ANALISIS PERBANDINGAN CONTRIBUTION MARGIN PENJUALAN TERHADAP PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN DI MITRA ALFAMIDI SMK BISNIS DAN TEKNOLOGI BEKASI TAHUN 2023

Nurul Aini¹, Tofani Nur Rohmah², Sivi Laila³, Pina Rizki Aprilia⁴, Bethya Fuji Asina Sinaga⁵

nurulaini20303@gmail.com¹, tofaniurrohmah28@gmail.com², sivilaila8@gmail.com³,
rizqiaprill25@gmail.com⁴, bethya170304311295@gmail.com⁵

Universitas Bina Sarana Informatika

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis perbandingan margin kontribusi (contribution margin) antara produk makanan dan minuman yang dijual di Mitra Alfamidi SMK Bisnis dan Teknologi Bekasi tahun 2023. Margin kontribusi dihitung dengan mengurangi pendapatan penjualan dengan biaya variabel, sementara rasio margin kontribusi (CMR) menunjukkan efisiensi keuntungan produk. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka dan studi banding, mengkaji data keuangan dari penjualan produk makanan dan minuman. Hasil analisis menunjukkan bahwa produk minuman memiliki kinerja keuangan lebih baik dibandingkan produk makanan. Produk minuman mencatat pendapatan Rp 125.393.500, kontribusi margin Rp 51.675.911, dan CMR sebesar 41,21%, sementara produk makanan mencatat pendapatan Rp 114.937.500, kontribusi margin Rp 16.876.600, dan CMR sebesar 14,68%. Selisih ini menunjukkan bahwa produk minuman lebih efisien dalam menghasilkan keuntungan. Penelitian ini menegaskan pentingnya analisis margin kontribusi dalam mendukung pengambilan keputusan strategis. Diharapkan agar perusahaan fokus pada pengembangan produk minuman dan mengoptimalkan biaya variabel produk makanan untuk meningkatkan profitabilitas keseluruhan.

Kata Kunci: Margin Kontribusi, Rasio Margin Kontribusi, Analisis Keuangan, Perencanaan Laba, Efisiensi Biaya.

ABSTRACT

This research aims to analyze the comparison of contribution margins between food and beverage products sold at Mitra Alfamidi SMK Business and Technology Bekasi in 2023. Contribution margins are calculated by subtracting sales revenue from variable costs, while the contribution margin ratio (CMR) shows profit efficiency product. This research uses literature study and comparative study methods, examining financial data from sales of food and beverage products. The analysis results show that beverage products have better financial performance than food products. Beverage products recorded revenue of Rp125.393.500, contribution margin of Rp51.675.911, and CMR of 41.21%, while food products recorded revenue of Rp114.937.500 contribution margin of IDR 16.876.600, and CMR of 14.68%. This difference shows that beverage products are more efficient in generating profits. This research confirms the importance of contribution margin analysis in supporting strategic decision making. It is expected that the company will focus on developing beverage products and optimizing variable costs for food products to increase overall profitability.

Keywords: Contribution Margin, Contribution Margin Ratio, Financial Analysis, Profit Planning, Cost Efficiency.

PENDAHULUAN

Ritel merupakan mata rantai yang penting dalam proses distribusi barang dan merupakan mata rantai terakhir dalam suatu proses distribusi. Industri ritel di sini didefinisikan sebagai industri yang menjual produk dan jasa pelayanan yang telah diberi nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, kelompok, atau pemakai akhir.

Salah satunya yaitu minimarket seperti Mitra Alfamidi di SMK Bisnis dan Teknologi Bekasi sebagai salah satu ritel berbasis pendidikan yang memiliki beragam produk makan dan minuman yang dijual kepada konsumen. Dalam usaha tersebut tidak semua produk yang dijual memiliki tingkat profitabilitas yang sama, Oleh karena itu, untuk menilai produk mana yang lebih mendukung penjualan yang optimal, maka Mitra Alfamidi SMK Bisnis dan Teknologi perlu melakukan analisis perbandingan contribution margin antara produk makanan atau minuman.

