

**ANALISIS BIAYA DAN VOLUME LABA JANGKA PENDEK PADA UMKM
ANGKRINGAN 3.12**

Oleh :

Eko Wantoro Ari P, Dzaki Milanda, Lyra Nur Aulia H, Andre Aiman N
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika
Jl. Kramat Raya No.98, Senen, Jakarta Pusat.

Correspondence		
Email: info@bsi.ac.id	No. Telp: (021) 8000063	
Submitted: 22 November 2024	Accepted: 30 November 2024	Published: 1 Desember 2024

ABSTRACT

This study aims to analyze the cost structure and short-term profit potential of the Angkringan 3.12 MSME, focusing on the products Nasi Kucing, Gorengan, and Beverages. The primary goal of this research is to assess the efficiency of cost management and each product's contribution to net profit through the identification of fixed and variable costs, as well as calculations of contribution margin, break-even point, and margin of safety. The results indicate that the cost structure in this MSME is effectively managed, with the largest expenses allocated to main raw materials, specifically rice and cooking oil, which significantly impact total production costs. The contribution margin analysis reveals that the Beverage product has the highest contribution margin ratio of 30%, followed by Gorengan at 16.00% and Nasi Kucing at 11.67%, indicating each product's varying contributions to the company's profit. The break-even calculation shows that Nasi Kucing requires a minimum sale of 6,000 units, Gorengan 5,000 units, and Beverages 2,500 units to cover fixed costs, reflecting different efficiency levels among the products. Furthermore, the average margin of safety of IDR 4,333,333 or 46.67% demonstrates that Angkringan 3.12 MSME is in a financially secure position to handle market fluctuations. With efficient cost management, operational efficiency, and well-planned marketing strategies, this MSME has strong potential to enhance profitability and ensure business sustainability in the future.

Keywords: cost analysis, contribution margin, break-even point, margin of safety, MSME Angkringan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis struktur biaya dan potensi laba jangka pendek pada UMKM Angkringan 3.12 dengan fokus pada produk Nasi Kucing, Gorengan, dan Minuman. Penelitian ini menilai efisiensi pengelolaan biaya dan kontribusi tiap produk terhadap laba bersih, melalui identifikasi biaya tetap dan variabel, serta perhitungan margin kontribusi, titik impas, dan margin of safety. Hasil analisis menunjukkan bahwa struktur biaya UMKM ini telah dikelola secara efektif, dengan biaya terbesar dialokasikan untuk bahan baku utama, yaitu beras dan minyak goreng, yang berdampak signifikan pada total biaya produksi. Analisis margin kontribusi mengungkapkan bahwa produk Minuman memiliki rasio margin kontribusi tertinggi sebesar 30%, diikuti oleh Gorengan sebesar 16,00% dan Nasi Kucing sebesar 11,67%, menunjukkan variasi kontribusi laba dari setiap produk. Perhitungan titik impas menunjukkan bahwa Nasi Kucing membutuhkan penjualan minimal 6.000 unit, Gorengan 5.000 unit, dan Minuman 2.500 unit untuk menutupi biaya tetap, yang mencerminkan perbedaan tingkat efisiensi di antara produk-produk tersebut. Selain itu, margin of safety rata-rata sebesar Rp 4.333.333 atau 46,67% menunjukkan bahwa UMKM Angkringan 3.12 berada pada posisi keuangan yang cukup aman untuk menghadapi fluktuasi pasar. Dengan pengelolaan biaya yang tepat, efisiensi operasional, dan strategi pemasaran yang terencana, UMKM ini memiliki potensi yang kuat untuk meningkatkan profitabilitas dan memastikan keberlanjutan usaha di masa mendatang.

Kata kunci: analisis biaya, margin kontribusi, titik impas, margin of safety, UMKM Angkringan

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis, pencapaian keuntungan optimal menjadi salah satu tujuan utama, baik bagi perusahaan besar maupun usaha kecil seperti UMKM. Keuntungan yang diperoleh bukan hanya menjadi tanda keberhasilan perusahaan, tetapi juga sebagai sumber pembiayaan untuk keberlanjutan operasi dan ekspansi bisnis di masa mendatang (Suhara & Amallia, 2018). UMKM Angkringan 3.12 seperti halnya UMKM lainnya dihadapkan pada tantangan persaingan yang terus meningkat, terutama dalam hal pengelolaan biaya produksi dan



perencanaan laba. Oleh karena itu, analisis biaya dan laba volume menjadi penting untuk memantau perubahan volume produksi dan dampaknya terhadap biaya dan laba dalam jangka pendek (Cahyadi & Sulistiyo, 2018).

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siregar et al. (2013) analisis biaya volume laba atau Cost-Volume-Profit (CVP) merupakan alat yang sangat berguna dalam perencanaan bisnis dan pengambilan keputusan. CVP membantu perusahaan memahami hubungan antara biaya variabel, biaya tetap, volume penjualan dan laba yang diperoleh. Analisis ini memungkinkan manajemen untuk membuat perencanaan yang matang dalam memilih strategi bisnis yang dapat meningkatkan keuntungan dengan biaya yang efisien. Putri et al. (2018) menekankan bahwa analisis CVP membantu dalam proses perencanaan, pengendalian, serta pengambilan keputusan untuk menjaga stabilitas dan pertumbuhan perusahaan.

