



## Analisis Contribution Margin Untuk Menentukan Tingkat Penjualan Produk Dalam Rangka Memaksimalkan

Muhammad Rozi<sup>1\*</sup>, Laylan Syafina<sup>2</sup>, Yenni Samri Juliati Nasution<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

\* E-mail Korespondensi: muhammadrozi2409@gmail.com

### Information Article

*History Article*

*Submission: 10-10-2024*

*Revision: 14-10-2024*

*Published: 17-10-2024*

### DOI Article:

*10.24905/permana.v16i2.468*

### A B S T R A K

Pemikiran ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan penerapan analisis margin komitmen dalam menentukan tingkat penjualan yang ideal untuk mencapai laba yang diinginkan, khususnya pada komoditas beras di Perusahaan Perum Bulog Divre Sumatera Utara tahun 2020-2022. Strategi yang digunakan bersifat subjektif dan diimplementasikan di perusahaan tersebut. Data diperoleh melalui pertemuan dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa margin komitmen perusahaan untuk komoditas beras pada tahun 2020 sebesar 59,50%, tahun 2021 sebesar 53,26%, dan tahun 2022 sebesar 44,94%. Komoditas beras memberikan margin komitmen tertinggi pada tahun 2020, yaitu 59,50%, yang merupakan penyumbang laba terbesar bagi perusahaan.

**Kata Kunci:** Margin Kontribusi, Penjualan, Laba.

### A B S T R A C T

*This idea aims to analyze and explain the application of commitment margin analysis in determining the ideal sales level to achieve the desired profit, especially for rice commodities at the Perum Bulog Company, North Sumatra Province in 2020-2022. The strategy used is subjective and is implemented in the company. Data was obtained through meetings and documentation. The research results show that the company's commitment margin for rice commodities in 2020 was 59.50%, in 2021 it was 53.26%, and in 2022 it was 44.94%. The rice commodity provides the highest commitment margin in 2020, namely 59.50%, which is the largest profit contributor for the company.*

**Key word:** Contribution Margin, Sales, Profit.

### Acknowledgment

© 2024 Published by Permana. Selection and/or peer-review under responsibility of Permana

### PENDAHULUAN

Secara umum, setiap perusahaan memiliki berbagai tujuan yang ingin dicapai, seperti memaksimalkan laba, bersaing di pasar, dan memberikan manfaat kepada masyarakat. Untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan meningkatkan laba operasional, manajemen menerapkan berbagai strategi (Aditya Gede Pratama et al., 2023). Agar perusahaan dapat berkembang lebih jauh dan meraih keuntungan yang lebih besar, diperlukan strategi khusus untuk meningkatkan penjualan (Tanjung et al., 2023). Manajemen harus mempertimbangkan pola perilaku biaya, keterbatasan kapasitas, dan modal yang tersedia, sehingga perencanaan laba jangka pendek menjadi penting untuk mencapai laba yang optimal. Keberhasilan suatu perusahaan seringkali ditentukan oleh seberapa besar laba yang diperolehnya. Laba merupakan perbedaan antara pendapatan dan biaya setelah dikurangi kerugian. Laba yang dihitung dengan basis akrual berfungsi sebagai indikator kinerja bisnis, dan ditetapkan sebagai tujuan perusahaan, memungkinkan perencanaan laba baik jangka panjang maupun jangka pendek (Nurlaila & Akbar, 2022).

Keberhasilan bisnis biasanya dinilai berdasarkan laba yang diperoleh perusahaan. Setiap bisnis berusaha meraih laba sebesar mungkin karena laba yang tinggi membantu memastikan kelangsungan operasional perusahaan. Oleh karena itu, perencanaan laba sangat penting agar manager dapat memilih berbagai strategi dan kebijakan untuk meningkatkan laba di masa depan sesuai dengan tujuan yang diinginkan (Sasmitha, 2019).

Dalam merencanakan laba jangka pendek, manajemen dapat memanfaatkan teknik analisis biaya seperti analisis margin kontribusi, yang merupakan selisih antara pendapatan penjualan dan seluruh biaya variabel. Margin kontribusi menggambarkan jumlah dana yang tersedia untuk menutupi biaya tetap, dan setelah biaya tetap tertutupi, sisanya menjadi laba untuk periode tersebut (Safitri Sembiring et al., 2023). Karena faktor-faktor ini saling berhubungan, manajemen perlu mempertimbangkan bagaimana perubahan pada biaya tetap, biaya variabel, harga jual, dan volume penjualan mempengaruhi laba bersih perusahaan dalam perencanaan laba jangka pendek (Apriani et al., 2023).