Analisis contribution margin ini digunakan untuk menghitung besarnya margin kontribusi total dan kontribusi margin masing-masing produk, sehingga dengan analisis ini manajemen dapat mengetahui produk mana yang memberikan margin kontribusi yang paling tinggi mana yang memberikan margin kontribusi rendah. Selain itu, analisis margin kontribusi dapat digunakan untuk perencanaan penjualan. perencanaan penjualan yang digunakan sebagai acuan adalah BEP (Break Event Point), dimana BEP (Titik impas) adalah ketika total pendapatan penjualan sama dengan total biaya, sehingga perusahaan tidak mengalami keuntungan maupun kerugian. BEP membantu perusahaan mengetahui batas aman operasional dan titik minimum penjualan yang diperlukan untuk menutupi seluruh biaya.

Kajian ini dibuat bertujuan untuk menganalisis perbandingan contribution margin antara produk makanan dan minuman yang dijual Mitra Alfamidi SMK Bisnis dan Teknologi tahun 2023. Dengan mengetahui perbandingan tersebut, dapat memberikan wawasan atau pengetahuan bagi pengelola usaha untuk menyusun strategi pemasaran, penentuan harga, dan memahami konsep wirausaha berbasis data financial.

Dan Melalui kajian ini, diharapkan pembaca dapat memahami pentingnya Margin Kontribusi dalam analisis keuangan dan pengambilan keputusan strategis, serta bagaimana penerapannya dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Dengan pemahaman yang baik tentang Margin Kontribusi, perusahaan dapat membuat keputusan yang lebih tepat dan strategis, mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan jangka panjang, serta tetap kompetitif di pasar yang semakin ketat.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Konsep Margin Kontribusi (*Contribution Margin*):

Adalah selisih antara pendapatan penjualan dan biaya variabel (misalnya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya lainnya yang berfluktuasi seiring volume produksi). CM digunakan untuk menilai seberapa banyak pendapatan yang tersisa untuk menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba (Sukirno, 2012).

Berikut rumus Margin Kontribusi :

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

2. Rasio Margin Kontribusi (*Contribution Margin Ratio*)

Adalah nilai keuntungan yang diperoleh perusahaan setelah mengurangi total pendapatan dengan biaya variabel. Nilai ini dapat disampaikan dalam bentuk nominal bruto (seluruh pendapatan dan seluruh biaya variabel) maupun per unit.

Berikut rumus Rasio Margin Kontribusi :

$$\text{Rasio Margin Kontribusi (CMR)} = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

3. Fungsi CMR dalam Pengambilan Keputusan

CMR memiliki beberapa fungsi penting dalam pengambilan keputusan, antara lain:

- 1) **Menilai Profitabilitas Produk:** CMR membantu menilai seberapa efisien produk dalam menghasilkan keuntungan setelah biaya variabel, sehingga perusahaan dapat fokus pada produk yang lebih menguntungkan.

- 2) **Menghitung Titik Impas (Break-Even Point):** CMR digunakan untuk menghitung titik impas dalam satuan uang, yaitu jumlah pendapatan yang perlu dicapai untuk menutupi biaya tetap.
 - 3) **Perencanaan Laba dan Target Penjualan:** CMR membantu merencanakan laba dengan menunjukkan pendapatan yang diperlukan untuk mencapai laba yang diinginkan dan menentukan target penjualan yang realistis.
 - 4) **Pengambilan Keputusan Harga:** CMR mempengaruhi penetapan harga produk dan mengevaluasi dampak perubahan harga terhadap margin keuntungan.
 - 5) **Diversifikasi Produk:** CMR membantu dalam menentukan produk mana yang memberikan kontribusi margin lebih tinggi, sehingga perusahaan dapat fokus pada produk yang lebih menguntungkan.
 - 6) **Evaluasi Efisiensi Biaya:** CMR digunakan untuk mengevaluasi biaya variabel dan menemukan cara untuk menurunkan biaya agar meningkatkan margin keuntungan.
 - 7) **Evaluasi Keputusan Investasi:** CMR membantu menilai potensi margin dari produk baru dan membuat keputusan investasi yang lebih menguntungkan.
- 4. Titik Impas (Break Event Point)**

