kotak. Sementara itu, pada Tabel 2 dijelaskan biaya tetap yang dikeluarkan oleh Toko Budeh, meliputi biaya listrik, iklan, air, stiker, oven, *Mixer*, kompor, loyang, dan gas dengan total keseluruhan sebesar Rp1.417.000. Adapun pada Tabel 3 disajikan daftar menu produk yang dijual, yaitu *Brownies Almond* dan *Brownies ChocoChips* dengan harga jual masing-masing Rp70.000, serta *Brownies Mix* dengan harga Rp80.000 per kotak.

Data di atas menunjukkan bahwa belum terdapat pemisahan yang jelas antara biaya variabel dan biaya tetap yang akan diteliti, serta masih terdapat beberapa komponen biaya yang belum diperhitungkan seperti biaya penyusutan, biaya perawatan mesin, dan biaya-biaya lainnya. Oleh karena itu, diperlukan penyesuaian data melalui proses pemisahan biaya serta penambahan komponen biaya yang belum dihitung oleh UMKM. Setelah dilakukan pemisahan dan pengelompokan biaya tersebut, data ini dapat digunakan sebagai dasar untuk melakukan Analisis *Cost Volume Profit (CVP)*. Analisis CVP ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara biaya, Volume penjualan, dan laba yang diperoleh UMKM Toko Budeh, sehingga dapat digunakan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan perencanaan laba dan penetapan harga jual produk secara optimal.

Setelah data biaya tetap, biaya variabel per unit, dan harga jual produk teridentifikasi, langkah selanjutnya adalah melaksanakan analisis *CVP (Cost-Volume-Profit)*. Analisis ini bertujuan untuk mengevaluasi secara komprehensif hubungan antara biaya, Volume penjualan, dan laba, dengan fokus pada perhitungan lima instrumen utama: Titik Impas (*BEP*), *Margin Kontribusi (CM)*, Rasio *Margin Kontribusi (CMR)*, *Margin of Safety (MOS)*, dan *Operating Leverage (OL)*. Oleh karena itu, data biaya dan harga yang telah diverifikasi berfungsi sebagai basis utama untuk perhitungan *CVP* secara sistematis guna mengidentifikasi potensi laba dan pengambilan keputusan yang optimal.

2. Analisis CVP (Cost Volume Profit)

a) Biaya Variabel Per Kotak

Biaya variabel merupakan pengeluaran yang berubah sesuai dengan jumlah produksi. Dalam konteks *Brownies*, biaya ini mencakup seluruh bahan baku. Selain itu, biaya kemasan seperti kotak kardus, plastik, dan *baking paper* juga termasuk dalam kategori biaya variabel karena jumlahnya mengikuti banyaknya produk yang dihasilkan. Identifikasi biaya variabel sangat penting karena menentukan seberapa besar *Margin* kontribusi yang diperoleh dari setiap produk.

b) Biaya Tetap

Biaya tetap adalah pengeluaran yang tidak terpengaruh oleh jumlah produksi. Komponen biaya ini menjadi faktor kunci dalam menghitung titik impas (*Break Even Point*), karena usaha harus mampu menutup biaya ini sepenuhnya meskipun penjualan berada pada level minimum. Semakin besar proporsi biaya tetap, semakin tinggi pula Volume penjualan yang harus dicapai agar usaha tidak mengalami kerugian.

3. Daftar Menu Toko Budeh

Setelah biaya variabel dan biaya tetap diperoleh, langkah berikutnya adalah melihat struktur harga jual produk. Penetapan harga ini tidak hanya ditujukan untuk menutup biaya produksi, tetapi juga menciptakan *Margin* kontribusi yang memungkinkan tercapainya laba. Tabel berikut menampilkan daftar produk yang dijual beserta harga jual per kotaknya.