UMKM Angkringan 3.12 juga perlu memahami perencanaan biaya produksi secara menyeluruh, terutama di tengah persaingan ketat pada sektor kuliner. UMKM di Indonesia memainkan peran penting dalam menopang perekonomian nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Aprillia & Gafur, 2017). Menurut Kartawan et al. (2017), UMKM berhasil mempertahankan daya saing dan stabilitas ekonomi bahkan pada masa krisis, berkat keunggulannya dalam menjaga biaya produksi yang rendah. Pentingnya pengelolaan biaya produksi juga disampaikan oleh Liza (2022), yang menjelaskan bahwa metode seperti full costing dapat membantu UMKM untuk menentukan harga pokok produksi yang tepat dan meningkatkan profitabilitas.

Angkringan 3.12, seperti halnya UMKM Angkringan RM 46 yang diteliti oleh Thenu et al. (2021), memerlukan pendekatan yang akurat untuk menghitung biaya produksi dengan mempertimbangkan biaya tetap dan variabel. Dengan perhitungan biaya yang tepat, UMKM seperti Angkringan 3.12 dapat menentukan harga jual yang kompetitif, sehingga memungkinkan untuk bersaing di pasar lokal dengan tetap menghasilkan laba yang optimal (Nofiani et al., 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara biaya produksi, volume penjualan, dan laba pada UMKM Angkringan 3.12 dalam jangka pendek. Melalui analisis biaya dan laba volume ini, diharapkan Angkringan 3.12 dapat membuat perencanaan yang lebih strategis dalam menentukan harga jual dan kebijakan produksi yang menguntungkan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan panduan bagi UMKM lainnya dalam mengoptimalkan perencanaan laba dan pengendalian biaya produksi untuk mencapai keberlanjutan usaha ke depan.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Biaya

Menurut Mulyadi (2015), biaya dapat didefinisikan sebagai pengorbanan sumber daya ekonomi yang diukur dalam satuan uang untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat baik sekarang maupun di masa depan. Abdullah (2012) juga menyatakan bahwa biaya adalah pengeluaran atau nilai pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh barang atau jasa yang memberikan manfaat melebihi satu periode akuntansi. Dalam konteks UMKM, seperti yang dijalankan oleh Angkringan 3.12, biaya yang dikeluarkan akan memengaruhi perhitungan laba dan keputusan manajerial yang berkaitan dengan efisiensi operasional dan keberlanjutan usaha.

2.2 Analisis Biaya-Volume-Laba (CVP)

Analisis biaya-volume-laba (Cost-Volume-Profit atau CVP) merupakan metode yang digunakan untuk menganalisis bagaimana perubahan dalam biaya tetap, biaya variabel, harga jual per unit, dan volume penjualan dapat memengaruhi profitabilitas perusahaan (Blocher et al., 2011). Dalam hal ini, analisis CVP sangat penting bagi

UMKM seperti Angkringan 3.12 untuk menentukan harga jual yang optimal dan volume penjualan yang diperlukan agar mencapai titik impas atau laba yang diinginkan. Hal ini sesuai dengan temuan dalam penelitian oleh Salman et al. (2016) yang menyatakan bahwa analisis CVP membantu perusahaan dalam menyusun perencanaan laba dan pengambilan keputusan terkait volume penjualan yang dibutuhkan untuk mencapai target laba.

2.3 Perencanaan Laba dalam UMKM

Mulyadi (2015) menjelaskan bahwa perencanaan laba adalah proses pembuatan rencana kerja untuk jangka waktu satu tahun, yang menyatakan tujuan laba perusahaan dalam satuan moneter. Perencanaan laba yang efektif sangat penting bagi UMKM seperti Angkringan 3.12 karena dengan perencanaan yang baik, manajemen dapat mengoptimalkan penggunaan sumber daya untuk memaksimalkan laba dalam jangka pendek. Garrison (2008) menambahkan bahwa analisis perencanaan laba dapat digunakan untuk menentukan volume penjualan yang dibutuhkan untuk mencapai target laba, serta bagaimana perubahan dalam biaya tetap atau variabel dapat mempengaruhi profitabilitas usaha.

2.4 Titik Impas (*Break Even Point*)

Hansen dan Mowen (2005) menyatakan bahwa analisis titik impas adalah teknik untuk mengetahui volume penjualan minimum yang dibutuhkan agar suatu usaha tidak mengalami kerugian dan mulai menghasilkan laba. Konsep ini sangat relevan untuk UMKM, di mana biaya tetap dan variabel harus dipertimbangkan untuk menentukan titik impas. Penelitian oleh Rahmayani & Mardiyantika (2020) juga menekankan pentingnya penggunaan analisis CVP dan perhitungan titik impas untuk membantu UMKM mengelola biaya dan menentukan volume penjualan yang dibutuhkan untuk memperoleh laba yang optimal.