Yakni keadaan di mana usaha tidak mendapatkan laba, tapi juga tidak menderita kerugian. Dengan kata lain, usaha tersebut dikatakan impas apabila jumlah pendapatannya sama dengan jumlah biaya, atau jika laba kontribusi digunakan untuk menutup biaya saja (Mulyadi).

Titik BEP dihitung dengan menggunakan rumus berikut :

$$\text{Break Event Point (BEP)} = \frac{\text{Fixed Cost}}{\text{Contribution Margin Ratio}}$$

5. Laba Bersih

adalah nilai keuntungan sebuah perusahaan yang diperoleh dari pendapatan dikurangi dengan seluruh biaya yang harus dibayar oleh perusahaan. Istilah ini juga disebut dengan *net income*, *bottom line*, dan keuntungan bersih

6. Rumus Laba Bersih

$$\text{Laba Bersih} = \text{Laba Kotor} - \text{Beban usaha perusahaan selama periode tertentu.}$$

Laba tersebut juga bisa diperoleh dari selisih nilai laba sebelum pajak atau EBT dengan beban pajak.

METODOLOGI

Untuk mengetahui kontribusi margin penjualan makanan dan minuman di Mitra Alfamidi SMK Bisnis dan Teknologi Bekasi, peneliti menggunakan dua metode pengumpulan data utama yaitu studi kepustakaan dan studi banding. Peneliti secara tidak langsung mengumpulkan data dalam proses ini dengan membaca dan mempelajari teori-teori yang berkaitan dengan topik penelitian.

Selain itu, peneliti mengutip informasi dari studi ilmiah dan literatur tentang topik seperti manajemen penjualan, analisis keuntungan, dan strategi pemasaran dalam industri makanan dan minuman.

Teori yang mendasari analisis data yang terkumpul dibangun dari data yang diperoleh dari studi kepustakaan ini. Peneliti kemudian melakukan studi banding untuk membandingkan contribution margin atau margin kontribusi antara penjualan makanan dan minuman di Mitra.

Selanjutnya, data yang diperoleh dianalisis dan dibandingkan secara kuantitatif untuk menemukan perbedaan dalam pendapatan penjualan makanan dan minuman. Dengan pendekatan ini, peneliti berharap dapat menemukan faktor-faktor yang memengaruhi perbedaan kontribusi margin dan memberikan wawasan yang dapat

digunakan untuk meningkatkan strategi penjualan serta efisiensi operasional di Mitra Alfamidi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel Perbandingan Contribution Margin Penjualan Terhadap Produk Makanan dan Minuman di Mitra Alfamidi SMK Bisnis dan Teknologi Bekasi Tahun 2023

Produk	Pendapatan Penjualan (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	Contribution Margin (Rp)	CMR
Makanan	Rp 114.937.500	Rp 98.060.900	Rp 16.876.600	14,68 %
Minuman	Rp 125.393.500	Rp 73.717.589	Rp 51.675.911	41,21 %

Sumber : Laporan Keuangan Alfamidi SMK Bisnis dan Teknologi 2023

1. Hasil Keuangan Produk Makanan

Produk makanan mencatat pendapatan penjualan sebesar Rp 114.937.500. Setelah mengurangi biaya variabel yaitu sebesar Rp 98.060.900, diperoleh kontribusi margin sebesar Rp 16.876.600. Kontribusi margin ini menunjukkan bahwa dari pendapatan yang dihasilkan oleh produk makanan, sebesar Rp 16.876.600 digunakan untuk menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba.