Analisis margin kontribusi memainkan peran krusial dalam pengambilan keputusan perusahaan, seperti menentukan produk yang akan diproduksi atau dijual, menetapkan kebijakan harga, merancang strategi pemasaran, dan memilih peralatan produksi. Dengan menggunakan analisis ini, perusahaan dapat menghitung total margin kontribusi serta margin kontribusi per produk, sehingga manajemen dapat mengetahui produk dengan margin

kontribusi tertinggi dan terendah. Rasio margin kontribusi yang tinggi mengindikasikan laba yang lebih besar pada tingkat penjualan tertentu (Fadhilla et al., 2023). Margin kontribusi juga membantu manager dalam menganalisis tingkat laba dari produksi, dengan semakin tinggi rasio margin kontribusi, semakin besar pula laba yang diperoleh (Sugiarto, 2019).

Analisis margin kontribusi digunakan untuk merencanakan penjualan dengan mempertimbangkan titik impas (BEP). BEP memungkinkan manager untuk menentukan volume produksi dan penjualan yang diperlukan agar perusahaan tidak mengalami kerugian atau keuntungan (Novalianti et al., 2022; Apriani et al., 2023). Dengan mengetahui BEP, manager dapat menetapkan batas aman untuk mengurangi risiko kerugian dan menentukan tingkat penjualan optimal untuk mencapai target laba. Perusahaan mencapai titik impas ketika pendapatan penjualan sama dengan total biaya yang dikeluarkan (Rizky, 2022).

Untuk perusahaan yang memproduksi berbagai produk, analisis ini penting untuk memahami total penjualan dan laba masing-masing produk. Perusahaan akan lebih cenderung mengeluarkan biaya tambahan untuk memproduksi dan memasarkan produk dengan rasio margin kontribusi yang lebih tinggi, karena hal ini dapat meningkatkan laba secara keseluruhan (Novalianti, Sasya Puti; Purwantini, Pudji Hastuti; Widyarini, 2022).

**Tabel 1. HPP, Laba Kontribusi dan Volume Penjualan Periode 2020 - 2022**

Tahun	Harga Pokok Penjualan	Laba Kontribusi	Volume Penjualan
2020	Rp 7.325.700.000,-	Rp 4.791.000.000,-	970 ton
2021	Rp 6.912.000.500,-	Rp 5.128.467.000,-	1.081 ton
2022	Rp 10.073.200.000,-	Rp 7.184.000.000,-	1.665 ton

Sumber: Data Diolah, 2024

Dari tabel tersebut, dapat dilihat bahwa pada tahun 2020, harga pokok penjualan beras mencapai Rp 7.325.700.000 dengan kontribusi laba sebesar Rp 4.791.000 dan volume penjualan sebanyak 970 ton. Pada tahun 2021, harga pokok penjualan menurun menjadi Rp 6.912.000.500, sementara margin kontribusi meningkat menjadi Rp 5.128.467.000 dengan volume penjualan sebanyak 1.081 ton. Pada tahun 2022, harga pokok penjualan naik menjadi Rp 10.073.200.000, margin kontribusi juga meningkat menjadi Rp 7.184.000.000, dan volume penjualan bertambah menjadi 1.665 ton. Meskipun margin kontribusi dan volume penjualan menunjukkan tren positif, fluktuasi harga pokok penjualan membuat perusahaan kesulitan menentukan tahun mana yang memberikan hasil penjualan optimal. Analisis margin kontribusi dapat membantu perusahaan menentukan tahun terbaik untuk mencapai penjualan beras yang

optimal dengan mempertimbangkan peningkatan margin kontribusi dan volume penjualan tanpa mengurangi biaya.