2.5 Manfaat Margin Kontribusi dan Margin Pengamanan

Margin kontribusi, yang dihitung sebagai selisih antara harga jual per unit dan biaya variabel per unit, digunakan untuk mengukur kontribusi setiap unit produk terhadap penutupan biaya tetap dan pencapaian laba (Sakti, 2013). Dalam analisis CVP, margin kontribusi ini akan sangat berguna untuk menilai apakah suatu produk cukup menguntungkan bagi perusahaan, terutama bagi UMKM yang memproduksi barang dalam jumlah terbatas. Krismiaji et al. (2011) mengungkapkan bahwa margin pengamanan atau margin of safety (MOS) adalah jumlah unit atau pendapatan yang diharapkan akan diperoleh di atas titik impas. MOS menjadi indikator penting untuk menilai seberapa besar ruang aman yang dimiliki oleh suatu usaha, terutama dalam menghadapi fluktuasi penjualan.

2.6 Analisis dalam UMKM

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan relevansi analisis biaya-volume-laba (CVP) pada UMKM. Seperti penelitian oleh Atika Pelawiten (2014), yang menemukan bahwa analisis CVP dapat membantu usaha seperti UD Gladys Bakery dalam merencanakan laba dan mengelola risiko kerugian akibat fluktuasi biaya dan penjualan. Penelitian serupa dilakukan oleh Luke David Kembi (2014), yang menunjukkan bahwa perencanaan laba berbasis analisis biaya-volume-laba pada PT. Multi Food Manado telah mengoptimalkan laba perusahaan dan meningkatkan margin pengamanannya. Dalam konteks Angkringan 3.12, yang beroperasi dalam sektor makanan dan minuman, analisis ini menjadi alat yang sangat berharga untuk merencanakan laba dan mengidentifikasi potensi risiko kerugian yang dapat terjadi apabila biaya tetap dan variabel tidak dikelola dengan baik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan analisis deskriptif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung dari UMKM Angkringan 3.12, yang meliputi informasi mengenai penjualan, biaya bahan baku, biaya operasional, dan biaya pemasaran untuk produk-produk yang dijual. Adapun metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.1 Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui observasi langsung dan wawancara dengan pengelola UMKM Angkringan 3.12. Data yang dikumpulkan meliputi informasi terkait komposisi penjualan produk, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya overhead pabrik (BOP), serta biaya pemasaran untuk setiap produk yang dijual yaitu Nasi Kucing, Gorengan, dan Minuman. Selain itu, data juga mencakup laporan laba rugi serta penggolongan biaya variabel dan tetap untuk setiap produk.

3.2 Analisis Penjualan

Data penjualan dianalisis untuk menentukan kontribusi masing-masing produk terhadap total penjualan, baik dari sisi kuantitas maupun nilai penjualan. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui alokasi penjualan per produk dan kontribusi pendapatan yang diperoleh dari masing-masing produk.

3.3 Analisis Biaya

Analisis biaya dilakukan untuk mengetahui struktur biaya dalam usaha Angkringan, yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik (BOP), dan biaya pemasaran. Struktur biaya ini dibagi menjadi biaya variabel dan biaya tetap, yang kemudian dihitung untuk masing-masing produk. Pembagian biaya ini penting untuk memahami bagaimana biaya berhubungan dengan volume penjualan serta profitabilitas usaha.

3.4 Perhitungan Margin Kontribusi

Margin kontribusi dihitung untuk mengetahui seberapa besar setiap produk memberikan kontribusi terhadap pendapatan setelah dikurangi biaya variabel. Margin kontribusi ini dihitung baik secara total maupun per unit, dan rasio margin kontribusi digunakan untuk menganalisis efisiensi produk dalam memberikan laba bagi usaha.

3.5 Perhitungan Titik Impas

Titik impas dihitung untuk mengetahui jumlah unit yang harus dijual atau nilai penjualan yang harus tercapai agar usaha mencapai keadaan impas, yaitu tidak mengalami kerugian atau keuntungan. Titik impas dihitung untuk masing-masing produk berdasarkan perhitungan biaya tetap dan margin kontribusi.

3.6 Analisis dan Pembahasan

Berdasarkan hasil perhitungan margin kontribusi dan titik impas, analisis dilakukan untuk mengevaluasi performa masing-masing produk dalam mencapai laba. Keputusan yang diambil berdasarkan analisis ini digunakan untuk memberikan rekomendasi dalam pengelolaan biaya dan strategi pemasaran yang lebih efektif guna meningkatkan profitabilitas UMKM Angkringan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Penjualan

UMKM Angkringan ini menjual beberapa jenis produk dengan kontribusi masing-masing terhadap total penjualan. Analisis ini membantu dalam memahami alokasi penjualan per produk dan kontribusi pendapatan untuk pengambilan keputusan bisnis.

