



Analisis Faktor Pengaruh Contribution Margin Terhadap Perencanaan Penjualan “Franchise Mixue Karangjati, Kabupaten Semarang”

Fiktor Ardin Halawa¹, Dyah Palupiningtyas²

¹Manajemen/Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia

address, telp/fax of institution/affiliation, e-mail: upik.palupi3@gmail.com

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Article history:

Received 30 Mei 2024

Received in revised form 2 Juni 2024

Accepted 10 Juni 2024

Available online 1 Juli 2024

This study aims to analyze the best-selling ice cream sales data in 2022 from the Mixue Karangjati franchise in Semarang Regency, as well as calculate the contribution margin ratio (RCM) and break-even point (BEP) in units and monetary value for each item. Sales data and related costs are processed to gain insights into the company's financial performance. The analysis results indicate that the RCM for the year 2022 is 7.4%, while the BEP in units and monetary value has been calculated for each item. Additionally, planning recommendations for the future are provided, including product diversification, cost monitoring, technology utilization, and service quality improvement. This study provides crucial insights for management in financial planning and strategic decision-making to achieve the company's business goals.

Keywords : Contribution Margin, Perencanaan Penjualan, Franchise Mixue

1. Pendahuluan

Dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang cepat, para pengusaha terpaksa mengelola bisnis mereka dengan lebih baik. Oleh karena itu, untuk menjaga perusahaan tetap hidup dalam menghadapi persaingan bisnis, manajemen perusahaan harus melakukan segala upaya untuk menghindari kerugian (Palupiningtyas & Pahrijal, 2023). Berapa besar laba yang diperoleh akan menjadi ukuran seberapa sukses manajemen perusahaan dalam mengelolanya (Pranata.S.Pd.,M.M, 2023). Meskipun dibatasi oleh kapasitas umum, pola perilaku biaya, dan ketersediaan uang tunai, perusahaan pengelola tidak mampu menjalankan bisnisnya. Untuk mencapai keuntungan maksimal, manajemen perlu mempersiapkan pendapatan jangka pendek.

Pendapatan bisnis jangka pendek berdampak pada pendapatan (produk harga dan volume penjualan), biaya variabel, dan biaya tetap. Karena saling ketergantungan ketiga variabel ini, manajemen menggunakan data ini untuk menilai dampak penyesuaian terhadap biaya tetap, biaya variabel, harga jual, dan volume penjualan (Palupiningtyas &

Aryaningtyas, 2022). Semakin banyak produk yang dijual, semakin besar margin kontribusi.

Menurut gagasan margin kontribusi, pendapatan adalah jumlah total uang yang dihasilkan dari penjualan suatu barang atau jasa setelah dikurangi biaya variabel (Palupiningtyas & Yulianto, 2018). Variable costs here refer to expenses that vary according to the volume of production or sales (Nugraheni et al., 2016), seperti harga distribusi, persediaan mentah, dan tenaga kerja langsung. Pendapatan margin kontribusi memungkinkan bisnis menilai efektivitas mereka dalam menghasilkan uang tambahan setelah dikurangi biaya variabel yang terkait dengan produksi atau penjualan (Gultom & Palupiningtyas, 2023). This is important for developing strategies related to pricing strategies, day-to-day stock allocation, and break-even point (titik impas) calculations in business operations (Octafian & Nugraheni, 2020). Pendapatan dalam konsep contribution margin dapat dihitung dengan rumus berikut:

Contribution Margin per Unit adalah selisih antara harga jual per unit suatu produk atau layanan dengan biaya variabel per unit yang terkait dengan produksi atau penjualan produk atau layanan tersebut. *Contribution Margin per Unit* memberikan informasi tentang berapa banyak keuntungan yang dihasilkan oleh setiap unit produk atau layanan setelah memperhitungkan biaya variabel. Hal ini penting dalam analisis profitabilitas produk (Octafian & Istiqomah, 2021) atau layanan serta dalam pengambilan keputusan terkait

$$\text{Contribution Margin per Unit} = \text{Harga Jual per Unit} - \text{Biaya Variabel per Unit}$$

harga, volume produksi, dan strategi bisnis lainnya.

