



IMPLEMENTASI PERENCANAAN LABA PADA UMKM (STUDI KASUS UMKM TAKE ONE THAI TEA)

¹Mifta Sofyan, ²Rachma Aprilia*

^{1,2} Politeknik Keuangan Negara STAN, Tangerang Selatan, Indonesia.

(*)Email Korespondensi: rachmaaprilia@pknstan.ac.id

INFORMASI ARTIKEL

Diterima Pertama
[06 10 2023]

Dinyatakan Diterima
[19 11 2023]

KATA KUNCI:

Perencanaan Laba, Analisis Biaya Volume Laba, UMKM).

KLASIFIKASI JEL:

M41

ABSTRAK

The purpose of this study is to review the implementation of profit planning by using Cost Volume Profit (CVP) analysis on SMEs. Profit planning has a positive effect on the achievement of operating profit. This research uses descriptive qualitative method with the object of SME Take One Thai Tea. SME Take One Thai Tea does simple bookkeeping on a cash basis and has never prepared financial statements. The results show that with CVP analysis, the owner can determine sales targets in rupiah and units so that they can be used as performance indicators for their employees and also as a basis for giving bonuses that can motivate employees. In addition, the owner can understand information on costs incurred in more detail that can be used in cost controlling.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan tinjauan atas implementasi perencanaan laba dengan menggunakan analisis *Cost Volume Profit (CVP)* pada UMKM. Perencanaan laba berpengaruh positif terhadap pencapaian laba operasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan objek UMKM Take One Thai Tea. UMKM Take One Thai Tea melakukan pembukuan sederhana dengan basis kas dan belum pernah menyusun laporan keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan analisis CVP, UMKM dapat menentukan target penjualan dalam rupiah maupun unit sehingga dapat dijadikan indikator kinerja bagi pegawainya dan juga sebagai dasar pemberian bonus yang dapat memotivasi pegawai. Selain itu, UMKM dapat memahami informasi biaya yang dikeluarkan dengan lebih detail sehingga memudahkan dalam pengendalian biaya.

1. PENDAHULUAN

Dunia usaha di Indonesia saat ini didominasi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Jumlah UMKM terus meningkat setiap tahun (Kementerian Koperasi dan UKM, 2018). Dalam data tersebut, diketahui total UMKM yang tercatat di Indonesia adalah 61.651.177 unit pada tahun 2006 dan pada tahun 2018 telah mencapai 64.194.057 unit atau setara dengan 99% dari jumlah unit usaha di Indonesia. Banyaknya jumlah UMKM tersebut tentunya juga berdampak pada semakin ketatnya persaingan di dunia usaha.

Ketatnya persaingan usaha tak pelak membuat pelaku UMKM mengatur strategi termasuk merencanakan laba. Perencanaan laba menjadi suatu hal yang sangat penting dalam menjaga kontinuitas sebuah usaha. Perencanaan laba merupakan rencana yang telah digambarkan, diperhitungkan serta diolah untuk digunakan sebagai acuan dalam aktivitas operasional perusahaan (Carter, 2006). Umumnya perencanaan laba ini berisikan langkah-langkah atau strategi yang nantinya menjadi pedoman bagi aktivitas perusahaan untuk mencapai target laba yang diinginkan.

Perencanaan laba dapat dibuat dengan menggunakan metode analisis *cost-volume-profit* (CVP). Analisis CVP merupakan analisis yang berkaitan dengan penentuan volume penjualan dan produk kombinasi guna untuk mencapai target laba tertentu (Carter, 2006). Analisis ini juga menjadi alat yang dapat menyediakan informasi bagi manajemen terkait hubungan antara elemen biaya, laba, volume penjualan, dan kombinasi produk (Carter, 2006). Metode ini dapat menghasilkan banyak keputusan bisnis yang bisa diambil perusahaan dalam menjalankan operasinya guna memaksimalkan kinerja dan mencapai target laba yang telah dibuat (Kurniawan, Kodirin, & Kusumawati, 2017).

Take One Thai Tea merupakan sebuah UMKM yang menjalankan usaha dalam bidang kuliner. Mereka memproduksi dan menjual minuman dengan berbagai varian. Take One Thai Tea telah memiliki 3 outlet pada lokasi berbeda di kota Banda Aceh. Pegawai Take One Thai Tea adalah sebanyak 2 orang yang masing-masing bertanggung jawab terhadap 1 outlet serta pemilik yang turut menjalankan 1 outlet. Administrasi dan keuangan masih dikelola langsung oleh pemilik. Sementara itu, pemasaran melalui media sosial dibantu oleh salah seorang pegawai outlet. Selama dua tahun menjalankan usaha, pemilik usaha hanya melakukan pembukuan sederhana dengan basis kas yang terdiri atas pendapatan dan pengeluaran.

