

Editor : Assoc Prof Dr. Gustian Djuanda, S.E., MM



ANALISIS COST VOLUME PROFIT SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA



CVP

Alfiatussa'adah
Sinta Nurapni
Siti Sarah Ibrahim
Gustian Djuanda



ANALISIS COST VOLUME PROFIT SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA

Alfiatussa'adah
Sinta Nurapni
Siti Sarah Ibrahim
Gustian Djuanda



Tahta Media Group

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

ANALISIS COST VOLUME PROFIT SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA

Penulis:

Alfiatussa'adah
Sinta Nurapni
Siti Sarah Ibrahim
Gustian Djuanda

Desain Cover:

Tahta Media

Editor:

Assoc Prof Dr. Gustian Djuanda, S.E., MM

Proofreader:

Tahta Media

Ukuran:

v, 92, Uk: 15,5 x 23 cm

ISBN: 978-623-147-120-8

Cetakan Pertama:

Agustus 2023

Hak Cipta 2023, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2023 by Tahta Media Group

All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT TAHTA MEDIA GROUP
(Grup Penerbitan CV TAHTA MEDIA GROUP)
Anggota IKAPI (216/JTE/2021)

KATA PENGANTAR

Alasan dari penulisan buku ini adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pentingnya pemeriksaan cost volume benefit dalam mengatur pemberian tunjangan bagi UMKM, khususnya di industri kuliner. Dalam buku ini, akan dibahas tentang konsep cost volume profit (CVP) dan bagaimana cara menggunakannya dalam perencanaan laba UMKM.

Melalui buku ini, diharapkan pembaca dapat memahami pentingnya penggunaan analisis CVP dalam mengambil keputusan bisnis yang tepat. Dengan menggunakan analisis CVP, pelaku UMKM dapat mengidentifikasi titik impas, margin keuntungan, serta kontribusi setiap produk atau layanan dalam mencapai tujuan keuangan bisnis mereka.

Kami berharap buku ini akan bermanfaat bagi pembaca, khususnya untuk usaha kecil dan menengah (UMKM) di sektor kuliner yang ingin memahami pentingnya analisis CVP dalam perencanaan laba bisnis mereka dan peneliti yang mempelajari analisis cost volume profit.

Sukabumi, 10 April 2023

Penulis

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	iv
Daftar Isi.....	v
Bab 1 Pendahuluan.....	1
Bab 2 Teori Akuntansi dan Manajemen	12
A. Akuntansi Manajemen	12
B. Pengertian Biaya atau Cost	28
C. Konsep Biaya dan Klasifikasi Biaya.....	29
D. Analisis Cost Volume Profit.....	55
E. Asumsi – Asumsi Cost Volume Profit.....	57
F. Pendekatan Cost Volume Profit	58
Bab 3 Analisis Cost Volume Profit UMKM	67
A. UMKM.....	67
B. Klasifikasi Biaya.....	75
C. Margin Kontribusi (<i>Contribution Margin</i>).....	77
D. Analisis Break Even Point (Analisis Titik Impas)	79
E. Analisis Marjin Keamanan (Margin of Safety).....	81
F. Leverage Operasi (Operating Leverage).....	83
Bab 4 Kesimpulan.....	85
Daftar Pustaka	87
Profil Penulis	90

BAB 1 PENDAHULUAN

Salah satu kegiatan ekonomi yang berperan penting dalam perkembangan ekonomi Indonesia adalah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Hal ini dikarenakan UMKM mampu menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat, sehingga meningkatkan pendapatan dan mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) juga berperan penting dalam mengurangi kesenjangan ekonomi antara daerah perkotaan dan pedesaan di Indonesia. Dengan adanya UMKM, peluang usaha dan akses terhadap sumber daya ekonomi lebih merata di berbagai wilayah, sehingga mengurangi ketimpangan regional yang ada. Selain itu, UMKM juga memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

Melalui UMKM, banyak pelaku usaha lokal dapat terlibat dalam rantai nilai ekonomi, mulai dari produksi, distribusi, hingga pemasaran produk. Dengan demikian, UMKM berperan sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Selain itu, UMKM juga memiliki potensi untuk memperluas pasar ekspor Indonesia. Melalui peningkatan kualitas produk dan diversifikasi produk, UMKM dapat memasuki pasar global dan meningkatkan daya saing produk Indonesia di tingkat internasional. Dengan demikian, UMKM berkontribusi terhadap penguatan sektor ekspor Indonesia dan peningkatan devisa negara. Selain dampak ekonomi, UMKM juga memiliki dampak sosial yang signifikan. Dengan memberdayakan pelaku UMKM, terutama perempuan dan kelompok marginal, UMKM dapat mengurangi kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan sosial, dan memperkuat inklusi sosial. UMKM juga dapat mempromosikan keberagaman budaya dan melestarikan tradisi lokal melalui produk-produk yang dihasilkan.