Total pendapatan adalah jumlah uang yang diperoleh dari penjualan produk atau layanan, sedangkan biaya variabel total adalah total biaya yang berubah sejalan dengan tingkat produksi atau penjualan (Octafian et al., 2022). Namun pendapatan *contribution margin* tidak memperhitungkan biaya tetap seperti sewa, gaji manajemen, atau biaya *overhead* lainnya. Ini karena biaya-biaya tersebut tidak berubah sejalan dengan volume penjualan atau produksi dan oleh karena itu tidak mempengaruhi kontribusi margin (Nugraheni et al., 2020).

Contribution margin total dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$\text{Contribution Margin Total} = (\text{Harga Jual per Unit} \times \text{Jumlah Unit}) - (\text{Biaya Variabel per Unit} \times \text{Jumlah Unit})$$

Di mana:

1. Harga Jual per Unit adalah harga penjualan satu unit produk atau layanan.
2. Biaya Variabel per Unit adalah biaya variabel yang terkait dengan produksi atau penjualan satu unit produk atau layanan.
3. Jumlah Unit adalah jumlah total unit produk atau layanan yang dijual.

Perencanaan penjualan merupakan proses kunci dalam manajemen bisnis yang melibatkan merencanakan, mengorganisir, dan mengarahkan aktivitas penjualan suatu perusahaan. Langkah pertama dalam perencanaan penjualan adalah analisis pasar yang cermat, di mana perusahaan mengevaluasi kondisi pasar, tren industri, dan perilaku pelanggan untuk memahami kebutuhan dan preferensi yang ada (Octafian & Rahayu,

2022). Berdasarkan analisis tersebut, perusahaan kemudian menetapkan target penjualan yang realistis dan dapat diukur untuk periode tertentu. Setelah target ditetapkan, langkah selanjutnya adalah mengembangkan strategi penjualan yang tepat, termasuk pemilihan saluran penjualan, penetapan harga yang kompetitif, dan penggunaan pemasaran dan promosi yang efektif (Octavian et al., n.d.). Selanjutnya, perusahaan mengukur kinerja penjualan secara teratur untuk memantau kemajuan terhadap pencapaian target. Dari hasil analisis kinerja ini, perusahaan dapat melakukan penyesuaian strategis dan perbaikan dalam perencanaan penjualan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses penjualan. Dengan demikian, perencanaan penjualan menjadi penting dalam mencapai tujuan bisnis secara keseluruhan, dengan fokus pada peningkatan penjualan produk atau layanan untuk mendukung pertumbuhan dan kesinambungan operasional perusahaan.

Break-even point (titik impas) adalah konsep penting dalam analisis keuangan dan perencanaan bisnis yang menggambarkan titik di mana total pendapatan sama dengan total biaya, sehingga laba bersih menjadi nol. Dalam hal ini, perusahaan tidak menghasilkan keuntungan maupun mengalami kerugian (Nugraheni et al., 2020). *Break-even point* dapat dihitung dalam unit fisik atau dalam nilai uang. *Break-even point* penting karena memberikan pandangan kepada manajemen tentang jumlah minimum penjualan yang diperlukan agar perusahaan dapat tetap beroperasi tanpa mengalami kerugian. Dengan memahami titik impas, perusahaan dapat membuat keputusan yang lebih baik terkait harga, volume produksi, dan strategi bisnis lainnya untuk mencapai tujuan keuangan mereka.

Berdasarkan uraian di atas rumusan masalah yang perlu dikemukakan dalam penelitian ini adalah :

1. Berapakah pencapaian BEP pada cabang mixue karangjati pada tahun 2022?
2. Berapakah *contribution margin* yang diperoleh cabang Mixue karangjati tahun 2022?

2. Metode Penelitian

Desain penelitian studi kasus pada perusahaan digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metodologi *ex post facto*, yang melihat dan mengungkapkan komponen-komponen yang diteliti hanya berdasarkan keadaan saat ini, bukan memodifikasi atau bertindak berdasarkan variabel-variabel yang diteliti (Nugraheni, 2020). Lokasi dan waktu penelitian Franchise Mixue karangjati, Kab Semarang menjadi lokasi penelitian. Penelitian penulis selesai dalam waktu dua bulan, tepatnya pada bulan Mei dan Juni tahun 2022.