Penelitian ini bertujuan untuk mengimplementasikan perencanaan laba pada UMKM Take One Thai Tea. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan persaingan usaha yang semakin tinggi sehingga UMKM Take One Thai Tea seharusnya mempersiapkan diri dengan strategi perencanaan laba. Hasil penelitian diharapkan dapat membantu UMKM Take One Thai Tea untuk melakukan strategi bisnis dengan perencanaan laba serta menjadi rujukan literatur bagi UMKM serupa.

2. KERANGKA TEORI

2.1. Analisis *Cost Volume Profit*

Analisis *cost-volume-profit* merupakan sebuah metode yang dapat digunakan oleh sebuah entitas untuk pengambilan keputusan dalam rangka melakukan perencanaan laba. Metode ini menganalisis hubungan antar tiga elemen yaitu *cost*, *sales volume*, dan *profit*. Hubungan antar elemen tersebut dapat digunakan dalam penentuan target *profit* dan juga dapat memaksimalkan kinerja entitas.

Analisis CVP memberi gambaran perilaku total pendapatan, biaya, dan pendapatan operasional ketika perubahan terjadi pada unit yang terjual, harga jual, biaya variabel per unit, atau biaya tetap suatu produk (Horngren, Datar, & Rajan, 2018). Menurut Carter (2006), analisis CVP berkaitan dengan penentuan volume penjualan dan bauran produk yang diperlukan untuk mencapai tingkat keuntungan yang diinginkan. Ini adalah alat yang memberikan informasi kepada manajemen tentang hubungan antara biaya, laba, bauran produk, dan volume penjualan.

Terdapat beberapa asumsi dasar dalam melakukan perencanaan laba dengan analisis CVP (Kurniawan, Kodirin, & Kusumawati, 2017) sebagai berikut:

- 1) Seluruh biaya, baik yang manufaktur maupun nonmanufaktur harus dipisahkan terlebih dahulu ke dalam dua bagian, *variable cost* dan *fixed cost*;
- 2) Perubahan atas *revenue* maupun *cost* hanya dipengaruhi oleh kuantitas unit yang terjual;
- 3) *Revenue* dan *cost* jika digambarkan dalam sebuah garis maka akan membentuk fungsi persamaan garis lurus;
- 4) Harga jual, biaya variabel per unit, dan total biaya tetap telah diketahui.
- 5) Ketika CVP dipakai untuk melakukan perencanaan, maka biaya tetap diasumsikan tidak berubah, dan ketika ada *sales mix*, nilainya tetap.

Manfaat dari analisis CVP bagi manajemen

dalam tahap perencanaan (Hansen & Mowen, 2007), sebagai berikut:

- 1) Melakukan pengendalian menggunakan anggaran.
- 2) Meningkatkan penjualan.
- 3) Membantu dalam melakukan penilaian atas akibat dari perubahan volume penjualan.
- 4) Membantu menganalisis harga jual dan dampak dari perubahan atas biaya.
- 5) Membantu menganalisis penjualan atas produk campuran.
- 6) Membantu dalam melakukan penilaian terkait keputusan kapitalisasi serta ekspansi lanjutan.
- 7) Membantu dalam melakukan analisis *margin of safety*.

Rumus yang digunakan dalam analisis CVP sebagai berikut:

- a. Target Penjualan dalam Nilai Uang

$$= \frac{\text{Target penjualan(Rupiah)}}{\text{Total Biaya Tetap + Target Laba}} = \text{Rasio Margin Kontribusi}$$

Margin kontribusi merupakan selisih antara harga jual per unit dengan biaya variabel per unit.

- b. Target Penjualan dalam Unit

$$= \frac{\text{Target penjualan (Unit)}}{\text{Total Biaya Tetap + Target Laba}} = \text{Margin Kontribusi per Unit}$$

Rasio Margin Kontribusi diperoleh dari Margin Kontribusi per Unit dibagi dengan Harga Jual per Unit.

