PERAN DYNAMIC CAPABILITY DALAM MENGOPTIMALKAN ANALISIS COST VOLUME PROFIT (CVP) SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA PADA UMKM BUBUR AYAM DAN AYAM GEPREK BU ARNIZ

Fadia Agustina Hanum^{1*}, Dian Fahriani²
^{1,2}Fakultas Ekonomi, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo

email: 32422028.mhs@unusida.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of competence, discipline, and pain The reserch aims to analyze the financial potential and performance of the UMKM Bubur Ayam and Ayam Geprek Bu Arniz in 2024, using Cost Volume Profit (CVP) analysis to plan for more effective profits. In the face of increasingly intense competition, it is crucial for businesses to develop dynamic capabilities and appropriate strategies. This research uses a qualitative approach with a field study, involving the UMKM owner as the main informant, to understand the internal and external conditions and how the business adapts to environmental changes. The results show that the business has significant financial potential, with sales reaching IDR 284,700,000. The break-even point is achieved at 412 servings or IDR 5,373,913 in revenue, with a contribution margin ratio of 69%, meaning nearly 70% of sales are used to cover fixed costs and generate profits. The Margin of Safety of IDR 279,326,087 indicates room for a decrease in sales without incurring losses, while the Degree of Operating Leverage of 1.01 shows a small impact of sales changes on profit. Overall, Bubur Ayam and Ayam Geprek Bu Arniz demonstrates positive performance and has the potential for continued growth, particularly with product innovation and a strong understanding of market needs.

Keywords: SMEs; Dynamic Capability; Cost Volume Profit analysis.

PENDAHULUAN

UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, karena memberikan dampak langsung pada kehidupan masyarakat kelas menengah ke bawah dengan memungkinkan mereka untuk tetap aktif secara ekonomi dan produktif. Seiring dengan perkembangan dunia usaha, persaingan antar bisnis semakin ketat. Oleh sebab itu, bisnis harus memiliki *planning* penjualan yang matang dan mengelola biaya dengan efisien untuk tetap kompetitif. Untuk tetap unggul di tengah perubahan lingkungan bisnis yang cepat, perusahaan harus terus berinovasi, karena pengembangan kemampuan dinamis dapat meningkatkan kinerja UMKM (Evayani et al., 2022). UMKM yang mampu mengintegrasikan, mengembangkan, dan menyesuaikan kemampuan internal dan eksternal mereka untuk menghadapi perubahan lingkungan, dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia, akan memperoleh keunggulan kompetitif (Alwi et al., 2023). Dalam konteks persaingan yang semakin ketat, bisnis kecil dan menengah (UMKM) harus menggunakan strategi bersaing untuk mempertahankan keunggulan mereka terhadap pesaing sejenis.

Analisis biaya volume laba adalah alat untuk menentukan cakupan dan besarnya keadaan suatu perusahaan (Adah Sinta et al., 2023). Analisis CVP membantu dalam menemukan solusi

dengan menggabungkan seluruh informasi keuangan dan menyoroti hubungan antara harga jual, volume penjualan, dan biaya. Dengan analisis ini, UMKM dapat menentukan target keuntungan yang diinginkan serta memperkirakan biaya yang diperlukan untuk mencapainya. CVP telah menjadi alat yang umum digunakan perusahaan untuk memahami keterkaitan antara harga, volume produksi, dan laba. Beberapa alat analisis dalam CVP, seperti *Break Even Point (BEP)*, *Contribution Margin*, *Margin of Safety*, dan *Degree of Operating Leverage*, dapat digunakan untuk menentukan profitabilitas (Alfiatussa'adah et al., 2023). Namun, dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan kompetitif, analisis CVP saja mungkin tidak cukup untuk memastikan keberhasilan jangka panjang. Disinilah *dynamic capability* memainkan peran krusial.

UMKM yang ada di Indonesia memiliki ragam industri. Salah satu yang paling ramai adalah industri makanan dan minuman. Bu Arniz salah satunya yang juga mendirikan usaha dibidang makanan yakni “Bubur Ayam Dan Ayam Geprek Bu Arniz” yang berlokasi di Sedati, Sidoarjo. Awal usaha ini didirikan karena usaha yang dijalankan Bu Arniz sebelumnya yakni usaha gorengan, yang semakin hari omsetnya semakin menurun sehingga Bu Arniz beralih ke usaha bubur ayam dan ayam geprek. Selama 13 tahun menjalankan usahanya, Ibu Arniz tidak melakukan perhitungan analisis CVP, sehingga keuntungan yang diperoleh kurang ideal. Pendekatan ini juga kurang efektif untuk menentukan keuntungan yang diharapkan karena Ibu Arniz lebih banyak menganalisis pendapatan dan biaya saat mengevaluasi keuntungan. Oleh karena itu, penulis bermaksud membantu Ibu Arniz dalam perencanaan keuntungan dengan menggunakan analisis *Cost Volume Profit (CVP)*.