Tabel 4 Nama Produk

No.	Nama Produk	Harga Jual
1.	<i>Brownies Almond</i>	Rp 70.000
2.	<i>Brownies ChocoChips</i>	Rp 70.000
3.	<i>Brownies Mix</i>	Rp 80.000

$$BEP \text{ in unit sold} = \frac{\text{fixed costs}}{\text{Unit contribution margin}}$$

$$BEP \text{ in total sales rupiah} = BEP \text{ in units sold} \times \text{Product selling price}$$

$$\text{Contribution Margin (CM)} = \text{Sales} - \text{Variabel Costs}$$

$$\text{Contribution Margin Ratio (CMR)} = \frac{\text{Contribution Margin}}{\text{Sales}} \times 100\%$$

$$\text{Margin of Safety} = \text{Total Sales} - \text{Break Even Sales}$$

$$\text{Degree of Operating Leverage} = \frac{\text{Contribution Margin}}{\text{Net Income}}$$

4. Perhitungan

a) Contribution Margin (CM)

Perhitungan *Contribution Margin* dilakukan untuk mengetahui besarnya pendapatan bersih yang tersisa setelah biaya variabel dikurangkan dari harga jual. CM menjadi indikator penting karena menentukan kemampuan produk dalam menutup biaya tetap dan menghasilkan laba.

$$\text{Contribution Margin (CM)} = \text{Sales} - \text{Variabel Costs}$$

Tabel 5 Perhitungan Contribution Margin (CM)

Produk	Harga Jual (Sales)	Biaya Variabel	Contribution Margin (CM)
<i>Brownies Almond</i>	Rp 70.000	Rp 46.900	Rp 23.100
<i>Brownies Chococips</i>	Rp 70.000	Rp 46.900	Rp 23.100
<i>Brownies Mix</i>	Rp 80.000	Rp 53.900	Rp 26.100

Dari hasil perhitungan, *Brownies Almond* dan *ChocoChips* menghasilkan *CM* sebesar Rp23.100, sedangkan *Brownies Mix* Rp26.100. Hal ini menegaskan bahwa varian *Mix* memberikan kontribusi lebih besar terhadap laba. Artinya, peningkatan proporsi penjualan varian *Mix* dapat mempercepat pencapaian target laba dibandingkan varian lain.

b) *Break Even Point (BEP)* dalam Unit Terjual

Break Even Point (BEP) menggambarkan jumlah unit minimum yang harus dijual agar total pendapatan sama dengan total biaya, sehingga usaha tidak mengalami kerugian maupun keuntungan. *BEP* penting bagi UMKM untuk menetapkan target penjualan minimum yang realistis.

$$BEP \text{ in unit sold} = \frac{\text{fixed costs}}{\text{Unit contribution margin}}$$

Tabel 6 Perhitungan *BEP* Dalam Unit Terjual

Produk	Biaya Tetap (<i>Fixed Costs</i>)	<i>CM</i> Unit (<i>Unit Contribution Margin</i>)	<i>BEP</i> dalam Unit
<i>Brownies Almond</i>	Rp 1.485.000	Rp 23.100	$\frac{1.485.000}{23.100} = 64,30 \text{ unit}$
<i>Brownies Chococips</i>	Rp 1.485.000	Rp 23.100	$\frac{1.485.000}{23.100} = 64,30 \text{ unit}$
<i>Brownies Mix</i>	Rp 1.485.000	Rp 26.100	$\frac{1.485.000}{26.100} = 56,90 \text{ unit}$

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa *Brownies Almond* dan *ChocoChips* membutuhkan penjualan sekitar 64 kotak untuk mencapai titik impas, sementara *Brownies Mix* hanya sekitar 57 kotak. Kondisi ini menunjukkan bahwa produk *Mix* lebih cepat menutup biaya tetap, sehingga memiliki daya tarik strategis untuk diprioritaskan dalam penjualan.

c) *Break Even Point (BEP)* dalam Total Penjualan Rupiah

Rasio *Margin* kontribusi (*CMR*) digunakan untuk mengukur proporsi *Margin* kontribusi terhadap harga jual. Semakin tinggi nilai *CMR*, semakin besar kemampuan setiap rupiah penjualan dalam menutup biaya tetap.