2.2. Penelitian Sebelumnya

Penelitian tentang penerapan analisis CVP pada UMKM mengungkapkan analisis CVP dapat membantu UMKM menghindari kerugian dengan menghitung titik impas (Rahmayuni & Masmuddin, 2019; Rohmawati, Baidlowi, & Dwihandoko, 2020) dan membantu dalam meningkatkan pendapatan dengan adanya perkiraan laba (Rusmayanti, 2021; Rosianna, Winanda, & Kurnia, 2021). Sementara itu kendala dalam penerapan analisis CVP antara lain pencatatan yang tidak teratur sehingga menyulitkan identifikasi biaya secara akurat (Wijayanti, 2018), belum memisahkan biaya tetap dan variable (Rosianna, Winanda, & Kurnia, 2021), dan keterbatasan sumber daya manusia (Rahmayuni & Masmuddin, 2019). Adapun studi empiris terkait pengaruh analisis CVP terhadap perencanaan laba pada UMKM manufaktur di Nigeria menunjukkan hubungan positif dan signifikan (Okpala & Osanebi, 2020). Penerapan

analisis CVP akan lebih optimal dengan dukungan pemilik usaha dan tenaga akuntan yang profesional (Okpala & Osanebi, 2020).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Menurut Creswell (2006), penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang mengeksplorasi dan memahami makna di sejumlah individu atau sekelompok orang yang berawal pada permasalahan sosial. Penggunaan metode kualitatif bertujuan untuk memahami permasalahan dengan lebih mendalam. Sedangkan pendekatan studi kasus adalah eksplorasi terhadap kasus tertentu dengan menggunakan berbagai metode pengumpulan data berdasarkan waktu yang ditentukan untuk mendapatkan sebuah solusi. Kasus yang menjadi objek penelitian dapat berupa peristiwa, aktivitas, proses maupun program (Creswell, 2006). Jenis pendekatan ini sesuai untuk menjawab permasalahan yang spesifik serta merumuskan solusi untuk objek penelitian.

Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara dan observasi. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data melalui tanya jawab langsung kepada informan. Wawancara juga dapat digunakan untuk memvalidasi informasi atau data yang diperoleh dari metode lain. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan terhadap pemilik usaha UMKM Take One Thai Tea. Sedangkan observasi merupakan pengumpulan data dengan cara mengamati objek penelitian secara seksama, baik pengamatan terhadap catatan keuangan maupun proses bisnis UMKM. Proses observasi dan wawancara harus didokumentasikan sehingga diperoleh arsip data yang objektif dan memudahkan dalam proses analisis data. Validitas dan reliabilitas data dilakukan dengan teknik triangulasi antara hasil wawancara dengan hasil observasi. Jika terdapat pernyataan atau kenyataan yang bertentangan, maka hal tersebut akan dikonfirmasi kembali kepada informan pemilik usaha.

Objek penelitian adalah UMKM Take One Thai Tea. UMKM Take One didirikan sejak dua tahun lalu dan saat ini telah berkembang menjadi 3 outlet di kota Banda Aceh. Pegawai UMKM Take One sebanyak 2 orang yang masing-masing bertanggung jawab melakukan proses produksi dan penjualan di setiap outlet. Adapun pemilik juga turut mengelola 1 outlet serta mengurus administrasi dan keuangan. Jam operasional mulai pukul 16.00 sampai 24.00. Pemasaran dilakukan melalui media sosial Instagram yang dikelola oleh salah satu pegawai. Pencatatan

akuntansi dilakukan secara sederhana dengan basis kas, yakni mencatat pendapatan dan pengeluaran secara harian. Data keuangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah data bulan Desember 2020.

4. HASIL PENELITIAN

Struktur pembahasan akan disusun berdasarkan langkah implementasi perencanaan laba dengan menggunakan analisis CVP.

Langkah 1 Mengidentifikasi Komponen Harga Jual, Biaya Variabel dan Biaya Tetap

Sebelum melakukan analisis CVP, perusahaan harus mengidentifikasi harga jual per unit, biaya variabel per unit dan biaya tetap. Asumsi yang diterapkan dalam analisis ini adalah harga jual, biaya variabel dan biaya tetap akan selalu konstan atau tidak berubah-ubah (Kurniawan, Kodirin, & Kusumawati, 2017).

a. Harga Jual

Data harga jual dari 14 varian produk minuman UMKM Take One Thai Tea tersaji dalam Tabel 1.