Tabel 1. Komposisi Penjualan

Jenis	Kuantitas	Harga Jual	Total	Product Mix	Sales Mix
-------	-----------	------------	-------	-------------	-----------

Produk	(unit)	per Unit (Rp)	Penjualan (Rp)		
Nasi Kucing	3,000	2,000	6,000,000	0.30	0.40
Gorengan	5,000	1,000	5,000,000	0.50	0.33
Minuman	2,000	1,500	3,000,000	0.20	0.27
Total	10,000		14,000,000	1.00	1.00

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan Tabel 1, analisis komposisi penjualan UMKM Angkringan pada beberapa produk kuliner menunjukkan bahwa produk *Nasi Kucing* memiliki jumlah penjualan sebesar 3.000 unit dengan harga jual per unit Rp2.000. Hal ini menghasilkan total penjualan sebesar Rp6.000.000, yang mencakup *Product Mix* sebesar 0,30 dan *Sales Mix* sebesar 0,40 dari keseluruhan penjualan. Produk *Gorengan* menjadi produk dengan kuantitas tertinggi, yaitu 5.000 unit dengan harga jual per unit Rp1.000. Penjualan produk ini menghasilkan total Rp5.000.000, berkontribusi sebesar 0,50 pada *Product Mix* dan 0,33 pada *Sales Mix*. Produk terakhir adalah *Minuman*, dengan jumlah penjualan sebesar 2.000 unit dan harga jual per unit Rp1.500, sehingga total penjualannya mencapai Rp3.000.000. Produk ini menyumbang *Product Mix* sebesar 0,20 dan *Sales Mix* sebesar 0,27 dari total penjualan keseluruhan. Secara total, ketiga produk ini mencapai total kuantitas 10.000 unit dan nilai penjualan sebesar Rp14.000.000, dengan masing-masing *Product Mix* dan *Sales Mix* mencapai 1,00 atau 100%. Analisis ini menunjukkan bahwa produk *Nasi Kucing* meskipun memiliki kuantitas penjualan lebih rendah dibandingkan gorengan, berkontribusi paling besar pada total penjualan dari sisi pendapatan.

4.2 Analisis dan Penggalangan Biaya

Dalam analisis biaya untuk UMKM Angkringan, penting untuk memahami struktur biaya yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya operasional, dan biaya pemasaran. Tabel di bawah ini menggambarkan komponen biaya yang signifikan dalam usaha ini.

Tabel 2. Biaya Bahan Baku

No	Bahan	Jumlah	Biaya Per Unit	Total	%
1	Beras	200 kg	10,000	2,000,000	40%
2	Minyak Goreng	100 liter	15,000	1,500,000	30%
3	Teh dan Kopi	50 paket	10,000	500,000	10%
4	Tahu dan Tempe	500 buah	1,000	500,000	10%
5	Bumbu Dapur	20 kg	5,000	100,000	2%
6	Plastik dan Kertas	300 unit	1,000	300,000	6%
Total					100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan Tabel 2, biaya terbesar dalam operasional UMKM Angkringan berasal dari beras, yang merupakan bahan utama dalam produk nasi kucing, dengan total biaya mencapai Rp2.000.000 atau 40% dari total biaya bahan baku. Ini menandakan bahwa keberlangsungan usaha sangat tergantung pada stabilitas harga beras di pasar. Selain itu, biaya minyak goreng yang digunakan untuk mengolah gorengan juga signifikan, mencapai Rp1.500.000 atau 30% dari total biaya. Kedua bahan ini menjadi kunci dalam penyediaan produk yang ditawarkan kepada konsumen.

Di sisi lain, biaya untuk teh dan kopi, yang termasuk dalam kategori minuman, serta tahu dan tempe masing-masing memiliki proporsi sebesar 10%. Meskipun biaya untuk bumbu dapur dan kemasan relatif kecil, dengan persentase masing-masing 2% dan 6%, mereka tetap memainkan peran penting dalam keseluruhan biaya operasional.

Proporsi yang kecil ini menunjukkan bahwa meskipun komponen ini tidak mendominasi struktur biaya, keberadaannya tetap diperlukan untuk menjaga kualitas produk yang ditawarkan.

Dengan memahami struktur biaya ini, UMKM Angkringan perlu melakukan penggalangan dana secara efisien untuk menjaga kelangsungan usaha. Beberapa strategi yang dapat diadopsi termasuk meningkatkan volume penjualan melalui variasi produk dan promosi untuk menarik pelanggan baru. Selain itu, penting untuk mengoptimalkan biaya dengan mencari alternatif sumber bahan baku yang lebih murah tanpa mengorbankan kualitas, seperti menjalin kerjasama dengan petani lokal atau pemasok yang menawarkan harga bersaing. Pengelolaan keuangan yang baik juga menjadi krusial, di mana pencatatan yang sistematis dapat membantu mengawasi pengeluaran dan pendapatan sehingga penggalangan dana menjadi lebih terarah. Di era digital, kampanye crowdfunding juga dapat dimanfaatkan untuk mencari investasi dari masyarakat yang mendukung produk lokal. Dengan pendekatan yang strategis dalam analisis biaya dan penggalangan dana, UMKM Angkringan dapat lebih baik dalam mengelola biaya operasional dan memaksimalkan keuntungan.