TINJAUAN PUSTAKA

Dynamic Capability

Kemampuan dinamis adalah pengetahuan yang mampu menghasilkan nilai bagi pelaku usaha melalui inovasi dan transformasi untuk mendapatkan persaingan yang berkelanjutan (Fitriati et al., 2020). Menurut (Zatia et al., 2023) bisnis yang memiliki kemampuan dinamis dapat untuk menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan, mengembangkan keterampilan dan kemampuan baru, mengintegrasikan, mengkonfigurasi ulang, memperbarui, dan membangun kembali sumber daya dan kompetensi inti mereka, serta menangani peluang dan ancaman untuk mempertahankan dan mendapatkan keunggulan kompetitif.

Dengan memanfaatkan kemampuan dinamis ini, pelaku usaha dapat menciptakan nilai yang berkelanjutan, yang pada gilirannya memberikan keunggulan kompetitif dan memastikan kelangsungan daya saing perusahaan dalam jangka panjang. Menurut (Widiastuti et al., 2022) *Dynamic Capability* diukur pada beberapa dimensi, yaitu: 1. *Sensing*: Mengidentifikasi peluang dengan selalu mengamati lingkungan internal maupun eksternal perusahaan. 2. *Seizing*: Membangun potensi sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk memahami target pelanggan sesuai dengan hasil peluang yang didapatkan. 3. *Transforming*: Mengembangkan sumber daya perusahaan agar mampu beradaptasi dengan perubahan dan peluang di lingkungan bisnis.

Cost Volume Profit

Analisis CVP sangat penting dalam perencanaan laba karena memberikan gambaran yang jelas dan terperinci mengenai bagaimana perubahan dalam biaya tetap, biaya variabel, volume penjualan, dan harga jual dapat memengaruhi tingkat keuntungan suatu Perusahaan (Aisyah, 2024). Analisis CVP adalah analisis keuangan penting bagi bisnis yang digunakan untuk menentukan kondisi ekonomi dan bisnis untuk menyelesaikan masalah (Palupi & Wulan, 2021).

Menurut (Andini et al., 2024) Komponen utama dalam analisis CVP meliputi *Contribution Margin*, *Degree of Operating Leverage*, *Break Even Point*, dan *Margin of Safety*.

a. Contribution Margin

Contribution Margin menggambarkan perubahan laba yang terjadi akibat kenaikan atau penurunan penjualan tertentu. Ini merupakan selisih antara pendapatan penjualan dan biaya variabel (Rosianna et al., 2019). Perusahaan akan memperoleh laba jika margin kontribusi lebih besar dari biaya tetap, dan rugi jika margin kontribusi lebih rendah dari biaya tetap. Rumus margin kontribusi adalah sebagai berikut:

$$\text{Contribution Margin} = \text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel}$$

$$\text{Rasio Contribution Margin} = \text{Contribution Margin} : \text{Penjualan} \times 100\%$$

b. Break Event Point

Saat bisnis tidak mengalami kerugian atau keuntungan dari operasinya, disebut sebagai *Break Event Point* (Luntungan & Tinangon, 2021). Rumus analisis *Break Event Point* sebagai berikut:

Titik impas dalam unit:

$$\frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Harga jual per unit} - \text{Biaya variabel per unit}}$$

Titik impas dalam rupiah:

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

c. Margin of Safety

Analisis *Margin of Safety* menunjukkan seberapa besar penjualan dapat turun dari titik tertentu di mana perusahaan belum mengalami kerugian atau mencapai titik impas (Rosianna et al., 2019). Rumus *Margin of Safety* sebagai berikut:

$$\text{Penjualan saat ini} - \text{Penjualan mencapai BEP rupiah}$$

d. Degree Of Operating Leverage

Salah satu tujuan dari *Operating Leverage* adalah untuk menunjukkan seberapa responsif laba suatu perusahaan terhadap fluktuasi keuntungan (Palupi & Wulan, 2021). Rumus yang dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{DOL} = \text{Contribution Margin} / \text{Laba Bersih.}$$