Dalam era digitalisasi dan perkembangan teknologi informasi, UMKM juga memainkan peran penting dalam transformasi digital ekonomi Indonesia. Dengan memanfaatkan teknologi, UMKM dapat meningkatkan efisiensi

operasional, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat daya saing. Inisiatif pemerintah dan dukungan kebijakan yang mengarah pada transformasi digital UMKM akan semakin memperkuat peran UMKM dalam perkembangan ekonomi Indonesia. Dengan demikian, melalui kontribusinya yang luas di berbagai aspek ekonomi, sosial, dan digital, UMKM memainkan peran yang sangat penting dalam perkembangan ekonomi Indonesia secara keseluruhan.

Semua jenis makanan dari berbagai daerah di Indonesia termasuk dalam masakan tradisional Indonesia. Teknik dan resep masakan tradisional biasanya diwariskan secara turun-temurun dari satu generasi ke generasi berikutnya. Masakan tradisional Indonesia penuh dengan cita rasa yang berbeda dan memiliki banyak ciri khas karena masakan tradisional dari satu daerah akan berbeda dengan masakan tradisional dari daerah lain.

Salah satu daerah yang menarik untuk dibahas yaitu Sukabumi. Sukabumi adalah salah satu kota di Jawa Barat. Salah satu aspek budaya yang sangat terkenal di Sukabumi adalah kuliner khas Sunda, seperti nasi liwet, sayur asem, pepes, dan masih banyak lagi.

Rumah makan khas Sunda di Sukabumi memiliki latar belakang yang kaya dan bermacam-macam. Beberapa rumah makan khas Sunda di Sukabumi mungkin dimulai sebagai usaha keluarga yang diwariskan dari generasi ke generasi. Beberapa rumah makan mungkin didirikan oleh orang-orang yang berasal dari luar Sukabumi, namun tertarik untuk membuka usaha kuliner di kota ini karena potensi pasar yang besar.

Keberagaman kuliner khas Sunda di Sukabumi tidak hanya terbatas pada hidangan-hidangan utama, tetapi juga meliputi berbagai jenis makanan ringan atau jajanan tradisional. Salah satu contoh jajanan tradisional yang populer di Sukabumi adalah karedok. Karedok adalah sejenis salad yang terbuat dari sayuran segar seperti mentimun, taoge (kecambah kacang hijau), kubis, kacang panjang, dan tahu. Salad ini kemudian disiram dengan bumbu kacang yang khas, yang memberikan cita rasa gurih dan segar.

Selain karedok, terdapat juga jajanan tradisional lain yang terkenal di Sukabumi, seperti geplak. Geplak adalah makanan manis yang terbuat dari kelapa parut yang dicampur dengan gula merah, kemudian dibentuk menjadi bulatan-bulatan kecil. Kelezatan geplak berasal dari perpaduan tekstur lembut kelapa parut dengan rasa manis gula merah yang khas.

Tidak hanya itu, Sukabumi juga memiliki makanan khas yang sangat terkenal, yaitu surabi. Surabi adalah sejenis pancake yang terbuat dari adonan tepung beras yang dicampur dengan santan. Surabi biasanya memiliki berbagai varian rasa, seperti surabi manis, surabi coklat, dan surabi oncom. Makanan ini sering disajikan dengan taburan kelapa parut atau serundeng untuk memberikan rasa gurih yang lezat.

Tidak hanya hidangan utama dan makanan ringan, minuman tradisional juga merupakan bagian tak terpisahkan dari kuliner khas Sukabumi. Salah satu minuman tradisional yang terkenal di Sukabumi adalah bajigur. Bajigur adalah minuman hangat yang terbuat dari campuran gula merah, jahe, kelapa parut, bubuk pandan, dan santan. Rasanya yang manis, hangat, dan aromatik membuat bajigur menjadi minuman yang sangat disukai, terutama di musim hujan atau saat cuaca dingin.

Keunikan dan kelezatan kuliner khas Sunda di Sukabumi tidak hanya menjadi daya tarik bagi wisatawan, tetapi juga mencerminkan warisan budaya yang berharga. Masakan tradisional yang dihidangkan di rumah makan khas Sunda di Sukabumi tidak hanya memuaskan selera, tetapi juga memberikan pengalaman yang otentik dan mendalam tentang budaya Sunda. Melalui makanan tradisional ini, generasi muda dapat belajar dan menghargai warisan kuliner Indonesia, serta menjaga keberlanjutan kekayaan budaya tersebut.

Dalam menghadapi perkembangan zaman dan perubahan tren kuliner, rumah makan khas Sunda di Sukabumi juga melakukan inovasi untuk tetap relevan dan menarik minat generasi muda. Beberapa rumah makan khas Sunda telah mengkombinasikan cita rasa tradisional dengan sentuhan modern, baik dalam penyajian maupun dalam penggunaan bahan-bahan yang segar dan berkualitas.