Tabel 3. Biaya Overhead Pabrik

No	Keterangan	Biaya Bahan Penolong	Biaya Penyusutan	Biaya Pemeliharaan	Total BOP	%
1	Nasi Kucing	1,000,000			1,000,000	18.18%
2	Gorengan	1,200,000			1,200,000	21.82%
3	Minuman	500,000			500,000	9.09%
4	Penyusutan Peralatan		500,000		500,000	9.09%
5	Pemeliharaan Peralatan			300,000	300,000	5.45%
6	Biaya Listrik	700,000			700,000	12.73%
7	Biaya Air	400,000			400,000	7.27%
8	Biaya Tenaga Kerja			1,000,000	1,000,000	18.18%
9	Biaya Transportasi	500,000			500,000	9.09%
10	Biaya Administrasi	600,000			600,000	10.91%
Total		4,900,000	500,000	1,300,000	6,700,000	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan Tabel 3 mengenai Biaya Overhead Pabrik (BOP) UMKM Angkringan, analisis biaya menunjukkan rincian yang penting untuk pengelolaan biaya operasional. Biaya terbesar berasal dari kategori Gorengan, yang mencapai Rp1.200.000 atau 21,82% dari total BOP. Diikuti oleh Nasi Kucing dengan biaya sebesar Rp1.000.000, yang menyumbang 18,18% dari total biaya. Untuk kategori Minuman, biaya bahan penolong yang dikeluarkan mencapai Rp500.000, berkontribusi 9,09% terhadap total BOP.

Selain itu, terdapat biaya penyusutan peralatan sebesar Rp500.000, yang juga memberikan kontribusi 9,09%. Pemeliharaan peralatan menjadi faktor penting lainnya dengan biaya sebesar Rp300.000, yang mencakup 5,45% dari total biaya. Biaya utilitas, seperti Biaya Listrik dan Biaya Air, masing-masing berkontribusi Rp700.000 dan Rp400.000, atau 12,73% dan 7,27% dari total BOP.

Pengeluaran untuk Tenaga Kerja tercatat sebesar Rp1.000.000, yang berkontribusi 18,18% dari total BOP. Selain itu, Biaya Transportasi dan Biaya

Administrasi masing-masing mencapai Rp500.000 (9,09%) dan Rp600.000 (10,91%). Dengan total BOP sebesar Rp6.700.000, tabel ini menunjukkan bahwa pengelolaan biaya overhead sangat penting bagi UMKM Angkringan untuk memastikan efisiensi operasional dan profitabilitas.

Tabel 4. Biaya Tenaga Kerja Langsung

No	Keterangan	BTKL	Persentase
1	Nasi Kucing	2,000,000	40,00%
2	Gorengan	1,500,000	30,00%
3	Minuman	800,000	16,00%
4	Bonus	500,000	10,00%
5	Jaminan Sosial	200,000	4,00%
Total		5,000,000	100,00%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan Tabel 4 di atas, biaya tenaga kerja langsung (BTKL) untuk UMKM Angkringan menunjukkan proporsi yang signifikan dalam struktur biaya operasional. Dari total BTKL sebesar Rp5.000.000, komponen terbesar berasal dari produk nasi kucing, yang memakan biaya sebesar Rp2.000.000, atau 40% dari total. Ini menunjukkan bahwa pembuatan nasi kucing, yang merupakan salah satu produk unggulan, memerlukan perhatian khusus dalam pengelolaan tenaga kerja.

Selanjutnya, biaya untuk gorengan mencapai Rp1.500.000 atau 30% dari total BTKL. Hal ini mencerminkan tingginya permintaan akan gorengan di kalangan pelanggan angkringan, sehingga mengharuskan alokasi tenaga kerja yang cukup untuk memproduksinya. Produk minuman menyumbang Rp800.000, atau 16%, yang menunjukkan bahwa meskipun tidak sebesar nasi kucing dan gorengan, sektor minuman tetap penting dalam mendukung operasional angkringan.

Selain itu, biaya bonus sebesar Rp500.000 atau 10% mencerminkan upaya untuk meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan, yang dianggap penting dalam menjaga kualitas produk dan layanan. Jaminan sosial juga dianggarkan sebesar Rp200.000, atau 4%, yang merupakan kewajiban yang perlu dipenuhi oleh UMKM sebagai bagian dari tanggung jawab sosial terhadap karyawan.

Dengan total biaya tenaga kerja langsung yang mencapai Rp5.000.000 dan distribusi yang beragam, pengelolaan biaya ini menjadi krusial bagi keberlangsungan UMKM Angkringan. Mengingat biaya tenaga kerja merupakan salah satu komponen biaya tetap yang tidak dapat dihindari, penting bagi pengelola untuk melakukan evaluasi secara berkala untuk memastikan efisiensi dan efektivitas dalam penggunaan sumber daya manusia. Pengelolaan yang baik akan berkontribusi terhadap peningkatan produktivitas serta profitabilitas usaha, yang pada akhirnya dapat berpengaruh positif terhadap pertumbuhan bisnis.