Penelitian Sugarto (2019) bertujuan untuk menganalisis perhitungan *Contribution Margin* pada CV. Cahaya Motor Kayuagung dengan metode deskriptif dan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tahun 2015, CV. Cahaya Motor memperoleh total *Contribution Margin* sebesar Rp4.566.826.373 dengan rasio 27,46% dan titik impas sebesar Rp1.601.960.499. Pada tahun 2016, total *Contribution Margin* meningkat menjadi Rp4.799.585.640 dengan rasio 24,60% dan titik impas sebesar Rp1.528.907.610. Pada tahun 2017, total *Contribution Margin* mencapai Rp7.041.531.799 dengan rasio 31,15% dan titik impas sebesar Rp1.592.174.806. Kesimpulannya, tingginya penjualan CV. Cahaya Motor menunjukkan kemampuannya untuk menutupi seluruh biaya tetap yang dikeluarkan. (Sugarto, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Siti Sofia dan Sigit Pihant Otomo (2019) bertujuan untuk menilai pengaruh analisis margin kontribusi terhadap laba PT SBS. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Pada tahun 2017, rasio margin kontribusi tertinggi tercatat dengan penjualan sebesar Rp21.818.445.102 dan kontribusi margin sebesar Rp7.172.582.218. Meskipun titik impas pada tahun 2017 lebih tinggi dibandingkan tahun sebelumnya, penjualan PT SBS selama periode 2014-2018 tetap berada di atas titik impas, sehingga perusahaan masih meraih laba. Diperkirakan, kenaikan penjualan sebesar 1% akan menyebabkan laba meningkat 2,03 kali pada tahun 2014, 1,50 kali pada tahun 2015, 1,49 kali pada tahun 2016, 1,28 kali pada tahun 2017, dan 1,29 kali pada tahun 2018. Analisis menunjukkan bahwa leverage operasi tertinggi terjadi pada tahun 2014, bersamaan dengan margin kontribusi dan EBIT terendah.

Penelitian oleh Safitri Sembiring dkk. (2023) bertujuan untuk menganalisis pengaruh beban pokok penjualan beras terhadap peningkatan volume penjualan dan kontribusi laba Perum Bulog Divre Sumatera Utara. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil analisis menunjukkan bahwa meskipun beban pokok penjualan pada tahun 2022 lebih tinggi dibandingkan tahun sebelumnya, volume penjualan beras tetap meningkat tanpa dampak negatif. Tahun 2020 memberikan kontribusi laba tertinggi dengan rasio 59,50%. Titik impas (BEP) tercatat pada Rp55.629.728 atau 1.220 ton, di mana perusahaan tidak mengalami keuntungan maupun kerugian. Untuk mencapai target laba sebesar 30% dari total penjualan

pada tahun 2023, perusahaan perlu menjual produk beras senilai Rp16.733.601.071.

Penelitian Mulyadi (2020) bertujuan untuk menganalisis penggunaan rasio margin kontribusi dalam menentukan tingkat penjualan optimal guna mencapai laba yang diinginkan, serta menghitung margin kontribusi kotor dan rasio margin kontribusi untuk setiap tingkat penjualan produk di Perusahaan X, Kecamatan Tembangan, Kota Malang. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil analisis menunjukkan bahwa total margin kontribusi perusahaan mencapai Rp439.600.000, dengan margin kontribusi untuk Produk Khusus (SP) sebesar Rp180.600.000 dan Produk Nasional sebesar Rp259.000.000. Produk Nasional memiliki rasio margin kontribusi tertinggi, yaitu 76,44%, dan memberikan kontribusi terbesar terhadap laba perusahaan.

Penelitian Erijanjani (2019) bertujuan untuk menganalisis penerapan *Contribution Margin* dalam mengukur tingkat laba PT Simen Bossua Maros. Metode yang digunakan meliputi analisis titik impas, penetapan target penjualan, dan safety margin. Hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan *Contribution Margin* di PT Simen Bossua Maros telah efektif, terbukti dari peningkatan laba pada tahun 2015. Selama tiga tahun terakhir, analisis *Contribution Margin* menunjukkan bahwa penerapan tersebut berjalan dengan baik sejak 2015, seiring dengan peningkatan laba yang dipicu oleh kenaikan penjualan semen pada tahun yang sama.