Untuk menghitung *break-even point* dalam unit fisik, perlu diperhitungkan biaya tetap, biaya variabel per unit, dan harga jual per unit. Jumlah unit yang perlu dijual untuk mencapai titik impas adalah:

$$\text{Break-even point (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual per Unit} - \text{Biaya Variabel per Unit}}$$

Sementara itu, untuk menghitung *break-even point* dalam nilai uang, perlu dihitung total biaya tetap dan rasio kontribusi margin (*contribution margin ratio*) (Pranata & Sinaga, 2023). Rasio kontribusi margin adalah perbandingan antara kontribusi margin per unit dengan harga jual per unit. *Break-even point* dalam nilai uang adalah:

$$\text{Break-even point (nilai uang)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Rasio Kontribusi Margin}}$$

3. Hasil Dan Analisis

Data penjualan paling banyak terjual dalam retang waktu tertentu pada tahun 2022 menurut gerai dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Daftar Ice Cream Paling Laris 2022

Item Jual	Harga jual	Total Penjualan	Harga Produksi	Total Harga Produksi	Total Jual
Ice Cream Earl Grey Tea	Rp 15.000	Rp169.500.000	Rp3.000	Rp33.900.000	11.300
Ice Cream Jasmine Tea	Rp 15.000	Rp248.505.000	Rp3.000	Rp49.701.000	16.567
Lucky Sundae Strawberry Ice Cream	Rp 18.000	Rp281.160.000	Rp5.000	Rp78.100.000	15.620
Lucky Sundae Chocolate Ice Cream	Rp 18.000	Rp239.220.000	Rp5.000	Rp66.450.000	13.290
Boba Sundae	Rp 18.000	Rp216.198.000	Rp5.000	Rp60.055.000	12.011
Mi-Sundae Mango Ice Cream	Rp 18.000	Rp198.954.000	Rp5.000	Rp55.265.000	11.053
Total		Rp1.353.537.000		Rp343.471.000	79.841

Sumber : Data Olahan 2022

Analisis *break even* dimulai dengan mengklasifikasi biaya ke dalam biaya tetap dan biaya variabel. Pengolongan biaya dapat dilihat pada tabel 2. Jika dilihat pada tabel di atas maka dapat kita bagi 2 jenis produk yaitu item 1 untuk ice cream harga 15.000 dan item 2 untuk ice cream dengan harga 18.000.

Tabel 2. Pengolongan Biaya

Biaya Variabel	Dalam waktu 1 tahun
Biaya Pemakaian Bahan Baku	Rp27.000.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp50.000.000
Biaya Kendaraan/Mesin	Rp8.000.000
Biaya Produksi Ice Cream	Rp343.471.000
Biaya Listrik	Rp25.000.000
Biaya Pemeliharaan Mesin Ice Cream	Rp5.000.000
<i>Total</i>	Rp458.471.000
Biaya Tetap	
Biaya Gaji Karyawan	Rp20.000.000
Biaya Penyusutan Kendaraan	Rp5.000.000
Biaya Penyusutan Sarana	Rp4.000.000
Biaya Pemeliharaan Aktiva	Rp2.500.000
<i>Total</i>	Rp31.500.000

Sumber : Data Olahan 2022

Tabel di bawah ini menggambarkan tentang perhitungan biaya-biaya, yaitu biaya variabel dan biaya tetap.

Tabel 3. Total Pengolongan Biaya

Jenis Biaya	Total
Biaya Variabel	Rp458.471.000
Biaya Tetap	Rp31.500.000

Sumber : Data Olahan 2022

Tabel 4. Laporan laba kontribusi

	Item 1	Item 2	Total
Ice Cream yg terjual	27.867	51.974	79.841
Harga Jual	Rp15.000	Rp18.000	
Penjualan	Rp418.005.000	Rp935.532.000	Rp1.353.537.000
Biaya Variabel	Rp83.601.000	Rp259.870.000	Rp343.471.000
CM	Rp334.404.000	Rp675.662.000	Rp1.010.066.000
Biaya Tetap		Rp31.500.000	
Laba Bersih			Rp666.595.000