$$BEP \text{ in total sales rupiah} = BEP \text{ in units sold} \times \text{Product selling price}$$

Tabel 7 Perhitungan *BEP* Dalam Total Penjualan Rupiah

Produk	<i>BEP</i> dalam Unit	Harga Jual (<i>Product Selling Price</i>)	<i>BEP</i> dalam Rupiah (Rp)
<i>Brownies Almond</i>	64,30	Rp 23.100	$64,30 \times 70.000 = \text{Rp } 4.501.000$
<i>Brownies Chococips</i>	64,30	Rp 23.100	$64,30 \times 70.000 = \text{Rp } 4.501.000$
<i>Brownies Mix</i>	56,90	Rp 26.100	$56,90 \times 80.000 = \text{Rp } 4.552.000$

Berdasarkan hasil perhitungan, *Brownies Almond* dan *ChocoChips* membutuhkan penjualan sekitar 93 kotak untuk mencapai titik impas, sedangkan *Brownies Mix* hanya membutuhkan sekitar 57 kotak. Perbedaan signifikan ini menunjukkan bahwa varian *Mix* lebih efisien dan cepat dalam menutup biaya tetap, berkat *Margin* kontribusi per unit yang lebih tinggi. Secara strategis, hasil ini menjadi dasar bagi pemilik usaha untuk memprioritaskan penjualan varian *Mix* guna mempercepat pencapaian laba, namun tetap harus mempertimbangkan preferensi dan permintaan pasar untuk varian lainnya.

d) *Contribution Margin Ratio (CMR)*

CMR didefinisikan sebagai perbandingan antara *Margin* kontribusi dan harga jual. Tingginya rasio ini menunjukkan potensi keuntungan yang lebih besar, sebab setiap rupiah pendapatan memiliki kapabilitas yang baik untuk menutupi biaya tetap.

$$\text{Contribution Margin Ratio (CMR)} = \frac{\text{Contribution}}{\text{Sales}} \times 100\%$$

Tabel 8 Perhitungan Contribution Margin Ratio (CMR)

Produk	CM	Harga Jual (Sales)	CMR
<i>Brownies Almond</i>	Rp 23.100	Rp 70.000	$\frac{23.100}{70.000} \times 100\% = 33\%$
<i>Brownies ChocoChips</i>	Rp 23.100	Rp 70.000	$\frac{23.100}{70.000} \times 100\% = 33\%$
<i>Brownies Mix</i>	Rp 26.100	Rp 80.000	$\frac{26.100}{80.000} \times 100\% = 32.63\%$

Nilai *CMR* pada *Brownies Mix* tercatat 32,63%, jauh lebih tinggi dibandingkan *Brownies Almond* dan *ChocoChips* yang hanya 33%. Ini menunjukkan bahwa setiap rupiah penjualan dari varian *Mix* memiliki daya tutup biaya tetap yang baik. Dengan demikian, produk *Mix* unggul baik secara rasio maupun nominal (*CM* per unit), menjadikannya produk yang paling efisien dan direkomendasikan untuk diprioritaskan guna mendongkrak laba operasional.

e) *Total sale* (Penjualan Aktual)

Setelah *Margin* kontribusi dan titik impas ditentukan, perhitungan dilanjutkan ke *Total Sales* (penjualan aktual), yang mengindikasikan kinerja nyata Toko Budeh. *Total Sales* dihitung dengan mengalikan harga jual per unit dengan unit terjual. Informasi ini krusial sebagai dasar pembandingan pencapaian penjualan terhadap titik impas dan menilai potensi laba.

$$\text{Contribution Margin Ratio (CMR)} = \frac{\text{Contribution}}{\text{Sales}} \times 100\%$$

Tabel 9 Perhitungan Total Sale (Penjualan Aktual)