Penelitian ini memperkenalkan metode baru dalam menentukan tingkat penjualan dengan menggunakan analisis target laba, selain dari analisis margin kontribusi. Penulis memilih untuk meneliti Perum Bulog Divre Sumatera Utara, sebuah BUMN di bidang logistik pangan. Ruang lingkupnya mencakup jasa logistik komersial, inspeksi dan pengendalian hama, penyediaan kantong plastik, transportasi, perdagangan komoditas pangan, serta eceran. Sebagai badan usaha yang menjalankan tugas publik, Perum Bulog bertujuan untuk menurunkan harga produk seperti gabah, menstabilkan harga dasar, menyalurkan beras kepada masyarakat miskin (raskin), dan mengelola persediaan pangan. Meskipun perusahaan mengalami pertumbuhan pesat dan peningkatan penjualan setiap tahun, masih ada kesulitan dalam menentukan tingkat penjualan optimal untuk setiap produk dan mencapai laba maksimal. Oleh karena itu, analisis margin kontribusi diperlukan untuk merencanakan tingkat penjualan yang optimal. Analisis ini membantu perusahaan mengidentifikasi tahun dengan penjualan beras paling menguntungkan, sehingga target laba yang diinginkan dapat tercapai.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk menggambarkan kondisi objek penelitian berdasarkan fakta yang tersedia (Safitri & Juliati Nasution, 2023). Data yang dianalisis adalah data sekunder, yaitu informasi historis yang telah dikumpulkan sebelumnya oleh peneliti dari sumber sekunder (Dina Aulia Nasution, 2023). Data tersebut mencakup penjualan beras dan laba usaha selama periode 2020-2022, yang diperoleh dari Perum Bulog Divre Sumatera Utara. Pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka, di mana penulis melengkapi informasi dengan membaca dan menganalisis buku serta situs resmi terkait (Irianjani, 2019).

Teknik analisis data meliputi analisis *Contribution Margin*, *break even point*, dan analisis target laba, menggunakan rumus-rumus berikut:

*Contribution Margin* dan Rasio CM dapat dihitung dengan rumus berikut (Wahyuni et al., 2023) :

*Contribution Margin* (CM) = Pendapatan Penjualan – Total Biaya Variabel

$$CM \text{ Ratio} = \frac{\text{Contribution Margin}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

Menurut (Paddilah, 2019) untuk menentukan tingkat *Break even point* (BEP) dapat dicari dengan rumus :

$$BEP \text{ (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{CM Rata – rata Tertimbang}}$$

$$BEP \text{ (Rp)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{CM Ratio}}$$

Untuk menghitung analisis target laba dapat dicari dengan rumus :

$$\text{Penjualan (Rp)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{EBIT Yang Digunakan}}{\text{CM Ratio}}$$

## HASIL

*Contribution Margin* adalah selisih antara pendapatan penjualan dan biaya variabel. Jumlah ini digunakan untuk menutupi biaya tetap dan memperoleh laba dalam periode tersebut.

Jika biaya tetap tidak tertutupi, perusahaan akan mengalami kerugian.

**Tabel 2. Perhitungan Laba Kontribusi Tahun 2020**

Penjualan	Rp 8.051.000.000,-
Biaya Variabel	(Rp 3.260.000.000,-)
<i>Contribution Margin</i>	Rp 4.791.000.000,-
CM Ratio	59,50%

Sumber: Laporan Penjualan (Data diolah kembali), 2024

**Tabel 3. Perhitungan Laba Kontribusi Tahun 2021**

Penjualan	Rp 9.628.467.000,-
Biaya Variabel	(Rp 4.500.000.000,-)
<i>Contribution Margin</i>	Rp 5.128.467.000,-
CM Ratio	53,26%

Sumber: Laporan Penjualan (Data diolah kembali), 2024

**Tabel 4. Perhitungan Laba Kontribusi Tahun 2022**

Penjualan	Rp 15.984.000.000,-
Biaya Variabel	(Rp 8.800.000.000,-)
<i>Contribution Margin</i>	Rp 7.184.000.000,-
CM Ratio	44,94%

Sumber: Laporan Penjualan (Data diolah kembali), 2024

Berdasarkan perhitungan laba kontribusi, pada tahun 2020, jumlah laba yang disumbangkan mencapai Rp4.791.000.000 dengan rasio 59,50%. Pada tahun 2021, laba yang disumbangkan meningkat menjadi Rp5.128.467.000 dengan rasio 53,26%. Sementara itu, pada tahun 2022, laba kontribusi mencapai Rp7.184.000.000 dengan rasio 44,94%.