**Tabel 1 Harga Jual per Unit Produk
UMKM Take One Thai Tea**

Varian	Harga satuan (Rp)	Varian	Harga satuan (Rp)
Pure Green Tea	8.000	Avocado Milk	13.000
Pure Thai Tea	8.000	Taro	12.000
Lemon Tea	10.000	Milo	12.000
Green Thai Tea	10.000	Ovaltine	10.000
Thai Coffe	10.000	Dark Choco	12.000
Ori Thai Tea	10.000	Avocado Choco	12.000
Red Velvet	15.000	Boba Milk Brown	18.000

Sumber: UMKM Take One Thai Tea

b. Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya volume produksi sebuah perusahaan, begitu pula sebaliknya (Kurniawan, Kodirin, & Kusumawati, 2017). Dengan kata lain, biaya variabel akan bertambah seiring penambahan unit yang diproduksi. Berikut ini adalah data total biaya variabel yang diambil dari catatan pengeluaran UMKM Take One selama bulan Desember 2020 dalam tabel di lampiran.

Kemudian untuk dapat melakukan analisis CVP, total biaya variabel harus dihitung kembali menjadi biaya variabel per unit untuk masing-masing varian produk. Contoh perhitungan untuk biaya variabel varian Pure Green Tea disajikan pada Tabel 2.

**Tabel 2 Contoh Perhitungan Biaya Variabel
per Unit Varian Pure Green Tea**

Komponen	Pemakaian	Biaya (Rp)
Bubuk Perasa	25 gram	675,00
SKM susu	20 gram	564,10
Air	150 ml	39,47
Gula Pasir	20 gram	243,40
Es Batu	100 gram	5,00
Sedotan	1 pc	48,08
Kantong plastik	1 pc	25,50
Gelas plastik	1 pc	390,00
Total		1.990,56

Sumber: UMKM Take One

Perhitungan tersebut dilakukan untuk setiap varian produk sehingga diperoleh biaya variabel untuk setiap varian sebagaimana tersaji di Tabel 3. Biaya gas digabungkan dengan biaya boba dikarenakan gas dipakai untuk memasak boba, kemudian menjadi bagian biaya variabel untuk varian yang menggunakan boba.

**Tabel 3 Hasil Perhitungan Biaya Variabel per
Unit UMKM Take One**

Varian	Biaya Variabel (Rp)	Varian	Biaya Variabel (Rp)
Pure Green Tea	2.000	Avocado Milk	3.550
Pure Thai Tea	2.000	Taro	3.230
Lemon Tea	2.500	Milo	3.400
Green Thai Tea	3.100	Ovaltine	2.700
Thai Coffe	3.200	Dark Choco	3.200
Ori Thai Tea	3.000	Avocado Choco	3.400
Red Velvet	3.800	Boba Milk Brown	5.100

Sumber: UMKM Take One

c. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang totalnya tidak berubah meskipun produksi perusahaan mengalami penurunan ataupun kenaikan (Carter, 2006). Berdasarkan catatan pengeluaran UMKM Take One, biaya tetap

selama bulan Desember 2020 sebagaimana disajikan dalam tabel terlampir.

Biaya yang belum diperhitungkan adalah biaya gaji pemilik dan biaya penyusutan peralatan. Gaji karyawan hanya diperhitungkan dua orang padahal pemilik juga turut berperan dalam proses produksi dan penjualan pada salah satu outlet. Sebaiknya UMKM Take One memperhitungkan gaji untuk pemilik sebagai pegawai di salah satu outlet sehingga biaya gaji dihitung untuk 3 orang. Biaya penyusutan atas peralatan yang digunakan seharusnya juga diperhitungkan. Hal ini dapat dilakukan untuk menyisihkan sebagian uang guna pembelian peralatan baru di masa mendatang. Berikut simulasi biaya penyusutan berdasarkan data UMKM Take One pada tabel terlampir. Kemudian hasil perhitungan tersebut digabungkan dengan tabel sebelumnya sehingga diperoleh total biaya tetap sebagaimana tersaji di Tabel 4.