Selain itu, beberapa rumah makan khas Sunda di Sukabumi juga turut aktif dalam menjaga keberlanjutan lingkungan. Mereka menerapkan konsep ramah lingkungan dengan menggunakan bahan-bahan organik dan mengurangi penggunaan bahan-bahan sekali pakai. Upaya ini bertujuan untuk menjaga kelestarian alam serta mengajarkan nilai-nilai keberlanjutan kepada generasi muda.

Tidak hanya sebagai tempat makan, rumah makan khas Sunda di Sukabumi juga seringkali menjadi pusat pertemuan dan berkumpulnya komunitas lokal. Tempat ini menjadi tempat yang nyaman bagi masyarakat

setempat dan wisatawan untuk berinteraksi, berbagi cerita, serta menjaga hubungan sosial yang erat. Hal ini mencerminkan peran penting rumah makan khas Sunda dalam memperkuat ikatan sosial dan mempromosikan kebersamaan. Selain itu, rumah makan khas Sunda di Sukabumi juga berperan sebagai pelopor dalam mendukung pengembangan pariwisata kuliner di daerah tersebut. Mereka seringkali menjadi tujuan wisata kuliner yang populer, menarik pengunjung baik dari dalam maupun luar kota. Dengan demikian, rumah makan khas Sunda tidak hanya berperan sebagai penyedia makanan, tetapi juga sebagai penggerak ekonomi lokal yang dapat memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat sekitar.

Dengan keberagaman menu, upaya inovasi, perhatian terhadap lingkungan, peran sosial, dan dukungan terhadap pariwisata kuliner, rumah makan khas Sunda di Sukabumi terus menjaga keberlanjutan dan keberhasilan dalam mempromosikan kuliner tradisional. Mereka tidak hanya melestarikan warisan budaya kuliner, tetapi juga terus mengembangkannya sesuai dengan perkembangan zaman. Hal ini memastikan bahwa generasi mendatang tetap dapat menikmati kelezatan kuliner khas Sunda sekaligus menghargai nilai-nilai budaya yang tak ternilai harganya.

Selain itu, beberapa rumah makan khas Sunda di Sukabumi juga mungkin memiliki latar belakang yang terkait dengan perjalanan hidup pemiliknya. Misalnya, seorang pemilik rumah makan khas Sunda di Sukabumi mungkin dulunya bekerja sebagai juru masak di restoran di luar kota, dan kemudian memutuskan untuk pulang ke Sukabumi dan membuka usaha sendiri.

Saat ini, perkembangan restoran di Kota Sukabumi berkembang sangat pesat. Banyaknya Rumah Makan baru berdampak langsung pada semakin ketatnya persaingan di industri makanan. Akibatnya, para pebisnis harus mampu melihat peluang dan menerapkan strategi yang efektif untuk bertahan di tengah ketatnya persaingan. Tentu saja, peningkatan industri Rumah Makan berkorelasi langsung dengan gaya hidup masyarakat yang semakin berteknologi. Banyak orang kini lebih memilih untuk makan di luar rumah karena alasan praktis dan ekonomis, baik sendiri maupun bersama teman, keluarga, atau bahkan rekan kerja. Perilaku masyarakat ini sudah menjadi budaya yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat saat ini, dan sudah menjadi kebiasaan di masyarakat untuk mengadakan pertemuan seperti

makan bersama pada acara-acara tertentu seperti ulang tahun, pernikahan, rapat, atau yang lainnya yang diadakan di luar rumah.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri makanan di Kota Sukabumi, para pebisnis rumah makan harus mengadopsi strategi pemasaran dan pengelolaan yang efektif. Mereka perlu memanfaatkan perkembangan teknologi dan tren konsumen untuk tetap relevan dan menarik minat pelanggan.

Salah satu strategi yang bisa diterapkan adalah menggunakan media sosial dan platform digital untuk mempromosikan rumah makan mereka. Dengan memanfaatkan kehadiran aktif di media sosial, para pebisnis dapat menggambarkan keunikan dan kelezatan kuliner mereka kepada calon pelanggan. Mereka dapat membagikan foto-foto menarik dari hidangan mereka, memberikan informasi tentang menu spesial atau promosi, serta berinteraksi langsung dengan pelanggan melalui komentar dan pesan pribadi. Ini memberikan kesempatan untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan potensial dan meningkatkan kesadaran merek.

Selain itu, para pebisnis juga dapat mempertimbangkan untuk menyediakan layanan pesan antar atau pengiriman makanan. Dalam era di mana kenyamanan menjadi prioritas bagi banyak konsumen, penyediaan layanan ini dapat menarik pelanggan yang tidak memiliki waktu atau kesempatan untuk makan di restoran secara langsung. Melalui platform digital dan aplikasi pengiriman makanan, rumah makan dapat mencapai pelanggan yang lebih luas dan meningkatkan kenyamanan serta fleksibilitas dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Selain itu, para pebisnis juga dapat mengadopsi konsep restoran yang unik atau tema yang menarik untuk menciptakan pengalaman yang berbeda bagi pelanggan. Misalnya, mereka dapat menggabungkan konsep tradisional dengan sentuhan modern, menyediakan tempat yang nyaman dan Instagramable, atau menyajikan hidangan dengan cara yang kreatif dan menarik. Dengan demikian, rumah makan tidak hanya menjadi tempat untuk makan, tetapi juga tujuan wisata kuliner yang menarik bagi pelanggan.