Sumber : Data Olahan 2022

Berdasarkan Tabel 1,2,3 dan 4 maka *Ratio Contribution* margin tahun 2022 dapat dihitung sebagai berikut :

$$RCM = \frac{CM}{Pnjualan}$$

$$= \frac{1.010.066.000}{Rp1.353.537.000} \times 100\%$$

$$= 7,4 \%$$

1. Break Event Point (Item1)

$$Break-even point (unit) = \frac{Biaya Tetap}{Harga Jual per Unit - Biaya Variabel per Unit}$$

$$= \frac{Rp31.500.000}{15.000 - 3.000}$$

$$= 2.625$$

2. Break Event Point (Item 2)

$$Break-even point (unit) = \frac{Biaya Tetap}{Harga Jual per Unit - Biaya Variabel per Unit}$$

$$= \frac{Rp31.500.000}{18000 - 5.000}$$

$$= 2.423$$

3. Break Event Point dalam nilai Rupiah (Item 1)

$$\text{Break-even point (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual per Unit} - \text{Biaya Variabel per Unit}}$$

$$= \frac{Rp31.500.000}{15000 - 3.000}$$

$$= 2.625 \times 27.867$$

$$= Rp73.150.875$$

3. Break Event Point dalam nilai Rupiah (Item 2)

$$\text{Break-even point (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual per Unit} - \text{Biaya Variabel per Unit}}$$

$$= \frac{Rp31.500.000}{18000 - 5.000}$$

$$= 2.423 \times 51.974$$

$$= Rp125.937.000$$

4. Pembahasan dan Kesimpulan

Berdasarkan analisis data penjualan ice cream terlaris pada tahun 2022, dapat disimpulkan bahwa perhitungan rasio contribution margin (RCM) dan break even point (BEP) memberikan wawasan penting bagi manajemen dalam mengevaluasi kinerja keuangan perusahaan. RCM sebesar 7,4% menunjukkan bahwa perusahaan telah berhasil menghasilkan kontribusi margin yang cukup signifikan dari total penjualan. Sementara itu, BEP yang telah dihitung untuk masing-masing item menunjukkan jumlah minimum unit yang harus dijual agar perusahaan tidak mengalami kerugian. BEP dalam nilai rupiah juga memberikan pemahaman yang jelas tentang pendapatan minimum yang harus diperoleh dari penjualan agar perusahaan tetap beroperasi secara menguntungkan.

Dalam perencanaan untuk masa yang akan datang, terutama untuk perusahaan Franchise Mixue Karangjati di Kabupaten Semarang, beberapa saran dapat diberikan.

- 1) Perusahaan dapat mempertimbangkan diversifikasi produk atau inovasi dalam penyajian produk ice cream untuk meningkatkan daya tarik pelanggan dan memperluas pangsa pasar.
- 2) Penting untuk terus memantau biaya-biaya, baik variabel maupun tetap, serta melakukan evaluasi terhadap efisiensi operasional untuk mengoptimalkan margin kontribusi dan mengurangi BEP.

Selain itu, penggunaan teknologi dan strategi pemasaran yang tepat juga dapat membantu perusahaan dalam mencapai target penjualan dan memperkuat posisi pasar. Terakhir, memperkuat kerjasama dengan pemasok bahan baku dan meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan juga merupakan langkah penting dalam mempertahankan keunggulan kompetitif perusahaan di pasar yang kompetitif. Dengan strategi perencanaan yang kokoh dan adaptasi yang tepat terhadap perubahan pasar, perusahaan Franchise Mixue Karangjati dapat terus berkembang dan meraih kesuksesan di masa yang akan datang.