Tabel 4 Perhitungan Total Biaya Tetap per bulan UMKM Take One

Komponen Biaya	Biaya Tetap (Rp)
Gaji (3 Orang termasuk pemilik)	4.500.000
Listrik	300.000
Depresiasi	52.500
Total	4.852.500

Sumber: diolah penulis

Langkah 2 Menentukan Bauran Penjualan

Bauran penjualan (*sales mix*) adalah proporsi atau perbandingan dari kombinasi produk yang dijual oleh perusahaan (Carter, 2006). Ketika perusahaan menjual lebih dari satu jenis produk dan biaya tetap sulit untuk dipisahkan, maka perusahaan harus menentukan bauran penjualan sebelum dapat melakukan analisis CVP. Dalam analisis CVP, bauran penjualan diasumsikan selalu tetap. Penetapan bauran penjualan dapat mempertimbangkan data penjualan tahun sebelumnya dan target pemasaran perusahaan. Sebagai contoh, berikut penentuan bauran penjualan untuk UMKM Take One berdasarkan penjualan bulan Desember 2020.

Tabel 5 Perhitungan Bauran Penjualan UMKM Take One Des 2020

Varian	Unit Terjual	%	Bauran
Pure Green Tea	63	3,32%	3
Pure Thai Tea	80	4,22%	4
Lemon Tea	83	4,38%	4
Green Thai Tea	100	5,27%	5
Thai Coffe	103	5,43%	6
Ori Thai Tea	107	5,64%	6
Red Velvet	107	5,64%	6
Avocado Milk	123	6,49%	7
Taro	126	6,65%	7
Milo	149	7,86%	8
Ovaltine	160	8,44%	8
Dark Choco	198	10,44%	10
Avocado Choco	230	12,13%	12
Boba Milk Brown	267	14,08%	14
Total	1896		100

Sumber: diolah penulis

Bauran penjualan sebagaimana tabel di atas dapat diartikan bahwa dalam 100 unit penjualan, diharapkan terjual sebanyak 3 unit Pure Green Tea, 4 unit Pure Thai Tea, 4 unit Lemon Tea, 5 unit Green Thai Tea, 6 unit Thai Coffe, 6 unit Ori Thai Tea, 6 unit Red Velvet, 7 unit Avocado Milk, 7 unit Taro, 8 unit Milo, 8 unit Ovaltine, 10 unit Dark Choco, 12 unit Avocado Choco, dan 14 unit Boba Milk Brown.

Langkah 3 Menentukan Target Laba

Target laba ditentukan berdasarkan preferensi perusahaan dengan mempertimbangkan kondisi pasar dan penjualan periode sebelumnya. Berdasarkan perhitungan penulis atas data keuangan bulan Desember 2020, UMKM Take One memperoleh keuntungan bersih sekitar Rp12.000.000. Dengan mempertimbangkan kondisi ekonomi masa pandemi yang mulai pulih kembali dan berdasarkan wawancara dengan pemilik, diperkirakan UMKM Take One Thai Tea mampu mencapai target laba **Rp15.000.000** per bulan di tahun 2021.

Langkah 4 Menghitung Margin Kontribusi

Margin kontribusi per unit adalah selisih antara harga jual per unit dengan biaya variabel per unit. Sementara rasio margin kontribusi per unit diperoleh dengan membagi margin kontribusi per unit dengan harga jual per unit.

Jika perusahaan menjual lebih dari 1 varian produk dan biaya tetap gabungan, maka harus dihitung margin kontribusi untuk bauran penjualan. Caranya dengan biaya variabel per unit dikalikan bauran, kemudian dibagi dengan harga jual per unit dikalikan bauran. Perhitungan margin kontribusi dengan bauran penjualan disajikan dalam Tabel 9 terlampir.

$$\begin{aligned} \text{Rasio Margin Kontribusi dengan Bauran} \\ = \frac{883.040}{1.233.000} = 0,72 \end{aligned}$$

Langkah 5: Menghitung Target Penjualan

Setelah memperoleh data dari langkah 1 sampai dengan 4, selanjutnya dapat dihitung target penjualan dengan rumus CVP dalam rupiah maupun unit. Perhitungan dengan rumus tersaji sebagai berikut.