METODE

Untuk menggambarkan kondisi lapangan yang sebenarnya, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif studi lapangan dan menggunakan pendekatan deskriptif. Tujuan dari pendekatan kualitatif ini adalah untuk menganalisis data dan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam. Pemilik UMKM Bubur Ayam dan Ayam Geprek Bu Arniz adalah informan dalam penelitian ini. Informan harus memahami dan dapat menjelaskan kondisi internal dan eksternal UMKM. Mereka juga harus dapat menunjukkan kemampuan UMKM untuk mengatasi perubahan lingkungannya. Oleh karena itu, persyaratan untuk memilih informan adalah sebagai berikut: informan harus merupakan pemilik atau pengelola UMKM dengan minimal 3 tahun pengalaman dalam mengelola UMKM yang diteliti, dan informan harus memahami tentang UMKM yang diteliti. Diharapkan bahwa informan dapat memberikan informasi tentang *Sensing*, *Seizing*, *Transforming* pada UMKM yang diteliti. Dengan metode perhitungan *Contribution Margin*, *Break Even Point*, *Margin Of Safety*, *Degree Of Operating Leverage* sebagai alat perencanaan laba pada UMKM bubur ayam dan ayam geprek Bu Arniz.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Usaha

UMKM Bu Arniz bergerak di industri kuliner, khususnya menu bubur ayam, yang disebut "Bubur Ayam Bu Arniz". UMKM ini berada di Sedati, Sidoarjo, dan telah berhasil menarik banyak pelanggan setia. Mengingat bahwa bubur ayam adalah makanan yang sangat digemari banyak orang, bisnis yang dijalankan oleh Bu Arniz memiliki potensi yang sangat besar. Bubur ayam bukan hanya makanan yang mudah ditemukan, tetapi juga memiliki cita rasa lezat yang membuatnya tetap diminati oleh semua kalangan. Usaha ini sangat penting untuk situasi pasar makanan, terutama di wilayah Sidoarjo, yang memiliki banyak penggemar makanan tradisional. Bubur ayam memiliki rasa gurih dan hangat serta tekstur lembut yang mudah dicerna, juga memberikan kehangatan bagi tubuh untuk memulai aktivitas di pagi hari.

Selama 13 tahun menjalankan usahanya, Bu Arniz menunjukkan komitmen dan dedikasi yang luar biasa dalam mempertahankan kualitas dan mengembangkan bisnis. Meskipun beroperasi dalam skala UMKM, Bu Arniz berhasil membuktikan bahwa usaha kecil pun dapat berkembang dengan pesat asalkan dikelola dengan baik dan didukung oleh inovasi yang tepat. Kesuksesan ini tidak dapat dilepaskan dari pemahaman Bu Arniz tentang preferensi dan kebutuhan pelanggan serta kemampuan untuk menciptakan lingkungan tempat makan yang ramah dan nyaman. Memperkenalkan hidangan ayam geprek yang sebelumnya tidak ada di menu adalah salah satu inovasi yang diterapkan. Tidak diragukan lagi, inovasi ini merupakan langkah strategis untuk memperluas jangkauan pasar dan menarik lebih banyak pelanggan terutama mereka yang mencari makanan lain selain bubur ayam.

Dengan penambahan menu ayam geprek, usaha ini mengalami transformasi, yang semula dikenal dengan nama "Bubur Ayam Bu Arniz", kini berubah menjadi "Bubur Ayam dan Ayam Geprek Bu Arniz". Perubahan nama ini mencerminkan bahwa UMKM ini telah berkembang dan beradaptasi dengan selera pasar yang semakin dinamis. Tak hanya itu, penambahan variasi menu juga memungkinkan usaha ini menjangkau segmen pasar yang lebih luas, dari yang sebelumnya hanya menggemari bubur ayam, kini juga melibatkan konsumen yang menyukai makanan pedas seperti ayam geprek. Inovasi ini merupakan langkah cerdas yang menunjukkan bahwa Bu Arniz tidak hanya berfokus pada produk utama, tetapi juga sangat memperhatikan tren kuliner yang ada di masyarakat, serta berusaha untuk memberikan pilihan yang lebih beragam bagi pelanggan setianya. Oleh karena itu, keberhasilan Bu Arniz dalam menjalankan usaha selama bertahun-tahun mencerminkan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar sekaligus menjaga kualitas dan loyalitas pelanggan.