Margin kontribusi berperan penting dalam pengambilan keputusan perusahaan terkait tingkat penjualan dan laba. Analisis margin kontribusi digunakan untuk menentukan titik impas dan target laba, dengan perhitungan dilakukan menggunakan margin kontribusi rata-rata tertimbang (Safitri Sembiring et al., 2023).

**Tabel 5. Perhitungan Laba Kontribusi Rata-Rata Tertimbang**

Volume Penjualan	Persentase	Laba Kontribusi @ ton	Laba Kontribusi Tertimbang
970 ton	23,91%	Rp 4.939.175,-	Rp 1.180.957,-
1.081 ton	28,60%	Rp 4.744.188,-	Rp 1.356.838,-
1.665 ton	47,49%	Rp 4.314.715,-	Rp 2.049.058,-

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan perhitungan dalam Tabel 4, pada tahun 2020, volume penjualan tercatat sebesar 970 ton dengan persentase 23,91%. Margin kontribusi per ton adalah Rp4.939.175, sedangkan margin kontribusi tertimbang mencapai Rp1.180.957. Untuk tahun 2021, volume penjualan meningkat menjadi 1.081 ton dengan persentase 28,60%. Margin kontribusi per ton adalah Rp4.744.188, dan margin kontribusi tertimbang sebesar Rp1.356.838. Pada tahun 2022, volume penjualan diharapkan mencapai 1.665 ton dengan persentase 47,49%, margin kontribusi per ton sebesar Rp4.314.715, dan margin kontribusi tertimbang sebesar Rp2.049.058.

Penelitian ini menggunakan dua analisis dalam perhitungan laba kontribusi, yaitu analisis *break even point* dan analisis target laba.

### **Break even point (Titik Impas)**

Setelah memperoleh rasio margin kontribusi rata-rata tertimbang, kita dapat menentukan tingkat penjualan titik impas dengan membagi biaya tetap dengan rasio margin kontribusi rata-rata tertimbang. Untuk tahun 2022, biaya tetap yang digunakan adalah Rp2.500.000.000, sehingga perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} BEP (ton \text{ beras}) &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Laba Kontribusi Rata - rata Tertimbang}} \\ &= \frac{Rp 2.500.000.000}{Rp 2.049.058} \\ &= 1.220,072 \end{aligned}$$

Volume penjualan yang perlu dicapai perusahaan untuk menghindari kerugian adalah 1.220 ton. Selain dalam unit, titik impas juga dapat dihitung dalam bentuk rupiah. Perhitungan titik impas dalam rupiah dilakukan dengan membagi biaya tetap dengan persentase rasio kontribusi laba (44,94%). Perhitungan BEP dalam rupiah adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} BEP (Rp) &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{CM \text{ Ratio}} \\ &= \frac{Rp 2.500.000.000}{44,94\%} \\ &= Rp 55.629.728,- \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat disimpulkan bahwa perusahaan perlu



mencapai tingkat penjualan minimal sebesar 955 ton atau sekitar Rp55.629.728 untuk menghindari kerugian.

### Analisis Target Laba

Untuk menentukan target penjualan pada tahun 2023, perusahaan perlu menetapkan target laba yang diinginkan. Oleh karena itu, perusahaan menargetkan laba sebesar 30% dari total penjualan untuk tahun 2023 (wawancara dengan Chyntia). Dengan demikian, jumlah penjualan yang harus dicapai adalah:

$$\text{Penjualan (Rp)} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{EBIT Yang Digunakan}}{\text{Rasio Laba Kontribusi}}$$

$$\begin{aligned} PX &= \frac{\text{Rp } 2.500.000.000 + 0,30 PX}{0,4494} \\ 0,4494 PX &= \text{Rp } 2.500.000.000 + 0,30 PX \\ (0,4494 - 0,30) PX &= \text{Rp } 2.500.000.000 \\ PX &= \frac{\text{Rp } 2.500.000.000}{0,1494} \\ &= \text{Rp } 16.733.601.071,- \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, jika perusahaan ingin mencapai laba sebesar 30%, maka perusahaan harus menjual produknya senilai Rp 16.733.601.071.