$$\begin{aligned} \text{Target penjualan (rupiah)} \\ = \frac{\text{Total Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Target penjualan (rupiah)} \\ = \frac{4.852.500 + 15.000.000}{0,72} \\ = \text{Rp}27.495.479 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Target penjualan (Unit)} \\ = \frac{\text{Total Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Margin Kontribusi per Unit}} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Target penjualan (Unit)} \\ = \frac{4.852.500 + 15.000.000}{883.040} \\ = 22,48 \sim \mathbf{23 \text{ paket}} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, untuk mencapai laba operasi sebesar Rp15.000.000 maka pendapatan penjualan yang harus dicapai dalam sebulan sebesar Rp27.495.479. Target dapat juga dihitung dalam unit yakni perusahaan harus menjual sebanyak 23 paket atau setara dengan 2300 unit (dikalikan dengan total bauran) untuk dapat mencapai target laba yang diinginkan. Rincian target unit dapat dihitung dengan mengalikan bauran per varian produk sehingga diperoleh rincian target penjualan 69 unit varian Pure Green Tea, 92 unit varian Pure Thai Tea, 92 unit varian Lemon Tea, 115 unit varian Green Thai Tea, 138 unit varian Thai Coffe, 138 unit varian Ori Thai Tea, 138 unit varian Red Velvet, 161 unit varian Avocado Milk, 161 unit varian Taro, 184 unit varian Milo, 184 unit varian

Ovaltine, 230 unit varian Dark Choco, 276 unit varian Avocado Choco, dan 322 unit varian Boba Milk Brown.

Perhitungan dapat juga ditetapkan untuk setiap lokasi outlet dengan menyesuaikan bauran terhadap preferensi konsumen di masing-masing lokasi. Perhitungan target per outlet belum dapat dilakukan dalam penelitian ini dikarenakan data penjualan dan pengeluaran per lokasi tidak dapat diperoleh. Hasil perhitungan analisis CVP sebaiknya disosialisasikan kepada pegawai lain sebagai tujuan yang akan dicapai bersama-sama demi kemajuan perusahaan. Proses pencapaian target penjualan juga hendaknya dihitung secara berkala untuk memotivasi pegawai. Pemilik usaha dapat merancang sistem bonus untuk pegawai apabila target bulanan dapat tercapai. Dengan analisis CVP, pemilik usaha juga mendapatkan informasi tentang biaya tetap dan biaya variabel. Informasi tersebut dapat digunakan dalam pengendalian biaya sehingga UMKM dapat lebih efektif dan efisien dalam pengelolaan keuangan dan pengambilan keputusan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Perencanaan laba dapat dilakukan dengan analisis CVP. Dengan analisis CVP, pemilik UMKM Take One dapat menghitung target penjualan yang diperlukan untuk mencapai laba yang diinginkan. Target penjualan tersebut dapat digunakan sebagai indikator kinerja maupun dasar pemberian bonus bagi pegawai. Selain itu, analisis CVP memberikan informasi yang lebih detil terkait biaya tetap, biaya variabel maupun margin kontribusi sehingga pemilik UMKM dapat mengetahui besaran biaya yang ditanggung oleh bisnisnya serta mengambil tindakan yang tepat, baik untuk pengendalian biaya maupun pengambilan keputusan, misalnya ketika hendak menambah atau mengurangi varian produk yang dijual.

6. IMPLIKASI DAN KETERBATASAN

Penelitian ini masih terbatas menggunakan objek penelitian 1 UMKM dan data keuangan yang digunakan meliputi 1 bulan. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan objek penelitian yang berbeda dan rentang waktu yang lebih panjang sehingga perhitungan menjadi lebih reliabel.

DAFTAR PUSTAKA (REFERENCES)

- Carter, W. K. (2006). *Cost Accounting 14th Edition*. Ohio: Thomson Learning.
- Creswell, J. (2006). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. London: Sage Publishing.
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2007). *Managerial Accounting 8th Edition*. Ohio: Thomson Learning.
- Hassanah, A., & Daud, R. (2019). Analisis CVP sebagai Alat Perencanaan Laba (Studi Kasus pada UMKM Dendeng Sapi di Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA) Vol. 4 No. 2*, 190-214.
- Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2018). *Cost Accounting: A Managerial Emphasis 16th Edition*. New Jersey: Pearson.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2018). *Perkembangan Data UMKM dan Usaha Besar 2017-2018*. Retrieved from Situs Kementerian Koperasi dan UKM: www.depkop.go.id/data-umkm
- Kurniawan, D., Kodirin, & Kusumawati, R. (2017). *Buku Ajar Akuntansi Biaya*. Tangerang Selatan: PKN STAN Press.
- Okpala, K. E., & Osanebi, C. (2020). Cost Volume Profit Analysis and Profit Planning in Manufacturing SMEs in Nigeria. *Asis Pasific Management Accounting Journal Vol. 15 Issue 2*, 1-21.
- Rahmayuni, S., & Masmuddin, R. (2019). 2019. *Analisis Cost Volume Profit dalam Meningkatkan Pendapatan pada UKM Balikpapan*, 15-29.
- Rohmawati, N., Baidlowi, I., & Dwihandoko, T. (2020). Analisis Break Even Point untuk Perencanaan Laba pada UKM Samiler Maju Jaya. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 1-13.
- Rosianna, C., Winanda, Y., & Kurnia, W. (2021). Analisis Cost Volume Profit terhadap Perencanaan Laba UMKM Keripik Ibu. *Research in Accounting Journal Volume 1 (2)*, 291-297.
- Rusmayanti, S. (2021). Break Even Point sebagai Alat Perencanaan Laba pada Jus Jagung Enak. *Jurnal Akbrab Juara Volume 6 Nomor 2*, 182-195.
- Wijayanti, M. N. (2018). Penerapan CVP Analisis sebagai Alat Perencanaan Penjualan untuk Menetapkan Laba. *Jurnal AKUNESA*, 1-22.