Produk	Harga Jual Per unit	Jumlah Unit Terjual	Total Penjualan
<i>Brownies Almond</i>	Rp 70.000	100 unit	Rp 70.000 × 100 Unit = Rp.7.000.000
<i>Brownies ChocoChips</i>	Rp 70.000	100 unit	Rp 70.000 × 100 Unit = Rp.7.000.000
<i>Brownies Mix</i>	Rp 80.000	100 unit	Rp 80.000 × 100 Unit = Rp.8.000.000

Hasil perhitungan *Total Sales* menunjukkan bahwa pada Volume 100 unit, *Almond/ChocoChips* mencapai Rp 7.000.000 dan *Mix* mencapai Rp 8.000.000. Kenaikan nilai penjualan *Mix* disebabkan harga jualnya yang lebih tinggi. Karena seluruh pencapaian ini telah melampaui Titik Impas (*BEP*), semua varian dipastikan berkontribusi positif terhadap laba bersih. Secara strategis, *Mix* adalah varian unggulan (*CM* dan *Total Sales* tertinggi) dan harus diprioritaskan, sementara *Almond* dan *ChocoChips* berperan sebagai kontributor arus kas yang stabil.

f) *Variable Cost* dalam 100 unit

Setelah *Total Sales* dihitung, langkah berikutnya adalah menghitung Total Biaya Variabel (*Total VC*) yang menunjukkan keseluruhan beban produksi pada Volume 100 unit. *Total VC* dihitung dengan mengalikan Biaya Variabel per Unit dengan unit terjual. Analisis ini esensial sebagai dasar utama dalam menentukan *Margin* Kontribusi dan *Net Income*.

$$VC = \text{Biaya Variabel per Unit} \times \text{Jumlah Unit Terjual}$$

Tabel 10 Perhitungan Variable Cost

Produk	Biaya Variabel	Jumlah Unit Terjual	Variable Cost
<i>Brownies Almond</i>	Rp 46.900	100 unit	Rp 46.900 × 100 Unit = Rp 4.690.000
<i>Brownies ChocoChips</i>	Rp 46.900	100 unit	Rp 46.900 × 100 Unit = Rp.4.690.000

$$\begin{array}{llll} \text{Brownies Mix} & \text{Rp 53.900} & 100 \text{ unit} & \text{Rp 53.900} \times 100 \text{ Unit} \\ & & & = \text{Rp 5.390.000} \end{array}$$

Pada Volume 100 unit, *Brownies Mix* memiliki Total Biaya Variabel (Rp 5.390.000) tertinggi dibandingkan *Almond/ChocoChips* (Rp 4.690.000). Kenaikan beban biaya ini disebabkan penggunaan bahan tambahan yang lebih mahal pada varian *Mix*. Meskipun demikian, biaya yang lebih tinggi pada *Mix* terbukti terimbangi secara efektif oleh harga jualnya yang superior, sehingga varian *Mix* tetap memberikan kontribusi laba nominal terbesar dibandingkan varian lainnya.

g) *Total Contribution Margin (CM)*

Setelah menghitung Total Biaya Variabel (Total VC), langkah selanjutnya adalah menentukan *Total Contribution Margin* (Total CM). Total CM dihitung dengan mengurangi Total Biaya Variabel dari Total Penjualan, hasilnya merefleksikan jumlah pendapatan bersih yang tersedia untuk menutup Biaya Tetap dan, setelah itu, menghasilkan Laba Bersih.

$$\text{Contribution Margin} = \text{Sales} - \text{Variabel Costs}$$

Tabel 11 Total Contribution Margin (CM)

Produk	Harga Terjual	Total Biaya Variabel	Total Contribution Margin
<i>Brownies Almond</i>	Rp 7.000.000	Rp 4.690.000	Rp 7.000.000 - Rp 4.690.000 = Rp 2.310.000
<i>Brownies ChocoChips</i>	Rp 7.000.000	Rp 4.690.000	Rp 7.000.000 - Rp 4.690.000 = Rp 2.310.000
<i>Brownies Mix</i>	Rp 8.000.000	Rp 5.390.000	Rp 8.000.000 - Rp 5.390.000 = Rp 2.610.000

