

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Pada pembahasan yang telah dilakukan pada UMKM Pabrik Tempe *Big Family* untuk meningkatkan laba dengan menggunakan pendekatan analisis *cost volume profit*, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. UMKM Pabrik Tempe *Big Family* produksi lebih dari satu jenis produk, yaitu tempe dan keripik tempe. Oleh karena itu, dalam melakukan analisis *Cost Volume Profit* (CVP) untuk lebih dari satu produk, perlu ditentukan komposisi penjualan atau *sales mix*. *Sales mix* menunjukkan proporsi penjualan masing-masing produk dan digunakan untuk menghitung margin kontribusi rata-rata tertimbang. Selama bulan Januari-Mei 2025, komposisi penjualan pada UMKM Pabrik Tempe *Big Family* adalah 25,06:1, di mana tempe dan keripik tempe merupakan kontributor utama. Meskipun tempe merupakan produk dominan, keripik tempe juga memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan penjualan.
2. Berdasarkan hasil analisis *Break Even Point* (BEP) yang dilakukan pada *UMKM Pabrik Tempe Big Family*, usaha ini telah mencapai titik impas, dengan nilai BEP dalam Rupiah (BEP Rp) sebesar Rp 86.927.766 untuk bulan Januari-Mei 2025 serta rasio margin kontribusi sebesar 0,5655. Sementara itu, BEP dalam unit (BEP Unit) berada pada 16.515 unit yang harus dijual agar mencapai titik impas. Hasil ini menunjukkan bahwa usaha telah berada pada posisi titik impas dan telah mulai memperoleh laba di atas tingkat yang diperkirakan.

3. Setelah dilakukan perhitungan batas keamanan (*margin of safety*) pada UMKM Pabrik Tempe *Big Family* bulan Januari-Mai 2025 memiliki *margin of safety* sebesar Rp. 87.384.734 atau setara dengan 50,13%. Berdasarkan hasil tersebut, penjualan masih memiliki toleransi penurunan penjualan hingga 50,13% sebelum mengalami kerugian. Hal Ini menunjukkan bahwa UMKM Pabrik Tempe *Big Family* berada pada posisi keuangan yang relatif stabil dan memiliki ruang yang cukup aman untuk menghadapi penurunan penjualan.
4. Dari perhitungan target laba, *penulis* menerapkan strategi perencanaan laba sebesar 25%. Berdasarkan target tersebut, pemilik usaha memperoleh pendapatan penjualan sebesar Rp 167.630.290, yang menghasilkan laba sebesar Rp 45.636.250, dengan jumlah penjualan sebanyak 31.847 unit. Setelah mendapatkan perhitungan target laba sebesar 25%, UMKM Pabrik Tempe *Big Family* masih dapat menaikkan target laba sebesar 35%. Berdasarkan target tersebut, pemilik usaha memperoleh pendapatan penjualan sebesar Rp 200.437.303, yang menghasilkan laba sebesar Rp 63.890.750, dengan jumlah penjualan sebanyak 37.979 unit. Hal ini menunjukkan bahwa usaha tidak hanya berhasil mencapai target perencanaan laba, tetapi juga mampu menjaga efisiensi dalam produksi dan penjualan untuk mencapai tujuan keuangannya.

4.2 Saran

Pada pembahasan yang telah dilakukan pengaruh analisis *cost volume profit* terhadap peningkatan laba, maka penulis memberikan saran yang dapat dijadikan sebagai masukan bagi perusahaan sebagai berikut:

1. UMKM Pabrik Tempe *Big Family* perlu melakukan pemisahan atas biaya-biaya, yaitu antara biaya tetap dan biaya variabel. Biaya ini akan menjadi dasar yang penting dalam melakukan perencanaan laba, sehingga dapat membantu perusahaan dalam memproyeksikan dan mencapai laba yang ditargetkan secara lebih efektif di masa mendatang.
2. Karena titik impas (*Break Event Point*) dipengaruhi oleh laba yang ditargetkan, maka *UMKM Pabrik Tempe Big Family* perlu meningkatkan pendapatan penjualan melebihi titik impas guna mencapai laba yang diharapkan. Dengan demikian, usaha dapat memastikan bahwa seluruh biaya operasional tertutupi dan laba yang direncanakan dapat terealisasi.
3. *UMKM Pabrik Tempe Big Family* diharapkan dapat memanfaatkan metode analisis *Cost Volume Profit* (CVP) sebagai alat dalam melakukan perencanaan laba. Dengan menggunakan metode ini, analisis laba dapat dilakukan secara lebih terstruktur. Analisis CVP juga membantu dalam menentukan jumlah unit produk yang terjual agar laba dapat tercapai. Dengan demikian, *UMKM* akan lebih siap dalam strategi operasional untuk periode yang akan datang.