Sensing (Identifikasi peluang dengan mengamati lingkungan internal maupun eksternal UMKM)

Berdasarkan wawancara dengan Bu Arniz, dapat diketahui bahwa beliau memiliki kemampuan untuk melihat peluang baik dari lingkungan internal maupun eksternal usahanya. Dari sisi lingkungan internal, Bu Arniz menunjukkan kemampuan berinovasi dengan memperkenalkan menu ayam geprek, sebagai respons terhadap kebutuhan untuk mengembangkan produk yang sudah ada. Inovasi ini tidak hanya menambah variasi menu, tetapi juga berfungsi untuk menarik lebih banyak pelanggan. Selain itu, Bu Arniz juga fokus pada pengelolaan kualitas, baik dalam produk maupun pelayanan, dengan menciptakan suasana yang nyaman dan akrab bagi pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa Bu Arniz mampu mengelola sumber daya internal secara efektif untuk mempertahankan loyalitas pelanggan.

Pada sisi lingkungan eksternal, Bu Arniz peka terhadap permintaan pasar, di mana bubur ayam sangat digemari dan cocok sebagai menu sarapan yang ringan dan bergizi. Pemahaman terhadap tren ini memungkinkan Bu Arniz untuk menyesuaikan produk dengan kebutuhan pelanggan. Selain itu, penambahan menu ayam geprek juga menunjukkan kemampuan Bu Arniz untuk mengikuti tren kuliner yang sedang populer, terutama di kalangan anak muda yang menyukai makanan pedas. Dengan langkah ini, Bu Arniz tidak hanya memperluas segmen pasar, tetapi juga menjaga daya tarik usaha dengan mengikuti perkembangan tren yang sedang digemari masyarakat. Secara keseluruhan, Bu Arniz berhasil mengidentifikasi peluang dari kedua sisi internal dan eksternal, yang memungkinkan usahanya untuk terus berkembang dan relevan dengan kebutuhan pasar yang dinamis.

Seizing (Identifikasi potensi sumber daya yang dimiliki UMKM untuk memahami target pelanggan sesuai dengan hasil peluang yang didapatkan)

Bu Arniz berhasil mempertahankan konsumen setia selama lebih dari satu dekade, yang mencerminkan kemampuannya dalam memahami selera dan kebutuhan pasar, khususnya di daerah Sidoarjo. Keberhasilan ini menunjukkan pemanfaatan sumber daya internal yang efektif, seperti pemahaman terhadap tren makanan populer yang ada di kalangan masyarakat. Selain itu, Bu Arniz juga menunjukkan kemampuan berinovasi untuk menarik pelanggan baru, terlihat dari peningkatan penjualan setelah penambahan menu ayam geprek. Sebelumnya hanya menawarkan bubur ayam, yang menghasilkan penjualan sekitar 40 porsi per hari, namun setelah menambah ayam geprek pada tahun 2024, penjualan meningkat menjadi 60 porsi per hari. Hal ini membuktikan bahwa inovasi produk yang tepat dapat memperluas pangsa pasar dan menarik lebih banyak pelanggan.

Untuk beradaptasi dengan perubahan selera pasar, Bu Arniz juga mengganti nama usaha dari "Bubur Ayam Bu Arniz" menjadi "Bubur Ayam dan Ayam Geprek Bu Arniz", yang menunjukkan kesediaannya untuk mengikuti tren kuliner sekaligus memperluas pasar dan memahami preferensi konsumen. Secara keseluruhan, Bu Arniz berhasil memanfaatkan potensi sumber daya internal seperti kualitas produk, pelayanan, dan inovasi untuk memahami serta memenuhi kebutuhan pelanggan, yang memungkinkan usaha ini berkembang dan beradaptasi dengan perubahan pasar kuliner yang dinamis.

Transforming (Identifikasi sumber daya UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan dan peluang di lingkungan bisnis)

Bu Arniz berhasil memanfaatkan berbagai sumber daya untuk beradaptasi dengan perubahan dan peluang di lingkungan bisnis. Salah satu sumber daya utama adalah kemampuan inovasi produk. Penambahan menu ayam geprek sebagai respons terhadap tren kuliner yang populer di kalangan konsumen muda merupakan langkah strategis yang menunjukkan kemampuan Bu Arniz untuk beradaptasi dengan perubahan selera pasar. Inovasi ini tidak hanya memperkaya variasi produk, tetapi juga memperluas jangkauan pasar dengan mengikuti perkembangan tren makanan yang sedang digemari.