Tabel 5. Biaya Pemasaran

No	Keterangan	Biaya Per Produk	Persentase
1	Nasi Kucing	800,000	32.00%
2	Gorengan	600,000	24.00%
3	Minuman	400,000	16.00%
4	Promosi dan Diskon	500,000	20.00%
5	Biaya Transportasi	200,000	8.00%
Total		2,600,000	100.00%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan Tabel 5, total biaya pemasaran untuk UMKM Angkringan adalah Rp2.600.000. Dari total ini, produk nasi kucing menempati proporsi terbesar, yakni sebesar Rp800.000, yang setara dengan 32% dari total biaya pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa nasi kucing sebagai salah satu produk unggulan memerlukan strategi pemasaran yang lebih intensif untuk menarik perhatian pelanggan.

Gorengan menyusul dengan biaya pemasaran sebesar Rp600.000, atau 24%. Mengingat popularitas gorengan di kalangan pelanggan, pengeluaran untuk pemasaran produk ini dianggap penting untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan. Sementara itu, biaya pemasaran untuk minuman mencapai Rp400.000, atau 16%, mencerminkan kebutuhan untuk mempromosikan variasi minuman yang ditawarkan oleh angkringan.

Selanjutnya, alokasi Rp500.000 atau 20% dari total biaya pemasaran untuk promosi dan diskon sangat penting untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan loyalitas pelanggan yang sudah ada. Strategi ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan secara keseluruhan, terutama di masa-masa tertentu ketika permintaan tinggi.

Biaya transportasi, meskipun terbilang kecil, yaitu Rp200.000 atau 8%, tetap berkontribusi pada keseluruhan strategi pemasaran dengan memastikan produk tersedia di lokasi yang strategis.

Tabel 6. Penggolongan Biaya Nasi Kucing, Gorengan, dan Minuman

No	Keterangan	Nasi Kucing		Gorengan		Minuman	
		Biaya Variabel	Biaya Tetap	Biaya Variabel	Biaya Tetap	Biaya Variabel	Biaya Tetap
1	BBB	2,000,000		1.500.000		800.000	
2	BOP						
	B. bahan pembantu	1.000.000		1.200.000.		500.000.	
	B. pemeliharaan	300.000					
	B. Penyusutan		500.000.				
3	BTKL	2.000.000		1.500.000		800.000	
4	Biaya Pemasaran		800.000		600.000		400.000
Total		5,300.000	1,300.000	4,200.000	600.000	2,100.000	400.000

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel 6 menguraikan penggolongan biaya untuk produk Nasi Kucing, Gorengan, dan Minuman, yang dibedakan antara biaya variabel dan biaya tetap. Untuk Nasi Kucing, total biaya variabel mencapai Rp5.300.000, yang terdiri dari biaya bahan baku (BBB) sebesar Rp2.000.000 dan biaya tenaga kerja langsung (BTKL) sebesar Rp2.000.000. Dalam biaya overhead pabrik (BOP), terdapat biaya bahan pembantu sebesar Rp1.000.000 dan biaya pemeliharaan sebesar Rp300.000. Tidak ada biaya penyusutan yang dialokasikan untuk Nasi Kucing.

Sementara itu, Gorengan memiliki total biaya variabel sebesar Rp4.200.000, di mana biaya bahan baku mencapai Rp1.500.000 dan BTKL sebesar Rp1.500.000. Dalam kategori BOP, Gorengan mencatat biaya bahan pembantu sebesar Rp1.200.000 dan biaya penyusutan sebesar Rp500.000, tetapi tidak ada biaya pemeliharaan yang dianggarkan. Biaya pemasaran untuk Gorengan tercatat sebesar Rp600.000, yang merupakan biaya tetap.

Untuk Minuman, total biaya variabel sebesar Rp2.100.000 terdiri dari biaya bahan baku Rp800.000 dan BTKL sebesar Rp800.000. Biaya bahan pembantu dalam BOP adalah Rp500.000, sedangkan pemeliharaan dan penyusutan tidak dialokasikan. Biaya pemasaran untuk Minuman tercatat sebesar Rp400.000, juga sebagai biaya tetap.

Secara keseluruhan, penggolongan biaya ini memberikan gambaran yang jelas mengenai struktur biaya untuk setiap produk, membantu dalam perencanaan dan pengambilan keputusan dalam manajemen keuangan UMKM Angkringan.

4.3 Perhitungan Margin Kontribusi

Tabel 7 menyajikan laporan laba rugi untuk produk Nasi Kucing, Gorengan, dan Minuman. Laporan ini bertujuan untuk menghitung margin kontribusi dari setiap produk, yang menjadi indikator penting dalam menilai profitabilitas usaha.

Tabel 7. Laporan Labar Rugi

Keterangan	Nasi Kucing	Gorengan	Minuman
Penjualan	6,000,000	5,000,000	3,000,000
Biaya Variabel	5,300,000	4,200,000	Biaya Variabel
Margin Kontribusi	700,000	800,000	900,000
Biaya Tetap	1,300,000	600,000	400,000
Laba Bersih	(600,000)	200,000	500,000

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa penjualan Nasi Kucing mencapai Rp6.000.000 dengan biaya variabel sebesar Rp5.300.000, sehingga menghasilkan margin kontribusi sebesar Rp700.000. Namun, setelah mengurangi biaya tetap yang mencapai Rp1.300.000, Nasi Kucing mencatat laba bersih negatif sebesar Rp600.000.