Daftar Pustaka

- [1] Gultom, M. T., & Palupiningtyas, D. (2023). KAJIAN MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN. *BADAN PENERBIT STIEPARI PRESS*.
- [2] Nugraheni, K. S. (2020). Studi Kepuasan Konsumen Pada Peacock Coffee Gajah Mada Semarang. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 38–48.
- [3] Nugraheni, K. S., Khasanah, L. U., Utami, R., & Ananditho, B. K. (2016). Pengaruh perlakuan pendahuluan dan variasi metode destilasi terhadap karakteristik mutu minyak atsiri daun kayu manis (C. Burmanii). *Jurnal Teknologi Hasil Pertanian*, 9(2), 51–64.
- [4] Nugraheni, K. S., Maria, A. D., & Octafian, R. (2020). Penerapan cleanliness, health, safety and environment (CHSE) homestay untuk keselamatan wisatawan. *Jurnal Abdimas ADPI Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 17–21.
- [5] Octafian, R., & Istiqomah, A. (2021). Studi Kepuasan Wisatawan Curug Lawe Kalisidi. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 17(1), 17–27.
- [6] Octafian, R., & Nugraheni, K. S. (2020). Employee Performance Analysis Through Motivation and the Work Environment at Patra Semarang Hotel & Convention. *Nusantara Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(1), 101–105.
- [7] Octafian, R., Palupiningtyas, D., Supriyadi, A., & Usodo, H. (2022). Peningkatan Capacity Building Dalam Peningkatan Sadar Wisata di Desa Wisata Jembrak. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Waradin*, 2(2), 87–100.
- [8] Octafian, R., & Rahayu, E. (2022). EKONOMI KREATIF: PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI KERAJINAN KERANG. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Waradin*, 2(1), 30–40.
- [9] Octavian, D., Kristien, S., Hilde, B., & Walter, D. (n.d.). *Evaluation of 2 different x-ray digital systems designed for cardiovascular angiography: patient dosimetry data and image quality*.
- [10] Palupiningtyas, D., & Aryaningtyas, A. T. (2022). Pengaruh Kompensasi dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan di Restoran S2 Semarang. *Jurnal Visi Manajemen*, 8(2), 109–117.
- [11] Palupiningtyas, D., & Pahrijal, R. (2023). Bibliometric Analysis of Social and Environmental Innovation Research Developments: Trend Identification, Key Concepts, and Collaboration in the Scientific Literature. *West Science Business and Management*, 1(04), 245–254.
- [12] Palupiningtyas, D., & Yulianto, H. (2018). Kepuasan Wisatawan: Tinjauan Terhadap Atraksi, Aktivitas, Amenitas dan Aksesibilitas Di Taman Nusa Bali. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 56–66.
- [13] Pranata.S.Pd.,M.M, S. P. (2023). Peranan Media Sosial Terhadap Penigkatan Omset Umkm (Studi Kasus Penjualan Pakaian Bekas Di Pajak Melati Tg.Anom). *Jurnal Mahkota Bisnis (Makbis)*, 2(1). <https://doi.org/10.59929/mm.v2i1.17>
- [14] Pranata, S. P., & Sinaga, A. (2023). Analysis of Brand Awareness and Brand Image Strategies on Lake Toba Tourists' Interest through the F1H20 Power Boat Digital Marketing Strategy in Balige, North Tapanuli. *Journal of Business Management and Economic Development*, 1(02), 240–249.
- [15] TELKOMSEL DARI PRESPEKTIF KUALITAS JARINGAN, CITRA MEREK DAN PROMOSI (Studi Kasus Pada Siswa SMK Brigjend Katamso II Medan): PENGARUH KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PAKET TELKOMSEL DARI PRESPEKTIF KUALITAS JARINGAN, C. *Jurnal Mahkota Bisnis (Makbis)*, 1(2).
- [16] Pranata, S. P. (2022b). The Influence of Lecturer Competence, Lecturer Creativity, and Utilization of E-Learning Media (E-MTU) on Student Understanding at Universitas Mahkota Tricom Unggul During the Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2285–2292.

-
- [17] Pranata, S. P., & Sinaga, A. (2023). Analysis of Brand Awareness and Brand Image Strategies on Lake Toba Tourists' Interest through the F1H20 Power Boat Digital Marketing Strategy in Balige, North Tapanuli. *Journal of Business Management and Economic Development*, 1(02), 240–249.
- [18] Rivai, A., Pranata, S. P., Fadila, Z., Syahlina, M., & Ginting, B. B. (2021). The Effect of Facilities on Motivation and Its Impact on Accounting Understanding. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(6), 1934–1938.
- [19] Susilowati, N. (2019). *Analisis Pengaruh Kompetensi, Kompensasi, Dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening Pt Bank Syariah Mandiri Kcp Kartasura*. Iain Salatiga.
- [20] Yulianto, H., Palupiningtyas, D., & Ashifuddin, A. (2021). Pemberdayaan Potensi Alam Untuk Meningkatkan Pendapatan Desa Dan Masyarakat Desa Wisata Mandiraja Kabupaten Pematang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia (JPKMI)*, 1(3), 71–78.