Selain itu, Bu Arniz juga memanfaatkan pengetahuan pasar untuk merespons peluang eksternal. Pemahaman terhadap meningkatnya permintaan akan makanan praktis dan populer, seperti ayam geprek, memungkinkan Bu Arniz untuk menyesuaikan menu dengan kebutuhan konsumen. Kualitas produk dan pelayanan juga menjadi sumber daya penting yang dikelola dengan baik oleh Bu Arniz. Dengan menciptakan suasana yang nyaman dan akrab di tempat

makan, Bu Arniz berhasil membangun loyalitas pelanggan yang tinggi, yang tercermin dalam kesuksesan mempertahankan konsumen setia selama lebih dari 13 tahun. Secara keseluruhan, Bu Arniz mengelola sumber daya internal dan eksternal dengan efektif, mulai dari inovasi produk, pemahaman tren kuliner, hingga kualitas pelayanan, untuk menjaga relevansi dan keberlanjutan usaha di pasar yang dinamis.

Hasil Penjualan

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Bu Arniz, penulis berhasil mengumpulkan beberapa informasi terkait dengan kegiatan penjualan yang dilakukan oleh UMKM "Bubur Ayam dan Ayam Geprek Bu Arniz". Setiap porsi bubur ayam maupun ayam geprek dijual dengan harga Rp 13.000. Ibu Arniz mengungkapkan bahwa rata-rata penjualan tahun 2023 sebelum melakukan inovasi dengan penambahan menu baru, penjualan per hari hanya mencapai 40 porsi dengan pendapatan sekitar Rp 520.000 atau sama dengan menjual 14.600 porsi dengan pendapatan Rp 189.800.000 per tahun. Sementara setelah menambahkan menu baru yakni ayam geprek rata-rata penjualannya bertambah menjadi 60 porsi, yang otomatis pendapatan per harinya bertambah menjadi Rp 780.000.

Bu Arniz tidak memiliki data yang lebih mendetail terkait total unit penjualan dan pendapatan laba kotor tahunan. Oleh karena itu, untuk mendapatkan pemahaman yang lebih jelas tentang kondisi keuangan usaha, penulis akan melakukan perhitungan berdasarkan data penjualan harian yang ada. Perhitungan ini bertujuan untuk mengetahui total penjualan dan estimasi pendapatan laba kotor untuk tahun 2024, sebelum memperhitungkan beban-beban yang dikeluarkan oleh usaha. Hasil perhitungan ini nantinya akan menjadi dasar dalam menganalisis CVP, yang dapat memberikan wawasan lebih mendalam mengenai hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, volume penjualan, dan keuntungan yang dapat diperoleh oleh usaha ini. Dengan demikian, analisis CVP diharapkan dapat memberikan panduan bagi Ibu Arniz untuk mengambil keputusan yang lebih strategis dalam pengelolaan usaha di masa depan.

Mencari Total unit penjualan dan Pendapatan per hari

Diketahui penjualan bubur ayam dan ayam geprek Bu Arniz rata-rata per hari 60 porsi.

$$\begin{aligned} & \text{Penjualan rata-rata per hari} \times \text{harga jual per porsi} \\ & 60 \times \text{Rp } 13.000 = \text{Rp } 780.000 \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas dapat diketahui total penjualan ayam geprek dan bubur ayam per hari mendapatkan pendapatan Rp 780.000 per hari.

Mencari total unit penjualan dan pendapatan 1 tahun (365 hari)

Diketahui penjualan bubur ayam dan ayam geprek Bu Arniz rata-rata per hari 60 porsi.

$$\begin{aligned} & \text{Penjualan rata-rata per hari} \times 365 \text{ hari} \\ & 60 \times 365 = 21.900 \text{ porsi} \\ & \text{Total unit penjualan per tahun} \times \text{harga jual per porsi} \\ & 21.900 \times \text{Rp } 13.000 = \text{Rp } 284.700.000 \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas dapat diketahui total keseluruhan penjualan dalam 1 tahun adalah 21.900 porsi dengan memperoleh pendapatan Rp 284.700.000.

Perincian Biaya

a. Biaya Variabel

Biaya variabel merujuk pada biaya yang fluktuatif seiring perubahan volume produksi atau penjualan, seperti biaya bahan baku dan upah tenaga kerja langsung (Fauzi et al., 2024). Artinya, semakin banyak produk yang diproduksi atau semakin tinggi penjualannya, semakin besar pula biaya yang dikeluarkan. Dalam penelitian (Fahriani, 2020) menunjukkan bahwa

biaya variable berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan, dalam hal ini biaya variabel dapat memberikan informasi bagi manajemen salah satunya sebagai perencanaan laba. Berikut data data biaya variabel usaha Ibu Arniz:

Tabel 1 Biaya Variabel Tahun 2024

Keterangan	Harian	Bulanan	Tahunan
Ayam	Rp 130.000	Rp 3.900.000	Rp 47.450.000
Kresek	Rp 8.000	Rp 240.000	Rp 2.920.000
Tepung	Rp 3.000	Rp 90.000	Rp 1.095.000
Kerupuk	Rp 21.000	Rp 630.000	Rp 7.665.000
Beras	Rp 18.750	Rp 562.500	Rp 6.843.750
Cabe	Rp 6.000	Rp 180.000	Rp 2.190.000
Timun	Rp 3.000	Rp 90.000	Rp 1.095.000
Bensin	Rp 10.000	Rp 300.000	Rp 3.650.000
Listrik	Rp 10.000	Rp 300.000	Rp 3.650.000
Cakue	Rp 15.000	Rp 450.000	Rp 5.475.000
Kentang	Rp 4.000	Rp 120.000	Rp 1.460.000
Bawang Merah	Rp 5.000	Rp 150.000	Rp 1.825.000
Kacang Kedelai	Rp 3.000	Rp 90.000	Rp 1.095.000
Kacang Tanah	Rp 4.000	Rp 120.000	Rp 1.460.000
Daun Seledri	Rp 6.000	Rp 180.000	Rp 2.190.000
Total	Rp 246.750	Rp 7.402.500	Rp 90.063.750

Sumber: Data diolah penulis

Berdasarkan data di atas dapat diketahui total pengeluaran biaya variabel senilai Rp 90.063.750 di tahun 2024.

b. Biaya Tetap

Biaya yang jumlahnya tetap meskipun ada perubahan dalam tingkat produksi atau aktivitas bisnis. Setelah dihitung, biaya ini tidak dipengaruhi oleh perubahan volume atau kegiatan operasional (Hilmawan et al., 2024). Artinya, biaya ini tetap harus dibayar dalam jumlah yang sama, terlepas dari berapa banyak produk yang dihasilkan (Azalia & Purwanti, 2025). Berikut data biaya tetap usaha Ibu Arniz:

Tabel 2 Biaya Tetap Tahun 2024

Keterangan	Harga
Kompor	Rp 900.000
Keranjang Plastik	Rp 45.000
Keranjang Rotan	Rp 65.000
Panci Kecil	Rp 25.000
Panci Besar	Rp 150.000
Kulkas	Rp 2.500.000
Pisau	Rp 18.000
Centong Nasi	Rp 5.000
Total	Rp 3.708.000

Sumber: Data diolah penulis

Berdasarkan data yang ada, total biaya tetap untuk tahun 2024 tercatat sebesar Rp 3.708.000. Setelah melakukan perhitungan terkait total penjualan, biaya variabel, dan biaya tetap untuk usaha Ibu Arniz pada tahun 2024, penulis akan memaparkan informasi tersebut dalam bentuk tabel laporan laba kontribusi, yang bertujuan untuk mempermudah perhitungan analisis CVP.

Tabel 3 Laporan laba kontribusi Tahun 2024

Keterangan	Total	Per Unit
Penjualan (21.900)	Rp 284.700.000.	Rp 13.000
Biaya Variabel	Rp 90.063.750	Rp 4.000
Margin Kontribusi	Rp 194.636.250	Rp 9.000
Biaya Tetap	Rp 3.708.000.	
Laba Operasi	Rp 190.928.250	

Sumber: Data diolah penulis

Berdasarkan data diatas dapat dihitung *Cost Volume Profit* usaha dagang Bu Arniz di tahun 2024:

a. Analisis Break Even Point

Titik Impas (Unit):

$$\frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Penjualan per unit} - \text{Biaya variabel per unit}} = \frac{Rp\ 3.708.000.}{Rp\ 13.000 - Rp\ 4.000} = 412$$

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, disimpulkan bahwa untuk mencapai titik impas (*Break Even Point*), usaha Bubur Ayam dan Ayam Geprek Bu Arniz perlu menjual sebanyak 412 porsi. Dengan demikian, usaha ini tidak akan mengalami kerugian atau keuntungan pada titik tersebut.