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *Contribution Margin* produk beras adalah 59,50% pada tahun 2020, 53,26% pada tahun 2021, dan 44,94% pada tahun 2022. Dalam periode tersebut, tahun 2020 mencatatkan *Contribution Margin* tertinggi sebesar 59,50%, menjadikannya tahun dengan kontribusi laba terbesar bagi perusahaan. Analisis data menunjukkan bahwa *break even point* (BEP) adalah Rp55.629.728 atau setara dengan 1.220 ton, di mana perusahaan tidak mengalami kerugian atau laba. Dengan target laba sebesar 30% dari total penjualan untuk tahun 2023, perusahaan perlu mencapai penjualan produk beras senilai Rp16.733.601.071.

### DAFTAR PUSTAKA

Aditya Gede Pratama, Nasution, Y. S. J., & Nurwani. (2023). Pengaruh Manajemen Laba

- Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Perusahaan Goods Consumer yang Terdaftar di BEI). *J-Reb: Journal Research of Economic and Bussiness*, 2(02), 21–31. <https://doi.org/10.55537/jreb.v2i02.530>
- Apriani, D., Saputri, R., Kadriyanti, S., Bisnis, J. A., Ilmu, F., Dan, S., Politik, I., Oleo, U. H., & Tenggara, S. (2023). *Analisis Break even point Dalam Perencanaan Laba Pada Starcross Kendari*. 8(2), 530–547.
- Belmo, K., & Neno, M. S. (2020). Analisis Biaya-Volume-Laba Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Pabrik Tahu Pink Jaya – Oebufu, Kupang. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 13(3), 285–298. <https://doi.org/10.35508/jom.v13i3.3308>
- Cahyadi, N. Y., & Sulistiyo, S. (2018). Analisis Biaya Volume Laba Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Cv Waringin Putih Semarang. *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (AKUNBISNIS)*, 1(1), 10–28. <https://doi.org/10.32497/akunbisnis.v1i1.1225>
- Dina Aulia Nasution, N. (2023). Strategi Peningkatan E-Business Untuk Meningkatkan Penjualan Internasional 1Dina. *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 4(1), 88–100.
- Fadhilla, S., Harmain, H., & Nasution, J. (2023). *Pengaruh Efisiensi Biaya Bahan Baku , Biaya Tenaga Kerja Langsung dan Biaya Overhead Pabrik terhadap Rasio Profit Margin pada Pabrik Minyak Kelapa Sawit ( PMKS ) PT . Djaja Putra Indonesia Bandar Pulau*. 7, 2202–2210.
- Fajri, H. (2019). Analisis Pendekatan Kontribusi Margin Terhadap Pencapaian Target Laba Pada Ganesha Operation Makassar. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). [http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484\\_SISTEM\\_PEMBETUNGAN\\_TERPUSAT\\_STRATEGI\\_MELESTARI](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI)
- Faradila, P., Nasution, Y. S. J., & Syafina, L. (2022). Analisis *Break even point* sebagai Alat Perencanaan Laba pada PT Garuda Food Putra Putri Jaya TBK Periode 2018-2021. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 1365–1371.
- Fausayana, I., Rosmawaty, ., & Akhyar, . (2019). Peningkatan Margin Kontribusi dan Nilai Tambah Aneka Produk Olahan Rumput Laut di Desa Bungin Permai, Konawe Selatan, Sulawesi Tenggara. *Agrokreatif Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 71–76. <https://doi.org/10.29244/agrokreatif.5.1.71-76>
- Irianjani, B. (2019). *Analisis Penggunaan Kontribusi Margin dalam Pengukuran Tingkat Laba Pada PT. Semen Bosowa Maros*. 72.
- Karimah, D., Samsudin, A., & Jhoansyah, D. (2019). ANALISIS TARGET LABA DALAM MEMAKSIMALKAN LABA UMKM ALVO ARCHERY KOTA SUKABUMI. *Journal of Wind Engineering and Industrial Aerodynamics*, 26(1), 1–4. <https://doi.org/10.1007/s11273-020-09706-3%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jweia.2017.09.008%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ener>



[gy.2020.117919%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.coldregions.2020.103116%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jweia.2010.12.004%0Ahttp://dx.doi.o](https://doi.org/10.1016/j.coldregions.2020.103116)