Untuk Gorengan, penjualan mencapai Rp5.000.000 dengan biaya variabel Rp4.200.000, menghasilkan margin kontribusi sebesar Rp800.000. Setelah mengurangi biaya tetap sebesar Rp600.000, Gorengan mencatat laba bersih sebesar Rp200.000.

Minuman, dengan penjualan sebesar Rp3.000.000 dan biaya variabel Rp2.100.000, menghasilkan margin kontribusi tertinggi sebesar Rp900.000. Dengan biaya tetap yang hanya Rp400.000, Minuman berhasil mencatat laba bersih sebesar Rp500.000.

Dari analisis ini, Minuman menunjukkan performa yang paling baik dalam hal laba bersih, diikuti oleh Gorengan, sementara Nasi Kucing mengalami kerugian. Margin kontribusi ini menjadi penting untuk pengambilan keputusan manajerial dalam upaya meningkatkan profitabilitas UMKM Angkringan.

Tabel 8. Margin Kontribusi

No	Jenis Produk	Margin Kontribusi	Margin Kontribusi per Unit	Rasio Margin Kontribusi
1	Nasi Kucing	700,000	233.33	11.67
2	Gorengan	800,000	160.00	16.00
3	Minuman	900,000	450.00	30.00
Rata-rata		800,000	281.11	19.56

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel 8 menyajikan analisis mengenai margin kontribusi dari tiga jenis produk: Nasi Kucing, Gorengan, dan Minuman. Margin kontribusi adalah selisih antara pendapatan dari penjualan produk dan biaya variabel yang terkait. Untuk Nasi Kucing, margin kontribusi tercatat sebesar Rp700.000, dengan margin kontribusi per unit sebesar Rp233,33 dan rasio margin kontribusi 11,67%. Meskipun total margin kontribusinya signifikan, proporsi kontribusinya terhadap total penjualan relatif kecil. Di sisi lain, Gorengan menunjukkan margin kontribusi sebesar Rp800.000, dengan margin kontribusi per unit Rp160,00 dan rasio margin kontribusi 16,00%. Hal ini mencerminkan efisiensi Gorengan dalam memberikan kontribusi terhadap pendapatan, meskipun kontribusi per

unitnya lebih rendah dibandingkan Nasi Kucing. Sementara itu, Minuman mencatat margin kontribusi tertinggi sebesar Rp900.000, dengan margin kontribusi per unit Rp450,00 dan rasio margin kontribusi mencapai 30,00%. Ini menunjukkan bahwa Minuman tidak hanya memberikan kontribusi terbesar tetapi juga memiliki proporsi tinggi terhadap pendapatan, sehingga lebih menguntungkan bagi usaha. Rata-rata margin kontribusi untuk ketiga produk tersebut adalah Rp800.000, dengan margin kontribusi per unit rata-rata Rp281,11 dan rasio margin kontribusi rata-rata 19,56%. Analisis ini menunjukkan bahwa Minuman adalah produk yang paling menguntungkan, sementara Nasi Kucing, meskipun menjadi produk utama, memiliki kontribusi yang lebih kecil. Temuan ini sangat penting untuk perencanaan strategi pemasaran dan pengembangan produk ke depan serta pengambilan keputusan terkait pengelolaan biaya dan alokasi sumber daya.

Tabel 9. Titik Impas

No	Jenis Produk	Titik Impas (dalam unit)	Titik Impas (dalam rupiah)
1	Nasi Kucing	6,000	Rp 12,000,000
2	Makanan	5,000	Rp 10,000,000
3	Minuman	2,500	Rp 5,000,000

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel 9 menunjukkan perhitungan titik impas untuk tiga jenis produk yang dijual, yaitu Nasi Kucing, Gorengan, dan Minuman. Untuk Nasi Kucing, titik impas dihitung sebesar 6.000 unit, yang setara dengan Rp 12.000.000. Ini menunjukkan bahwa untuk mencapai keadaan di mana pendapatan sama dengan total biaya, penjualan Nasi Kucing harus mencapai angka tersebut. Selanjutnya, Gorengan memiliki titik impas sebesar 5.000 unit, dengan total nilai sebesar Rp 10.000.000. Ini berarti bahwa jumlah Gorengan yang perlu dijual untuk menutup seluruh biaya tetap dan variabel adalah 5.000 unit. Terakhir, Minuman memiliki titik impas terendah, yaitu 2.500 unit, yang setara dengan Rp 5.000.000. Hal ini mencerminkan bahwa penjualan Minuman yang lebih sedikit diperlukan untuk mencapai titik impas dibandingkan dengan produk lainnya.

Tabel 10. Margin of Safety

No	Jenis Produk	Margin of Safety	Persentase
1	Nasi Kucing	6.000.000	50%
2	Gorengan	5.000.000	50%
3	Minuman	2.000.000	40%
Rata-Rata		4.333.333	46.67%

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel 10 menyajikan informasi mengenai Margin of Safety untuk tiga jenis produk, yaitu Nasi Kucing, Gorengan, dan Minuman. Margin of Safety adalah ukuran yang menunjukkan seberapa besar penjualan aktual melebihi titik impas, memberikan gambaran tentang stabilitas finansial masing-masing produk. Nasi Kucing menunjukkan Margin of Safety sebesar Rp 6.000.000, dengan persentase mencapai 50%. Ini menandakan bahwa penjualan Nasi Kucing dapat menurun hingga setengah dari titik impas tanpa menyebabkan kerugian, menunjukkan posisinya yang kuat dalam hal keamanan finansial.