Hasil perhitungan menegaskan bahwa *Brownies Mix* unggul dengan menghasilkan Total CM sebesar Rp 2.610.000, melampaui *Almond* dan *ChocoChips* yang masing-masing Rp 2.310.000. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun ketiga produk menguntungkan, varian *Mix* memberikan kontribusi nominal tertinggi terhadap penutupan Biaya Tetap dan peningkatan laba usaha. Dengan demikian, *Mix* sangat direkomendasikan untuk dijadikan produk unggulan demi memaksimalkan *Profitabilitas* usaha.

h) *Net Income* (Laba Bersih)

$$\text{Net Income} = \text{Total Contribution Margin} - \text{Biaya Tetap (Fixed Costs)}$$

Laba bersih diperoleh dari selisih antara total *Margin* kontribusi dengan total biaya tetap. Perhitungan ini memberikan gambaran langsung mengenai keuntungan yang dapat diperoleh setelah semua biaya utama ditutup.

Tabel 12 Net Income (Laba Bersih)

Produk	Total Contribution Margin	Biaya Tetap (Fixed Cost)	Total Net Income
<i>Brownies Almond</i>	Rp 2.310.000	Rp 1.485.000	Rp 2.310.000 - Rp 1.485.000 = Rp 825.000
<i>Brownies ChocoChips</i>	Rp 2.310.000	Rp 1.485.000	Rp 2.310.000 - Rp 1.485.000 = Rp 825.000
<i>Brownies Mix</i>	Rp 2.610.00	Rp 1.485.000	Rp 2.610.000 - Rp 1.485.000 = Rp 1.125.000

Hasil menunjukkan bahwa *Brownies Almond* dan *ChocoChips* menghasilkan laba bersih Rp825.000, sedangkan *Brownies Mix* memberikan Rp1.125.000. Perbedaan ini menegaskan kembali bahwa *Mix* memiliki potensi keuntungan lebih tinggi, meskipun semua varian tetap memberikan hasil positif.

i) *Degree of Operating Leverage (DOL)*

Degree of Operating Leverage (DOL) digunakan untuk mengukur sensitivitas laba terhadap perubahan penjualan. Nilai *DOL* yang tinggi berarti perubahan kecil pada penjualan akan berdampak besar terhadap laba, baik positif maupun negatif.

$$\text{Degree of Operating Leverage} = \frac{\text{Contribution Margin}}{\text{Net Income}}$$

Produk	Tabel 13 Degree of Operating Leverage (DOL)		Total DOL
	Contribution Margin	Net Income	
Brownies Almond	Rp 2.310.000	Rp 825.000	$\frac{2.310.000}{825.000} = 2,8$
Brownies ChocoChips	Rp 2.310.000	Rp 825.000	$\frac{2.310.000}{825.000} = 2,8$
Brownies Mix	Rp 2.610.000	Rp 1.125.000	$\frac{2.610.000}{1.125.000} = 2,32$

Nilai *DOL Brownies Almond* dan *ChocoChips* adalah 2,8, sementara *Mix* sebesar 2,32. Hal ini berarti perubahan 1% pada Volume penjualan akan memengaruhi laba sebesar 2,8% untuk Almond dan *ChocoChips*, serta 2,32% untuk *Mix*. Dengan kata lain, produk Almond dan *ChocoChips* lebih sensitif terhadap perubahan penjualan, yang bisa menjadi peluang maupun risiko, tergantung kondisi pasar.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada UMKM Toko Budeh, implementasi analisis *Cost-Volume-Profit (CVP)* secara empiris membuktikan kemampuannya dalam menyediakan ilustrasi yang komprehensif mengenai interrelasi antara komponen biaya, Volume penjualan, dan laba yang dicapai. Hasil komputasi mengindikasikan bahwa terdapat disparitas kontribusi *Profitabilitas* di antara setiap varian produk *Brownies*. Varian *Brownies Almond* dan *ChocoChips* menghasilkan *Margin* kontribusi sebesar Rp 23.100 per kotak, sementara *Brownies Mix* mencatatkan angka yang lebih substansial, yakni Rp 26.100 per kotak. Disparitas ini menegaskan bahwa produk *Mix* memiliki daya dukung yang superior dalam menutupi biaya tetap dan memajukan perolehan laba.