Tidak hanya itu, penting bagi para pebisnis rumah makan untuk terus berinovasi dan mengembangkan menu mereka. Mereka dapat menambahkan variasi baru pada menu yang sudah ada, menggabungkan bahan-bahan lokal

dengan cita rasa internasional, atau menciptakan hidangan khas yang unik dan eksklusif. Ini akan memberikan alasan bagi pelanggan untuk kembali dan mencoba hal baru setiap kali mereka mengunjungi rumah makan.

Dalam menghadapi perkembangan industri rumah makan yang pesat dan gaya hidup masyarakat yang semakin terhubung dengan teknologi, penting bagi para pebisnis rumah makan di Kota Sukabumi untuk terus beradaptasi dan mengikuti tren. Dengan memanfaatkan strategi pemasaran yang efektif, layanan yang nyaman, konsep restoran yang menarik, dan inovasi menu, mereka dapat tetap relevan dan berhasil bersaing dalam industri makanan yang semakin kompetitif.

Keberhasilan rumah makan khas Sunda di Sukabumi juga sangat tergantung pada kualitas makanannya. Banyak rumah makan khas Sunda di Sukabumi yang telah lama beroperasi dan disukai banyak orang karena menu-menu yang otentik dan lezat. Beberapa restoran sangat terkenal di luar Sukabumi sehingga pengunjung kota menggunakannya sebagai tujuan wisata kuliner.

Wijayanti (2018) mengatakan bahwa UMKM sering kali mengalami kesulitan dalam mengukur dan mengevaluasi kinerja bisnis mereka. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa UMKM berkonsentrasi pada kegiatan pemasaran dan produksi, mengabaikan pentingnya pencatatan keuangan. Demikian juga, pengusaha akan kesulitan untuk memutuskan tingkat kesepakatan dan keuntungan perusahaan karena kekurangan laporan keuangan.

Selain itu, kurangnya pemahaman dan pengetahuan tentang analisis keuangan juga menjadi kendala bagi UMKM dalam mengukur dan mengevaluasi kinerja bisnis mereka. Pengusaha UMKM mungkin tidak memiliki pemahaman yang memadai tentang rasio keuangan, seperti rasio likuiditas, solvabilitas, atau profitabilitas. Karena itu, mereka kesulitan untuk menafsirkan laporan keuangan mereka sendiri dan tidak dapat memanfaatkannya secara optimal untuk mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki atau strategi bisnis yang lebih efektif.

Selain faktor internal, faktor eksternal juga dapat mempengaruhi kesulitan UMKM dalam mengukur dan mengevaluasi kinerja bisnis mereka. Misalnya, kondisi perekonomian yang tidak stabil atau perubahan kebijakan

pemerintah dapat memberikan dampak signifikan pada hasil keuangan UMKM. Namun, tanpa pengetahuan dan keterampilan yang memadai dalam menganalisis laporan keuangan, UMKM mungkin tidak dapat membedakan antara faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja bisnis mereka.

Dalam rangka mengatasi tantangan ini, penting bagi UMKM untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang pentingnya pencatatan keuangan yang baik dan analisis keuangan. Melalui pelatihan atau pendidikan tambahan, para pengusaha UMKM dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan dalam melacak dan menganalisis kinerja keuangan mereka. Dukungan dari pemerintah dan lembaga keuangan dalam menyediakan program dan sumber daya yang relevan juga dapat membantu UMKM dalam mengatasi hambatan ini.

Dengan menerapkan praktik pencatatan keuangan yang baik dan mampu menganalisis laporan keuangan dengan tepat, UMKM dapat memperoleh wawasan yang lebih jelas tentang kinerja bisnis mereka. Hal ini akan membantu mereka dalam mengambil keputusan yang lebih baik, mengidentifikasi peluang pertumbuhan, dan mengatasi tantangan dalam bisnis mereka.

Memaksimalkan laba sering kali dikejar oleh UMKM. Laba sering kali digunakan untuk mengukur kesuksesan sebuah perusahaan atau UMKM. Dalam perencanaannya, setiap pemilik bisnis akan menggunakan berbagai strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan dan mencapai target keuntungan. Produk yang akan diproduksi dan dijual, kebijakan harga, strategi pemasaran, dan struktur biaya adalah beberapa di antara keputusan tersebut, menurut Rosa & Idwar (2017).