Untuk mengukur efisiensi kontribusi margin terhadap pendapatan penjualan, dihitung rasio kontribusi margin (CMR) dengan rumus:

$$\begin{aligned} \text{a. Contribution Margin Makanan} &= \text{Penjualan} - \text{Total Biaya Variabel} \\ &= \text{Rp } 114.937.500 - \text{Rp } 98.060.900 \\ &= \text{Rp } 16.876.600 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{b. CMR Makanan} &= \frac{\text{Margin Kontribusi} \times 100\%}{\text{Penjualan}} \\ &= \frac{\text{Rp } 16.876.600}{\text{Rp } 114.937.500} \times 100\% \\ &= \mathbf{14,68 \%} \end{aligned}$$

Dengan CMR sebesar 14,68%, artinya setiap Rp100 yang diperoleh dari penjualan produk Makanan hanya menyisakan Rp14,68 untuk menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba. CMR yang relatif rendah ini menunjukkan bahwa produk makanan memiliki margin keuntungan yang kecil setelah memperhitungkan biaya variabel.

2. Hasil Keuangan Produk Minuman

Produk Minuman menunjukkan hasil yang lebih positif dengan pendapatan penjualan sebesar Rp125.393.500. Biaya variabel yang dikeluarkan untuk memproduksi Minuman adalah Rp73.717.589, yang menghasilkan kontribusi margin sebesar Rp51.675.911. Hal ini menunjukkan bahwa produk Minuman memiliki kontribusi margin yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan produk makanan.

Dengan menggunakan rumus yang sama untuk menghitung rasio kontribusi margin (CMR), kita dapat menghitung CMR untuk Minuman sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{a. Contribution Margin Minuman} &= \text{Penjualan} - \text{Total Biaya Variabel} \\ &= \text{Rp } 125.393.500 - \text{Rp } 73.717.589 \\ &= \text{Rp } 51.675.911 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{b. CMR Minuman} &= \frac{\text{Margin Kontribusi} \times 100\%}{\text{Penjualan}} \\ &= \frac{\text{Rp } 51.675.911}{\text{Rp } 125.393.500} \times 100\% \\ &= \mathbf{41,21\%} \end{aligned}$$

CMR Minuman sebesar 41,21% menunjukkan bahwa dari setiap Rp100 yang

diperoleh dari penjualan produk Minuman, sekitar 41,21% digunakan untuk menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba. CMR yang lebih tinggi ini mencerminkan efisiensi yang jauh lebih besar dalam menghasilkan laba jika dibandingkan dengan produk makanan

3. Perbandingan Kinerja Produk Makanan dan Minuman

Dari hasil perhitungan kontribusi margin dan CMR, dapat dilihat bahwa produk Minuman memiliki kinerja yang jauh lebih menguntungkan dibandingkan dengan produk makanan. Produk Minuman menghasilkan kontribusi margin lebih besar yaitu sebesar Rp 51.675.911 dan CMR lebih tinggi sebesar 41,21% dibandingkan dengan produk makanan yang hanya menghasilkan kontribusi margin Rp 16.876.600 dan CMR 14,68%.

Kontribusi margin yang lebih besar pada produk minuman menunjukkan bahwa setelah biaya variabel dikurangi, produk ini menyumbang lebih besar terhadap laba perusahaan. Hal ini disebabkan oleh pendapatan yang lebih tinggi dan biaya variabel yang lebih rendah pada produk Minuman. Sementara itu, produk makanan dengan biaya variabel yang relatif tinggi memberikan kontribusi margin yang lebih kecil.

4. Implikasi dan Rekomendasi

Dari hasil analisis ini, beberapa implikasi dan rekomendasi yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

- a. Produk Minuman lebih efisien dalam menghasilkan kontribusi terhadap laba perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan sebaiknya memperbesar fokus pada pemasaran dan pengembangan produk Minuman yang lebih menguntungkan.
- b. Produk makanan, meskipun memberikan kontribusi positif, memiliki margin yang lebih kecil. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengevaluasi dan mencari cara untuk mengurangi biaya variabel pada produk makanan, seperti dengan mencari sumber bahan baku yang lebih murah atau meningkatkan efisiensi proses produksi.
- c. Strategi Peningkatan CMR untuk makanan: Salah satu cara untuk meningkatkan CMR produk makanan adalah dengan menyesuaikan harga jual atau mengurangi biaya variabel, sehingga produk makanan dapat memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap laba perusahaan.