LAMPIRAN

Tabel Rincian Pengeluaran UMKM Take One bulan Desember 2020

No	Komponen	Kuantitas	Harga Satuan	Total
1	Boba	7 kg	Rp 27.000	Rp 189.000
2	Bubuk Perasa	38 kg	Rp 26.000	Rp 988.000
3	Susu Cair	15 dus	Rp 195.000	Rp 2.925.000
4	Susu Kental Manis	9 kaleng	Rp 11.000	Rp 99.000
5	Gula Pasir	54 kg	Rp 12.170	Rp 657.180
6	Gula Aren	5 liter	Rp 42.620	Rp 213.100
7	Es Batu	60 kg	Rp 3.000	Rp 180.000
8	Air	40 galon	Rp 5.000	Rp 200.000
9	Sedotan	1896	Rp 48,08	Rp 91.162
10	Gelas Plastik	1896	Rp 390	Rp 739.440
11	Kantong Plastik	1896	Rp 25,5	Rp 48.348
12	Gas	3	Rp 30.000	Rp 90.000
Total Biaya Variabel				Rp 6.420.230

Sumber: UMKM Take One

Tabel Pengeluaran Biaya Tetap UMKM Take One Desember 2020

No	Komponen	Kuantitas	Harga Satuan	Total
1	Listrik	1	Rp 975.000	Rp 975.000
2	Gaji Karyawan	2	Rp 1.500.000	Rp 3.000.000
Total Biaya Tetap				Rp 3.975.000

Sumber: UMKM Take One

Tabel Simulasi Perhitungan Biaya Penyusutan UMKM Take One

Peralatan	Harga Beli	Masa Manfaat (tahun)	Jumlah Unit	Penyusutan per Bulan (Rp)
Blender	500.000	3	3	41.667
Kompas Gas	150.000	5	1	2.500
Peralatan Lain	300.000	3	1	8.333
Total				52.500

Sumber: UMKM Take One

Tabel Perhitungan Margin Kontribusi dengan Bauran Penjualan

Varian	Bauran	Harga Jual per Unit	Biaya Variabel per Unit	Margin Kontribusi per Unit	Margin Kontribusi dg Bauran	Harga Jual dg Bauran
	1	2	3	4 (2)-(3)	(4)*(1)	(2)*(1)
Pure Green Tea	3	8.000	2.000	6.000	18.000	24.000
Pure Thai Tea	4	8.000	2.000	6.000	24.000	32.000
Lemon Tea	4	10.000	2.500	7.500	30.000	40.000
Green Thai Tea	5	10.000	3.100	6.900	34.500	50.000
Thai Coffe	6	10.000	3.200	6.800	40.800	60.000
Ori Thai Tea	6	10.000	3.000	7.000	42.000	60.000
Red Velvet	6	15.000	3.800	11.200	67.200	90.000
Avocado Milk	7	13.000	3.550	9.450	66.150	91.000
Taro	7	12.000	3.230	8.770	61.390	84.000
Milo	8	12.000	3.400	8.600	68.800	96.000
Ovaltine	8	10.000	2.700	7.300	58.400	80.000
Dark Choco	10	12.000	3.200	8.800	88.000	120.000
Avocado Choco	12	12.000	3.400	8.600	103.200	144.000
Boba Milk Brown	14	18.000	5.100	12.900	180.600	252.000
	100	160.000	44.180		883.040	1.223.000

Sumber: diolah penulis