Perolehan laba yang maksimal berkaitan dengan tujuan utama UMKM, sehingga pemilik usaha harus mampu menetapkan target laba yang ingin dicapai dan bagaimana cara untuk mencapainya. Atau dengan kata lain, perencanaan manajemen diperlukan agar suatu usaha mampu mendapatkan hasil yang diinginkan.

Manajemen yang mampu merencanakan, mengorganisir, memotivasi, mengendalikan, dan mengevaluasi dianggap sebagai manajemen yang baik (West, 2022).

Semakin banyaknya jumlah pelaku usaha yang ada, tentunya akan meningkatkan persaingan dalam industry tersebut. Maka pelaku usaha harus

memiliki strategi dalam meraih perhatian pasar untuk memaksimalkan keuntungan, salah satu strategi ini adalah meningkatkan volume penjualan produk atau mengurangi biaya.

UMKM dianggap sebagai salah satu perusahaan manufaktur, yang mana perusahaan manufaktur baik skala besar maupun kecil berorientasi dalam mencapai tujuan perusahaan, seperti menciptakan kesejahteraan anggota eksternal dan internal, memaksimalkan laba, menghasilkan pertumbuhan perusahaan ke arah yang lebih baik. Perolehan laba yang maksimal berkaitan dengan tujuan utama perusahaan, sehingga perusahaan harus mampu menetapkan target laba yang ingin dicapai dan bagaimana cara untuk mencapainya. Atau dengan kata lain, perencanaan manajemen diperlukan agar suatu usaha mampu mendapatkan hasil yang diinginkan. Baiknya manajemen perusahaan adalah manajemen yang memiliki kemampuan untuk merencanakan, mengorganisasikan, memotivasi, mengendalikan, dan mengevaluasi.

UMKM Rumah Makan Sunda Ngeunah di Sukabumi, adalah bisnis makanan kecil yang menyajikan makanan khas Sunda. UMKM ini berlokasi di Jl. Raya Cisaat No 10, Nagrak, Kec. Cisaat, Kabupaten Sukabumi. Beberapa contoh makanan khas Sunda yang disajikan antara lain semur jengkol, ikan tongkol, sayur katuk, tempe ore, tumis toge, ikan teri asin, nila pencok, nila cobek, nila bakar, ayam pencok, ayam kremes dan masih banyak lagi menu khas sunda lainnya. Keunikan dari rumah makan Sunda Ngeunah ini adalah penggunaan bahan-bahan dan rempah-rempah yang biasa digunakan dalam masakan khas Sunda. UMKM Rumah Makan Sunda Ngeunah memiliki potensi yang besar karena kekhasan masakan Sunda. Selain itu, budaya makan yang sudah menjadi kebiasaan masyarakat Sukabumi dan sekitarnya juga menjadi potensi bagi bisnis ini untuk terus berkembang dan mendapatkan pelanggan setia.

UMKM Rumah Makan Khas Sunda Ibu Hj Ai, yang berlokasi di Cibolang Kaler, Kec. Cisaat, Kabupaten Sukabumi. Rumah makan khas sunda Ibu Hj Ai menawarkan berbagai hidangan khas sunda, seperti pepes ikan, sayur asem, capcay, perkedel jagung, serta aneka olahan daging dan ayam yang disajikan dengan bumbu khas sunda. UMKM Rumah Makan Ibu Hj Ai ini memiliki tempat yang strategis, dimana rumah makan ini berdekatan dengan area kampus. Yang berarti, terdapat banyak mahasiswa yang

berkunjung untuk makan di Rumah Makan Ibu Hj Ai ini, karena harga nya yang cukup terjangkau dan masakan nya yang enak.

UMKM Rumah Makan Ibu Mimin Khas Sunda. Berlokasi di Desa Batununggal, Kecamatan Cibadak, Sukabumi, Jawa Barat, tepatnya di Jalan Raya Segog Km. 14.5 Masakan khas Sunda menjadi spesialisasi dari usaha kecil dan menengah yang dikenal dengan nama UMKM Rumah Makan Ibu Mimin Khas Sunda. Latar belakang didirikannya UMKM Rumah Makan Ibu Mimin Khas Sunda mungkin bermula dari keinginan sang pemilik untuk memperkenalkan dan melestarikan masakan khas Sunda kepada masyarakat luas. Selain itu, mungkin juga karena Ibu Mimin memiliki keahlian dalam memasak masakan khas Sunda dan melihat peluang bisnis yang menjanjikan di bidang kuliner. UMKM Rumah Makan Ibu Mimin Khas Sunda berada di lokasi strategis di daerah Batununggal, Kec. Cibadak, Kabupaten Sukabumi yang merupakan kawasan yang cukup ramai dengan lalu lintas kendaraan dan orang. Hal ini memungkinkan usaha tersebut untuk menarik perhatian dan pengunjung dari luar daerah. Dalam menjalankan usahanya, UMKM Rumah Makan Ibu Mimin Khas Sunda mungkin telah mengembangkan resep masakan khas Sunda yang khas dan unik sehingga menarik minat pelanggan. Selain itu, mungkin juga dilakukan promosi dan pemasaran yang baik sehingga usaha tersebut semakin dikenal dan diminati oleh masyarakat luas. Dengan menjalankan UMKM Rumah Makan Ibu Mimin Khas Sunda, Ibu Mimin dan keluarganya mungkin dapat memperoleh penghasilan tambahan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan meningkatkan taraf hidup mereka.