Selanjutnya, perhitungan *Break Even Point (BEP)* menginformasikan bahwa untuk mencapai titik impas, varian Almond dan *ChocoChips* memerlukan Volume penjualan sekitar 64 kotak, sedangkan varian *Mix* hanya memerlukan sekitar 57 kotak. Kondisi ini merefleksikan bahwa produk *Mix* mencapai *BEP* dengan lebih cepat, menjadikannya pilihan yang lebih efisien dan strategis untuk diutamakan dalam kerangka strategi penjualan. Meskipun rasio *Margin* kontribusi (*CMR*) Almond dan *ChocoChips* sedikit melampaui *Mix* (33% berbanding 32,63%), *Mix* tetap unggul secara nilai nominal karena menawarkan *Margin* kontribusi per unit yang lebih besar.

Mengacu pada Volume penjualan aktual sebesar 100 unit untuk setiap produk, seluruh varian sukses melampaui titik impas (*BEP*) dan memberikan kontribusi laba yang positif. Secara spesifik, *Brownies Almond* dan *ChocoChips* membukukan laba bersih Rp 825.000, sementara *Brownies Mix* mencapai Rp 1.125.000. Perbedaan laba ini memperkuat kesimpulan bahwa varian *Mix* adalah produk yang paling potensial dalam mendorong peningkatan *Profitabilitas* UMKM.

Analisis tambahan turut memaparkan nilai *Degree of Operating Leverage (DOL)*. Varian Almond dan *ChocoChips* mencatatkan nilai *DOL* sebesar 2,8, sementara *Mix* sebesar 2,32. Temuan ini diinterpretasikan bahwa sensitivitas laba terhadap perubahan Volume penjualan 1% adalah sebesar 2,8% untuk Almond dan *ChocoChips*, dan 2,32% untuk *Mix*. Oleh karena itu, Almond dan *ChocoChips* memiliki tingkat sensitivitas yang lebih tinggi terhadap fluktuasi Volume penjualan, yang dapat dipertimbangkan sebagai potensi peluang *Profit* maupun risiko, bergantung pada dinamika pasar.

Secara konklusif, penerapan analisis *CVP* pada UMKM Toko Budeh terbukti dapat memfasilitasi pemilik usaha dalam upaya optimalisasi laba penjualan *Brownies*. Hasil perhitungan secara konsisten merekomendasikan produk *Brownies Mix* untuk diprioritaskan sebagai produk unggulan (primadona) berkat *Margin* kontribusi dan laba bersihnya yang signifikan. Sebaliknya, varian Almond dan *ChocoChips* berperan penting untuk dipertahankan sebagai produk pelengkap yang esensial dalam menjaga stabilitas arus kas usaha. Dengan pemahaman mendalam mengenai titik impas, *Margin* kontribusi, dan *Leverage* operasional, Toko Budeh dapat merumuskan strategi penetapan harga dan penjualan yang lebih adaptif dan efektif, sehingga *profitabilitas* dan keberlanjutan bisnis dapat dijaga.