Secara keseluruhan, perusahaan disarankan untuk memperluas pasar dan promosi untuk produk Minuman yang lebih menguntungkan, sambil tetap berupaya meningkatkan kinerja produk makanan agar dapat memberikan kontribusi margin yang lebih baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data keuangan untuk produk makanan dan minuman, dapat disimpulkan bahwa produk Minuman lebih efisien dan menguntungkan dibandingkan dengan produk makanan. Produk Minuman mencatatkan pendapatan penjualan lebih tinggi dan biaya variabel lebih rendah, menghasilkan kontribusi margin yang lebih besar Rp 51.675.911 serta rasio kontribusi margin CMR sebesar 41,21%. Ini menunjukkan bahwa produk minuman lebih mampu memberikan kontribusi terhadap laba perusahaan.

Sementara itu, produk makanan memiliki pendapatan penjualan yang lebih rendah dan biaya variabel yang tinggi, yang menghasilkan kontribusi margin lebih kecil Rp 16.876.600 dan CMR hanya 14,68%. CMR yang rendah ini mengindikasikan margin keuntungan yang lebih kecil setelah memperhitungkan biaya variabel.

Meskipun produk minuman lebih menguntungkan, produk makanan masih memiliki potensi untuk ditingkatkan. Perusahaan dapat fokus pada pengurangan biaya variabel atau peningkatan efisiensi produksi untuk meningkatkan kontribusi margin produk makanan. Di sisi lain, perusahaan perlu terus fokus pada pengembangan dan pemasaran produk minuman, yang sudah terbukti lebih efisien dalam menghasilkan keuntungan.

Secara keseluruhan, untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan, perusahaan sebaiknya memperluas pasar produk minuman sambil melakukan evaluasi terhadap biaya dan strategi produk makanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adri Sallo, Inggriani Elim, & Lidia Mawikere. (2024). Contribution Margin Analysis as a Tool for Profit Planning in the PT Labiva Jaya Utama Travel Services Business in Parepare. *Indonesian Journal of Advanced Research*, 3(4), 425–448.
- Krisnandi, H., Efendi, S., & Sugiono, E. (2019). Pengantar Manajemen (Melati, Ed.). LPU-UNAS.
- RURY KUSUMA DEWI, 040113749 (2006) PENERAPAN CVP ANALYSIS PENDEKATAN CONTRIBUTION MARGIN TERHADAP PERENCANAAN LABA JANGKA PENDEK PADA PT. "X"; DI SURABAYA. Skripsi thesis, UNIVERSITAS AIRLANGGA.
- Silvana, F. (2014). ANALISIS CONTRIBUTION MARGIN UNTUK MENENTUKAN TINGKAT PENJUALAN PRODUK DALAM RANGKA MEMAKSIMALKAN LABA (Studi Pada Perusahaan Timbangan X Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 15(2), 84641.
- Silvana, Fridayanti (2014) Analisis Contribution Margin Untuk Menentukan Tingkat Penjualan Produk Dalam Rangka Mengoptimalkan Laba (Studi pada Perusahaan Timbangan X Kota Malang periode 2011-2013). Sarjana thesis, Universitas Brawijaya.
- Siregar, S. P., & Sitompul, R. (2019). Pengaruh margin kontribusi dan struktur biaya terhadap kinerja keuangan pada usaha kecil dan menengah. *Jurnal Keuangan dan Akuntansi*, 7(1), 15-29.
- Sugawara, E., & Nikaido, H. (2014). Properties of AdeABC and AdeIJK efflux systems of *Acinetobacter baumannii* compared with those of the AcrAB-TolC system of *Escherichia coli*. *Antimicrobial Agents and Chemotherapy*, 58(12), 7250–7257.