Dalam upaya memaksimalkan keuntungan, pelaku UMKM dapat memangkas biaya operasional, menetapkan harga jual, dan meningkatkan volume penjualan. Untuk memaksimalkan keuntungan, pelaku UMKM perlu merencanakan keuntungan mereka dalam kaitannya dengan faktor-faktor seperti biaya, volume, dan pendapatan.

Analisis cost volume profit merupakan salah satu alat yang dapat digunakan untuk perencanaan laba. Cost Volume Profit dapat digunakan sebagai alat analisis bagi UMKM untuk mengelola biaya, volume, dan pendapatan. Perusahaan yang melakukan analisis CVP mampu menilai kinerja perusahaan secara riil melalui kondisi keuangan usaha. Hal itu dikarenakan analisis CVP akan menghasilkan gambaran yang dapat digunakan sebagai

dasar dalam memilih banyaknya minimal penjualan yang harus dimiliki agar suatu usaha tidak merugi (Malang, 2017).

Salah satu metode untuk menentukan hubungan antara biaya, volume, dan laba adalah dengan menggunakan analisis Biaya Volume Laba. Karena analisis ini menunjukkan hubungan antara biaya, volume transaksi, dan laba, investigasi biaya volume laba merupakan alat yang berguna untuk mengorganisir dan mengambil keputusan. Analisis biaya volume laba juga merupakan alat yang berguna untuk mengidentifikasi masalah keuangan yang dihadapi perusahaan dan menyusun strategi untuk mengatasinya (Mustofa et al., 2022).

Analisis cost volume profit mengungkapkan harga produk dalam kaitannya dengan tingkat profitabilitas yang diinginkan, serta jumlah unit yang harus dijual dan jumlah uang yang harus dikeluarkan. Analisis cost volume profit akan membantu manajemen dalam mengambil keputusan dengan meneliti berbagai faktor yang mempengaruhi laba. Analisis CVP dapat digunakan untuk menghitung CM (contribution margin), BEP (break even point), MOS (margin of safety), dan OL (operating leverage) di antara alat perencanaan laba lainnya (Mustofa et al., 2022).

Agar bisnis dapat terus beroperasi, manajemen harus dapat merencanakan laba secara efektif. Bisnis dapat menggunakan analisis CVP dalam perencanaan laba karena analisis ini menekankan hubungan antara biaya, volume penjualan, harga jual, dan laba operasi. Dengan menggunakan analisis CVP, manajemen dapat menentukan margin kontribusi dan penjualan impas yang diperlukan agar bisnis tidak merugi atau untung. Menurut Mustofa dkk., perusahaan memperoleh laba jika menjual lebih dari titik impas, sedangkan perusahaan merugi jika menjual kurang dari titik impas. (2022).

Analisis CVP (Cost-Volume-Profit) juga memungkinkan manajemen untuk melakukan perencanaan laba jangka pendek dan jangka panjang. Dalam perencanaan laba jangka pendek, manajemen dapat menggunakan analisis CVP untuk mengidentifikasi berbagai alternatif strategi bisnis, seperti menetapkan harga jual yang optimal, menentukan biaya produksi yang efisien, atau mengevaluasi pengaruh perubahan volume penjualan terhadap laba. Dengan memahami hubungan antara biaya, volume penjualan, harga jual, dan laba operasi, manajemen dapat membuat keputusan yang lebih informasional dan berdasarkan data untuk mencapai target laba yang diinginkan.