SIMPULAN

Penelitian ini secara komprehensif menyimpulkan bahwa implementasi *analisis Cost-Volume-Profit (CVP)* terbukti sangat efektif bagi UMKM Toko Budeh. Penerapan *CVP* berhasil menyajikan gambaran yang transparan mengenai keterkaitan erat antara biaya operasional, Volume penjualan produk, dan laba bersih yang diperoleh usaha. Secara spesifik, hasil perhitungan *CVP* menunjukkan

bahwa varian Brownies Mix merupakan motor keuntungan utama toko; ia unggul dengan perolehan *Margin* kontribusi tertinggi, titik impas yang paling rendah, dan laba bersih yang jauh lebih besar dibandingkan varian Almond dan Chocochips. Meskipun demikian, kedua varian lainnya tetap memberikan kontribusi positif terhadap laba perusahaan, meskipun sensitivitasnya terhadap perubahan Volume penjualan jauh lebih tinggi. Temuan ini secara eksplisit menjawab tujuan penelitian yang telah ditetapkan di awal, yakni bahwa *CVP* adalah alat yang efektif dan relevan sebagai fondasi untuk perencanaan laba dan pengambilan keputusan strategis—terutama dalam menentukan harga produk, menetapkan target Volume penjualan, dan memprioritaskan lini produk mana yang harus dikembangkan lebih lanjut.

Secara teoritis, studi ini memberikan kontribusi yang berarti dengan memperkaya literatur akuntansi manajerial, melalui penyediaan bukti empiris yang menegaskan relevansi analisis *CVP* di konteks usaha mikro dan kecil (UMKM). Implikasi praktisnya adalah memberikan rekomendasi strategis bagi pemilik Toko Budeh untuk memposisikan Brownies *Mix* sebagai produk unggulan yang harus diprioritaskan, sementara varian Almond dan *Chocochips* dipertahankan sebagai penyeimbang yang menjaga stabilitas arus kas. Untuk pengembangan penelitian di masa depan, disarankan agar analisis *CVP* dapat diperdalam lagi dengan cara mengintegrasikan variabel-variabel eksternal, seperti dinamika tren pasar dan strategi pemasaran yang digunakan kompetitor. Selain itu, perhitungan biaya, khususnya biaya tidak langsung, perlu diuraikan secara lebih terperinci agar hasil analisis yang didapatkan menjadi semakin komprehensif, prediktif, dan aplikatif di lapangan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Aryanto Nur, SE., MM. selaku dosen pembimbing. Bimbingan, arahan, serta masukan berharga dari beliau telah menjadi kunci utama dalam penyelesaian penelitian ini. Ucapan terima kasih yang tulus juga ditujukan kepada pemilik UMKM Toko Budeh atas kesediaannya dalam memberikan data dan informasi yang sangat krusial. Akhir kata, penulis menyampaikan apresiasi kepada seluruh rekan-rekan mahasiswa, serta semua pihak lain yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan motivasi, baik secara langsung maupun tidak langsung, hingga laporan penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adri Sallo, et all. (2024). Analisis Margin Kontribusi Sebagai Alat Bantu untuk Perencanaan Laba pada Usaha Jasa Travel PT Labiva Jaya Utama di Parepare. *Indonesian Journal of Advanced Research*, Vol. 3, No. <https://journal.formosapublisher.org/index.php/ijar/article/view/8742/8818> (Diakses 25 September 2025)
- Bimayu, A., & Diemas. (2023). Analisis Break Even Point (BEP) Dalam Menentukan Perencanaan Laba Perusahaan PT Sentra Food Indonesia 2021. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, VOLUME 1 N. <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SINOMIKA/article/view/583/489> (Diakses 25 September 2025)
- Dr. Muhammad Ramdhan, S.Pd., M. M. (2021). *Metode Penelitian* (A. A. Effendy (ed.); cetakan 1). Cipta Media Nusantara. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Ntw_EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=metopen+penjelasan+an+kualitatif+deskriptif+&ots=f3rD2QUw3A&sig=fa9YWpRtE7l1yDKfSB1rio0nGZQ&redir_esc=y#v=onepage&q=metopen+penjelasan+kualitatif+deskriptif+f=false (Diakses 25 September 2025)
- Karolus Belmo, M. S. N. (2020). ANALISIS BIA YA-VOLUME-LABA SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA PADA PABRIK TAHU PINK JAYA – OEBUFU, KUPANG. *JOURNAL OF MANAGEMENT*, Vol. 13, N. <https://ejurnal.undana.ac.id/index.php/JEM/article/view/3308/2163%0A> (Diakses 30 September 2025)
- Lestari, U. P. (2023). Manajemen Koperasi Dan UMKM. In I. P. Kusuma (Ed.), *Yayasan Cendikia Mulia Mandiri* (cetakan 1, Vol. 1). Yayasan Cendikia Mulia Mandiri. https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Koperasi_dan_UMKM/hmy2EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=definisi+umkm&pg=PA78&printsec=frontcover (Diakses 30 September 2025)
- Nadia Nurkholisa, et all. (2024). Analisis Break Even Point (BEP) dan Margin Of Safety (MOS) dalam Keputusan Perencanaan Laba pada Kedai Kopicab Bandar Lor. *Wawasan : Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, Volume. 2. <https://journal.unimar-amni.ac.id/index.php/Wawasan/article/view/2620/2418> (Diakses 30 September 2025)
- Natalia, B. (2020). Prosiding biema. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, Volume 1. <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/102997638/860-2741-1-PB-libre.pdf?1685881700=&response-contentdisposition=inline%3B+filename%3DAnalisa+Sistem+Informasi+Akuntansi+Pengg.pdf&Expires=1760485569&Signature=QVkv-sV3PprNAGCad22JzgpkRe7AAG7CGpE52r09M~6PdxFq> (Diakses 7 Oktober 2025)