- Monoarfa, V. (2022). Analisis Biaya - Volume - Laba Sebagai Dasar Target Laba Yang Ingin Dicapai. *Mopolayio : Jurnal Pengabdian Ekonomi*, 1(2), 124–136. <https://doi.org/10.37479/mopolayio.v1i2.26>
- Mulyadi. (2020). Analisis *Contribution Margin* Untuk Menentukan Tingkat Penjualan Produk Dalam Rangka Memaksimalkan Laba (Studi Pada Perusahaan Timbangan X Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 15(2), 13.
- Muryati, M., & Susilo, J. (2021). Analisa Harga Pokok Penjualan dalam Menentukan Laba pada Rumah Makan Putri Solo “Takana Jo Kampuang” Muara Bulian. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 21(1), 163. <https://doi.org/10.33087/jjubj.v21i1.1311>
- Novalianti, Sasya Puti; Purwantini, Pudji Hastuti; Widyarini, I. (2022). *Penentuan Harga Pokok Penjualan dan Perencanaan Laba Jangka Pendek Olahan Salak di UD.Cristal, Sleman, Yogyakarta*. 6, 108–121.
- Nurlaila, & Akbar, Y. (2022). Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Manajemen Laba pada PT Herfinta F&P Kebun Aek Batu. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 129–138.
- Paddilah, S. (2019). *Analisis Break even point Sebagai Perencanaan Laba Pada Home Industri Kain Kasur Palembang di Desa Kadu Kabupaten Tanggerang*. C, 1–12.
- Rahmadina, F., Taqiyah, U. D., & Bintang, Y. M. (2024). *Penerapan Analisis Biaya , Volume , dan Laba Sebagai Dasar Perencanaan Penjualan untuk mencapai Sasaran Laba*. 4, 1–16.
- Rizky, A. (2022). *Analisis break even point (bep) sebagai alatPerencanaan laba pada ud. Pokujon*.
- Rudzali, A., & Permana, D. (2022). *Persamaan Fungsi Linear Dalam Analisa Penjualan 2020 Pada Umkm Kuliner Rin Sweet Cakes & Cookies , Loa Janan Samarinda*. 18(1), 12–24.
- Safitri, M., & Juliati Nasution, Y. S. (2023). Analisis Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Cat Jotun (Studi Kasus : Cv. Tebar Jalur Mas Kompleks Cemara Asri). *Cakrawala Repositori IMWI*, 6(1), 46–53. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i1.188>
- Safitri Sembiring, A., Laila, N., & Wahyuni Lubis, A. (2023). Analisis Harga Pokok Penjualan dan Laba Kontribusi terhadap Volume Penjualan pada Perum Bulog Divre Sumut. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 7(1), 109–123. <https://doi.org/10.30631/iltizam.v7i1.1841>
- Sasmitha, J. L. (2019). *Analisis Titik Impas dan Target Laba Dalam Penentuan Harga Sewa Pada Jasa Sewa Kendaraan*. 7597(2), 100–111.
- Siti Sofiah, Sigit Prihanto Utomo, T. A. (2019). *Analisis Peranan Contribution Margin Dalam*



*Pencapaian Laba Perusahaan PT. Sakura Berkah Sejahtera. 2(5), 255. ???*

Sugiarto. (2019). *ANALISIS KONTRIBUSI MARGIN CV. CAHAYA MOTOR KAYUAGUNG TAHUN 2015-2017. 4(1), 1–23.*

Tanjung, A. F., Nasution, Y. S. J., & Tambunan, K. (2023). “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Insentif Karyawan, Dan Pengelompokan Barang Terhadap Peningkatan Penjualan UD. Rezeki Baru Cap Rumah Adat Minang Di Kota Medan Tahun 2017-2021.” *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI), E-ISSN: 2774-4221, 3(1), 8679–8697.*

Wahyuni, E., Nusantoro, J., & Darmayanti, E. F. (2023). *Analisis Cost Volume Profitabilitas Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba Dalam Mencapai Target Pada Toni Meubel Way Bungur. 2(1), 52–67.*

Yanto, M. (2020). Penerapan Cost – Volume – Profit (Cvp) Sebagai Dasar Perencanaan Laba Pada Cv. Usaha Bersama Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi, 9(2), 369–386.* <https://doi.org/10.33373/dms.v9i2.2547>