Sementara itu, dalam perencanaan laba jangka panjang, analisis CVP dapat membantu manajemen dalam mengambil keputusan strategis yang melibatkan ekspansi bisnis, pengenalan produk baru, atau perubahan dalam model bisnis. Dengan memodelkan berbagai skenario dan menghitung titik impas serta margin kontribusi yang diperlukan, manajemen dapat mengevaluasi risiko dan keuntungan dari setiap keputusan strategis yang diambil. Analisis CVP juga dapat membantu dalam mengidentifikasi batasan dan kendala dalam mencapai target laba jangka panjang, serta memberikan wawasan tentang potensi keuntungan yang dapat dicapai dalam jangka waktu yang lebih lama.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto, M. Y., Sudjana, N., & Azizah, D. F. (2016). Analisis Break Even Point (BEP) Sebagai Alat Perencanaan Laba. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* | Vol, 35(2), 30–38.
- Arrizqi, M. S. A. (2020). Analisis Break Even Point Dan Margin of Safety Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Ud. Budi Jaya Makmur Lamongan. *Africa's Potential for the Ecological Intensification of Agriculture*, 53(9).
- Azis, L. D. (2020). *Analisis cost volume profit sebagai alat dalam perencanaan laba: Studi kasus pada Koperasi Serba Usaha Brosem Kota Batu*. <http://etheses.uin-malang.ac.id/18034/>
- Barat, J. (2022). *Optimalisasi Bisnis Usaha Tempe Mendoan Dengan Menggunakan Metode JIT Dan Lean Manufacturing Concept Dan Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan Dosen Pengampu : Dr . Gustian Djuanda Nama : Moch . Muchklis Ibrahim Kelas : MN20E Nim : 20200080209 UNIVERSITAS NUSA PUTRA 2022 Jl . Raya Cibatut Cisaat No . 21 , Cibolang Kaler , Kec . Cisaat , Kabupaten. 21, 1–11.*
- Berkau, C. (2020). Cost Volume Profit Analysis (CVP-Analysis). *Management Accounting, L*, 1–8. <https://doi.org/10.24053/9783739880280-134>
- Dewi, N. P. C. (2017). Analisis Cost Volume Profit Sebagai Dasar Perencanaan Penjualan dan Perencanaan Laba. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 49(1), 189–197.
- ECornelius. (2014). Fakto. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 97–117.
- Fadli, C. (2013). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro Semarang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro Makassar*, 4 (2)(5), 1–18.
- Gardjito, M., & Swasti, Y. R. (2018). Jenis Biaya. *Journal of Chemical*

Information and Modeling, 53(9), 1689–1699.

- Hidayat, K., Gunawan, E., & Gunawan, Y. (2022). Analisis Strategi Pengelolaan Keuangan Bisnis di Masa Pandemi Pada Pelaku Bisnis Generasi Milenial di Wilayah Bandung. *Jurnal Akuntansi*, 14(1), 45–55. <https://doi.org/10.28932/jam.v14i1.4006>
- Ii, B. A. B., & Pustaka, T. (2016). *BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1 Landasan Teori 2.1.1 Konsep Biaya*.
- Indah Widya Ningsih. (2021). *Analisis Cost Volume Profit dalam Upaya Merencanakan Laba PT. AsamJawa Medan*.
- Kam. (1990). Dasar Penandingan. *Konsep Biaya*, 1(1980), 4.
- Koraag, J. F., & Ilat, V. (2016). Analisis of cost-volume-profit for planning profit at the tofu factory “Ibu Siti.” *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(03), 803–812.
- Malang, U. I. (2017). *Cost-Volume-Profit Analysis*.
- Mustofa, A. W., Prastika, A. W., & Suhartini, D. (2022). Analisis Cost Volume Profit (Cvp) Pada Ud. Zacyndo Sebagai Alat Perencanaan Laba. *Seminar Nasional Akuntansi Dan Call for Paper (SENAPAN)*, 2(1), 36–46. <https://doi.org/10.33005/senapan.v2i1.171>
- NP. (n.d.).
- Nurhakim, M. A. (2022). *Analisis Pengaruh Laba Akuntansi Dan Laba Tunai Terhadap Deviden Kas Perusahaan Yang Terdaftar Pada Indeks Liquid 45*. 1(2).
- Rosa, Y. Del, & Idwar. (2017). Jurnal ekonomi & bisnis dharma andalas. *Ekonomi Dan Bisnis*, 19(1), 113–126.
- Sabiq Hilal Al Falih, M., Rizqi, R. M., & Adhitya Ananda, N. (2019). Pengelolaan Keuangan Dan Pengembangan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Kasus Pada Umkm Madu Hutan Lestari Sumbawa). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1). <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i1.302>
- Saraswati, F. A. (2016). Analisis Cost-Volume-Profit (CVP) sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba pada Departemen Kamar UB Guest House Malang. *Jurnal Manajemen Sarjana Thesis*, 4(2), 1–11.

Wahyudi, I., Munandar, A., Suripto, Astuti, Nurbawani, A., Sidharta, J., Purba, A. I., Saribu, A. D., Simbolon, E., & Zunaidi, A. (2021). *Akuntansi Manajemen*. www.penerbit.medsan.co.id

Yuniarti, S. (2018). Konsumen dan Fintech. *Business-Law.Binus.Ac.Id*.

PROFIL PENULIS

Alfiatussa'adah



Penulis lahir di Sukabumi, pada tanggal 10 Januari 2002. Penulis memulai perjalanan pendidikan di SDN Sukamanah pada tahun 2008-2014 dan melanjutkan sekolah di SMPN 2 Warungkiara pada tahun 2014-2017, selanjutnya penulis melanjutkan ke SMAN 1 Warungkiara dan lulus pada tahun 2020 bertepatan dengan adanya virus corona. Setelah lulus SMA penulis bekerja di PT. Yupi IndoJelly Gum selama kurang lebih 3 bulan, kemudian memutuskan untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi dan mendaftar ke Universitas Nusa Putra, Fakultas Bisnis dan Humaniora dan mengambil jurusan Manajemen sebagai mahasiswa. Hingga saat ini, penulis tercatat sebagai mahasiswa aktif.