Gorengan memiliki Margin of Safety yang sama, yaitu Rp 5.000.000, juga dengan persentase 50%. Ini menunjukkan bahwa penjualan produk ini pun cukup aman, dapat bertahan dari penurunan yang signifikan sebelum mencapai kerugian. Di sisi lain, Minuman memiliki Margin of Safety sebesar Rp 2.000.000 dengan persentase 40%. Meskipun masih positif, angka ini lebih rendah dibandingkan dengan Nasi Kucing dan

Gorengan, menunjukkan bahwa produk Minuman mungkin menghadapi risiko lebih besar terkait fluktuasi penjualan.

Rata-rata Margin of Safety untuk ketiga produk adalah Rp 4.333.333, dengan persentase rata-rata sebesar 46,67%. Rata-rata ini memberikan gambaran umum tentang kesehatan finansial seluruh lini produk, menunjukkan bahwa perusahaan memiliki ruang cukup untuk menghadapi potensi penurunan penjualan. Meskipun terdapat variasi dalam Margin of Safety antar produk, semua produk masih menunjukkan angka positif. Hal ini mencerminkan potensi keberlanjutan, serta perlunya pengelolaan yang hati-hati untuk memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan risiko kerugian.

KESIMPULAN

Analisis biaya dan volume laba jangka pendek pada UMKM Angkringan 3.12 menunjukkan bahwa usaha ini memiliki pengelolaan biaya yang efisien dan potensi keuntungan yang signifikan. Biaya terbesar yang dikeluarkan berasal dari bahan baku, terutama beras dan minyak goreng, yang menandakan ketergantungan pada harga bahan baku yang stabil. Dengan pengelompokan biaya tetap dan variabel yang berimbang, usaha ini dapat mengelola sumber daya secara fleksibel, memungkinkan penyesuaian dengan kondisi pasar yang berubah.

Dari perhitungan Margin Kontribusi, produk Minuman memberikan kontribusi terbesar terhadap laba bersih, dengan margin sebesar 30%, diikuti oleh Gorengan dan Nasi Kucing masing-masing sebesar 16% dan 11,67%. Hal ini menunjukkan bahwa produk Minuman lebih menguntungkan, meskipun Nasi Kucing dan Gorengan juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap laba. Titik impas menunjukkan bahwa Nasi Kucing membutuhkan penjualan 6.000 unit, Gorengan 5.000 unit, dan Minuman 2.500 unit untuk menutupi biaya tetap, dengan Minuman memiliki titik impas yang lebih rendah, menjadikannya lebih cepat menguntungkan setelah mencapai volume penjualan tertentu.

Margin of Safety yang dihitung menunjukkan bahwa Nasi Kucing dan Gorengan memiliki margin yang cukup baik dengan masing-masing Rp 6.000.000 dan Rp 5.000.000, serta persentase 50%. Sementara Minuman memiliki margin sebesar Rp 2.000.000 dan persentase 40%. Rata-rata Margin of Safety sebesar Rp 4.333.333 dengan persentase 46,67%, menunjukkan bahwa usaha ini berada dalam posisi yang aman untuk menghadapi fluktuasi pasar. Dengan pengelolaan biaya yang tepat dan strategi pemasaran yang efektif, UMKM Angkringan memiliki potensi untuk tumbuh dan meningkatkan profitabilitas di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustono, D. O. S., Rizqi, M., Ovita R. Pandi, M. Y., & Riyadi, S. (2024). Analisis Penerapan Biaya Volume Laba terhadap Perencanaan Laba Perusahaan (Studi Kasus pada Franchise C'bezt Fried Chicken Gedangan, Sidoarjo). *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6(3), 1057–1066. <https://doi.org/10.31539/jomb.v6i3.8563>
- Istiana Mokoginta, M., Sondakh, J. J., Budiarmo, N. S., Akuntansi, J., Ekonomi dan Bisnis, F., Sam Ratulangi, U., & Kampus Bahu, J. (2018). ANALISIS BIAYA VOLUME LABA MULTI-PRODUK UNTUK PERENCANAAN LABA JANGKA PENDEK BIJIMERAH COFFEE AND ROASTERY. In *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern* (Vol. 13, Issue 2).
- Prismada, P., Pradnya, A., Setyawan, C., & Nabillah, S. N. (2023). *Analisis Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full Costing Pada UMKM Angkringan RM 46* (Vol. 4, Issue 2).

Rahmayuni, S., Risky Masmuddin, dan, Tinggi Ilmu Ekonomi Balikpapan, S., & Damai Kalimantan Timur, J. (n.d.). *ANALISIS COST VOLUME PROFIT DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PADA UKM BALIKPAPAN*.

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. In *Bisnis Dharma Andalas* (Vol. 25, Issue 1).