Titik Impas (Rupiah):

Mencari marjin kontribusi per unit

$$\text{Harga jual per unit} - \text{Biaya variable per unit} \\ Rp\ 13.000 - Rp\ 4.000 = Rp\ 9.000 \text{ Margin kontribusi}$$

Rasio Margin Kontribusi:

$$\frac{\text{Margin kontribusi per unit}}{\text{Harga jual per unit}} = \frac{Rp\ 9.000}{Rp\ 13.000} = 69\%$$

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, rasio margin kontribusi menjadi salah satu faktor yang sangat penting dalam menentukan kebijakan bisnis, karena rasio ini menggambarkan seberapa besar kontribusi dari setiap unit penjualan terhadap penutupan biaya tetap dan pencapaian laba. Dalam hal ini, usaha Bubur Ayam dan Ayam Geprek Bu Arniz pada tahun 2024 memiliki rasio margin kontribusi sebesar 69%.
Titik Impas dalam Rupiah:

$$\frac{\text{Total biaya tetap}}{\text{Rasio margin kontribusi}}$$

$$\frac{Rp\ 3.708.000.}{69\%} = Rp\ 5.373.913$$

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, untuk mencapai BEP dalam hal penjualan dalam rupiah, Bubur Ayam dan Ayam Geprek Bu Arniz harus menghasilkan total pendapatan sebesar Rp 5.373.913. Hal ini menunjukkan bahwa semua biaya bisnis, baik biaya tetap maupun biaya variabel, dapat diatasi dengan pendapatan tersebut tanpa menghasilkan kerugian atau keuntungan.

b. Margin Of Safety dalam Rupiah

$$\begin{aligned} & \text{Penjualan saat ini} - \text{Penjualan mencapai BEP} \\ & Rp\ 284.700.000 - Rp\ 5.373.913 = Rp\ 279.326.087 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan *Margin of Safety*, analisis ini menunjukkan seberapa besar penurunan volume penjualan yang masih dapat diterima tanpa merugikan usaha. batas aman yang dapat ditoleransi untuk penurunan pendapatan adalah sebesar Rp 279.326.087. Ini berarti, jika pendapatan perusahaan berkurang hingga angka tersebut, perusahaan masih dapat beroperasi tanpa mengalami kerugian finansial.

c. Degree Of Operating Leverage

$$\begin{aligned} & \frac{\text{Margin kontribusi}}{\text{Laba operasi}} \\ & \frac{Rp\ 194.636.250}{Rp\ 190.928.250} = 1,01 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan menunjukkan angka 1,01, yang berarti setiap perubahan 1% dalam penjualan akan mengubah laba operasi sebesar 1,01%. Ini menunjukkan usaha Bubur Ayam dan Ayam Geprek Bu Arniz memiliki sensitivitas rendah terhadap perubahan volume penjualan, sehingga perubahan penjualan tidak berdampak signifikan pada laba operasi.

SIMPULAN

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, disimpulkan bahwa UMKM Bubur Ayam dan Ayam Geprek Bu Arniz memiliki potensi yang cukup besar dalam mencapai keberhasilan finansial pada tahun 2024. Hal ini terlihat dari tahun sebelumnya, dimana total pendapatan hanya mencapai Rp 189.800.000 dengan total penjualan 14.600 porsi pertahunnya. Dengan menerapkan *dynamic capability*, seperti berinovasi dengan penambahan menu ayam geprek, serta pemahaman yang baik terhadap selera pasar dan tren kuliner, usaha ini mampu menarik lebih banyak konsumen dan memperluas segmen pasarnya.

Pada tahun 2024, total penjualan usaha meningkat menjadi 21.900 dengan total pendapatan mencapai Rp 284.700.000, dengan biaya variabel Rp 90.063.750 dan biaya tetap Rp 3.708.000. Titik impas tercapai setelah menjual 412 porsi atau dengan pendapatan Rp 5.373.913. Rasio margin kontribusi 69% menunjukkan hampir 70% dari setiap penjualan digunakan untuk menutup biaya tetap dan menghasilkan laba. *Margin of Safety* sebesar Rp 279.326.087 menunjukkan usaha ini masih memiliki ruang untuk penurunan penjualan tanpa merugi. Terakhir, hasil perhitungan *Degree of Operating Leverage* sebesar 1,01 menunjukkan bahwa usaha ini memiliki tingkat sensitivitas yang relatif rendah terhadap perubahan volume penjualan, sehingga perubahan penjualan akan berdampak kecil terhadap laba operasi. Secara keseluruhan, UMKM Bubur Ayam dan Ayam Geprek Bu Arniz menunjukkan kinerja yang positif dan berpotensi untuk terus