Sinta Nurapni



Penulis merupakan seorang mahasiswa di Universitas Nusaputra yang lahir pada tanggal 15 April 2003 di Sukabumi, Jawa Barat. Memulai perjalanan pendidikan di SDN 2 Cidadap kemudian melanjutkan sekolah menengah di SMPN 1 Cidadap dan SMAN 1 Sagaranten . Saat ini, penulis sedang menjalankan pendidikan sarjana di Fakultas Bisnis dan Humaniora, jurusan Manajemen, Universitas Nusaputra. Hingga saat ini, penulis tercatat sebagai mahasiswa aktif di Universitas Nusaputra.

Siti Sarah Ibrahim



Penulis yang lahir pada tanggal 16 Juli 2003 di Sukabumi, Jawa Barat, memulai perjalanan pendidikan di SDN 09 Karang Tengah pada tahun 2009 dan lulus pada tahun 2015. Pada tahun yang sama, penulis melanjutkan pendidikan di SMPN 1 Cicantayan, Cijalingan, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat dan lulus pada tahun 2018. Selanjutnya, penulis bersekolah di SMAN 1 Nagrak, Cibadak dan lulus pada tahun 2021. Akhirnya, pada tahun 2021, penulis mendaftar di Universitas Nusa Putra, Fakultas Bisnis dan Humaniora, Jurusan Manajemen sebagai mahasiswa. Hingga saat ini, penulis tercatat sebagai mahasiswa aktif di Universitas Nusa Putra.

Gustian Djuanda



Setelah lulus dari SMA 5 Surabaya Penulis melanjutkan Pendidikan di FE UNSOED dan selesai pada Tahun 1986. Penulis mengikuti Pendidikan Lanjutan Kader Perbankan Institut Bankir Indonesia (PLKP-IBI) pada tahun 1991-1992. Ilmu yang diperoleh bermanfaat untuk mengajar Mata Kuliah Perbankan bahkan sukses bersama Ibu Liliek Gajatri menjadi Finalis Peneliti Muda LIPI-TVRI Tahun 1996. Pada Tahun 1988 dunia perbankan mengalami gejolak moneter, sehingga banyak yang kolaps dan atas saran teman yaitu Bapak Irwansyah Lubis yang menyatakan Mata Kuliah Pajak tidak akan mati selama dunia masih ada, maka Penulis mengambil Kursus Brevet AB di Yayasan Artha Bakti Tahun 1999 dan diberi kesempatan mengajar Mata Kuliah Perpajakan oleh Pimpinan STEKPI . Dua tahun setelah mengajar Mata kuliah Perpajakan dan dengan bekal modul yang dibuat bersama Bapak Irwansyah Lubis yang kebetulan sebagai Penyuluh Dirjen Pajak, maka Penulis mencoba menawarkan Modul Perpajakan yang telah dibuat ke Penerbit Gramedia Pustaka Utama. Buku yang saya terbitkan berbeda dengan buku Pajak yang lain karena menampilkan Pelaporan Pajak berupa SPT sehingga

mempunyai Keunggulan Kompetitif pada waktu itu sehingga Buku Pertama Pelaporan Pajak Penghasilan menjadi masuk 10 Buku Terlaris Versi Kontan Tahun 2002 sampai akhirnya menghasilkan 6 Buku Pajak sampai saat ini.

Penulis melanjutkan Pendidikan S2 Manajemen UI Tahun 1992 dan lulus Tahun dengan kepakaran di bidang Manajemen Keuangan khususnya Investasi dan Portfolio sebagai Kajian dalam Tesisnya. Akhirnya Pendidikan S3 Ekonomi Islam dilalui di UIN Jakarta 2005-2010 dengan Disertasi mengenai Penilaian Kinerja Bank Syariah dengan menggunakan Balanced Scorecard dan Berbagai Book Chapter dan Book Monograph telah dihasilkan sebagai salah satu Bahan Referensi para Mahasiswa pada Prodi Manajemen guna meningkatkan keahlian dalam Pengembangan Bisnis baik sebagai Wirausaha maupun sebagai Profesional pada Perusahaan tempat bekerja. Alhamdulillah Penulis juga sempat menjadi Visiting Lecturer di Islamic Business School College of Business Universiti Utara Malaysia pada Tahun 2010-2012

Email Penulis: gustian.djuanda@nusaputra.ac.id



CV. Tahta Media Group
Surakarta, Jawa Tengah
Web : www.tahtamedia.com
Ig : tahtamediagroup
Telp/WA : +62 896-5427-3996

ISBN 978-623-147-120-8 (PDF)



9

786231

471208