- 2025)
8. Nofi Natalia, et all. (2024). Pengaruh Financial Leverage dan Operating Leverage terhadap Earning Per Share pada Perusahaan Sektor Properti dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Journal Scientific of Mandalika (JSM)*, Vol. 5, No. <https://www.ojs.cahayamandalika.com/index.php/jomla/article/view/3354/2842> (Diakses 7 Oktober 2025)
 9. Riky Rizki Junaidi, M.S.Ak, et all. (2025). AKUNTANSI BIAYA. In Sepriano (Ed.), *Penerbit Buku Sonpedia* (Cetakan 1,). Penerbit Buku Sonpedia. <https://www.google.co.id/books/edition/Buku Referensi Akuntansi Biaya/NluGEQAAQBAJ?hl=en&gbpv=1> (Diakses 7 Oktober 2025)
 10. Sumarni, I. (2020). OPTIMALISASI LABA MENGGUNAKAN ANALISIS COST VOLUME PROFIT (Pada UMKM Gula Habang Taratau Di Kecamatan Jaro Kabupaten Tabalong). *PubBis*, Vol. 4, No. <http://jurnal.stiatabalong.ac.id/index.php/PubBis%0A0OPTIMALISASI> (Diakses 20 Oktober 2025)
 11. Ulfa Khoirun Nisa, Mursalina Mursalina, M. B. (2023). Analisis Cost Volume Profit dalam Mengoptimalkan Laba pada UMKM Cilox Tata Surya. *Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi*, Vol. 1, 82– 91. <https://ejournal.utdi.ac.id/index.php/MANISE/article/view/822> (Diakses 20 Oktober 2025)
 12. Yani Sukriah Siregar, et all. (2022). Peningkatan Minat Belajar Peserta Didik dengan Menggunakan Media Pembelajaran yang Menarik pada Masa Pandemi Covid 19 di SD Swasta HKBP 1 Padang Sidempuan. *Jurnal Ilmiah Kampus Mengajar*, Vol (2) (1. <https://journals.alptkptm.org/index.php/jikm/article/view/33/19> (Diakses 20 Oktober 2025)
 13. Yustitia, E., & Adriansah. (2022). Pendampingan Penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) dan Harga Jual pada UMKM di Desa Sawahkulon. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, Vol. 3, No. https://ejournal.unwaha.ac.id/index.php/abdimas_ekon/article/view/2506/1168 (Diakses 20 Oktober 2025)