berkembang, terutama dengan adanya inovasi produk dan pemahaman yang baik terhadap kebutuhan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Adah Sinta, A. ', Siti, N., Ibrahim, S., & Djuanda, G. (2023). *ANALISIS COST VOLUME PROFIT SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA*.
- Aisyah, M. (2024). The Cost-Volume Profit Analysis for Profit Planning at CV. Tabina Bersama. *The Future of Education Journal*, 3(5), 1293–1301. <https://journal.tofedu.or.id/index.php/journal/index>
- Alfiatussa'adah, Nurapni, S., Ibrahim, S. S., & Djuanda, G. (2023). *ANALISIS COST VOLUME PROFIT SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA* (S. E. , M. Assoc Prof Dr. Gustian Djuanda, Ed.). TAHTA MEDIA GROUP.
- Alwi, A. L., Cahyaningrum, D. G., & Sundari, S. (2023). Peran kemampuan pemasaran dinamis dalam tingkat pertumbuhan UKM: Perspektif Sumber Daya dan Kemampuan Dinamis. *Journal of Business Management*, 1(2), 60–65. <https://doi.org/10.47134/jobm.v1i2.10>
- Andini, F., Sekayu, P., & Selatan, S. (2024). ANALISIS PERHITUNGAN COST VOLUME PROFIT DALAM PERENCANAAN LABA PADA CV. CAHAYA DIRA DI KOTA SEKAYU. In *Equivalent : Journal Of Economic, Accounting and Management* (Vol. 2, Issue 1). <http://jurnal.dokicti.org/index.php/equivalent/index>
- Azalia, R., & Purwanti. (2025). ANALISIS BIAYA, VOLUME, DAN LABA DALAM Mendukung Pengambilan Keputusan Manajerial. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 14(2).
- Evayani, E., Mutia, E., Saleh, M., & Rahmawati, S. (2022). DYNAMIC CAPABILITY THEORY: PERSPEKTIF AKUNTANSI. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, 7(2), 324–331.
- Fahriani, D. (2020). Analisis Perilaku Biaya Dan Pengaruhnya Terhadap Profitabilitas Perusahaan Developer (Studi Kasus Perusahaan Developer di Sidoarjo). *Greenomika*, 2(1).
- Fauzi, A., Setyo, A. D., Zaen, M. F., Prihartono, R. R., Peres, R., Loi, R. P. J., Napa, V. J. J., & Rizki, Y. (2024). ANALISIS COST-VOLUME-PROFIT (CVP) SEBAGAI ALAT MANAJERIAL DALAM MEMBUAT KEPUTUSAN BISNIS. *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management (IJESM)*, 2(2), 1506–1523.
- Fitriati, T. K., Purwana, D., & Dharmawan Buchdadi, A. (2020). The Role of Innovation in Improving Small Medium Enterprise (SME) Performance. *International Journal of Innovation, Creativity and Change. Www.Ijicc.Net*, 11(2), 232–250. <https://money.kompas.com/read/2019/06/14>
- Hilmawan, T., Nafis, M. A. A., & Waicaksono, A. (2024). Mengurai Kompleksitas Harga Pokok Produksi: Pendekatan Full Costing untuk Efisiensi Harga Jual. *NEMR*, 2(1), 7–17. <https://journal.unusida.ac.id/index.php/nemr/>
- Luntungan, N. N., & Tinangon, J. J. (2021). PENERAPAN ANALISIS COST VOLUME PROFIT DALAM PERENCANAAN DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN LABA OPTIMAL PADA PT. ARTHA MAS MINAHASA APPLICATION OF COST VOLUME PROFIT ANALYSIS IN OPTIMAL PROFIT PLANNING AND DECISION MAKING IN PT. ARTHA MAS MINAHASA. *1350 Jurnal EMBA*, 9(2), 1350–1357.

- Palupi, Y., & Wulan, E. R. (2021). *ANALISIS CVP (COST VOLUME PROFIT) SEBAGAI DASAR PERENCANAAN PENJUALAN DAN LABA YANG DIHARAPKAN PADA PT MAYORA INDAH Tbk.* 15(2), 552–568.
- Rosianna, C., Winanda, Y., & Kurnia, W. R. (2019). ANALYSIS OF COSTS, VOLUME AND PROFITS TOWARDS PLANNED INCOME ON KERIPIK IBU SMEs ANALISIS COST VOLUME PROFIT TERHADAP PERENCANAAN LABA UMKM KERIPIK IBU. In *Research In Accounting Journal* (Vol. 1, Issue 2). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/raj>
- Widiastuti, S. A., Danial, R. D. M., & Nurmala, R. (2022). Analysis of Dynamic Capability and Competitive Advantage In Improving MSME Performance (Survey On MSME Furniture In Gunungguruh District). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(3), 2022. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Zatia, Z., Kumalasari, F., & Wonua, A. R. (2023). Pengaruh Kapabilitas Dinamis Dan Kapabilitas Inovasi Terhadap Keunggulan Kompetitif. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(4), 176–188. <https://doi.org/10.55606/makreju.v1i4.2168>