ECSOFiM: Journal of Economic and Social of Fisheries and Marine. 2018. 06(01): 93-105 e-ISSN: 2528-5939
Permalink/DOI: http://dx.doi.org/10.21776/ub.ecsofim.2018.006.01.09

COST VOLUME PROFIT ANALYSIS OF SMALL MEDIUM *Clarias sp.* HATCHERY ENTERPRISE IN MAGUAN VILLAGE, MALANG REGENCY, EAST JAVA

ANALISIS *COST VOLUME PROFIT* PADA USAHA PEMBENIHAN IKAN LELE *(Clarias sp.)* DI DESA MAGUAN, KABUPATEN MALANG, JAWA TIMUR

Iva Dwi Wulandari[1)], Mimit Primyastanto[2)], and Tiwi Nurjannati Utami[*2)]

[1)] Business-preneur in Malang Regency of East Java
[2)] Fisheries and Marine Science Faculty, Brawijaya University

Received: October 01, 2018/Accepted: October 31, 2018

ABSTRACT

"Basori" Small Medium Enterprise hasn't done financial planning yet, therefore it needs cost volume profit analysis. The aims of the research were to know profile, to analyze cost, sales volume, profit at "Basori" SME in the next period. The type of this research were descriptive qualitative and quantitative. Data collection using observation, interviews, documentation and literature study. The result show that "Basori" SME is a catfish hatchery business located in the village of Maguan, Ngajum Subdistict, Malang Regency is quite developed. CVP analysis show that the highest cost incurred at Basori SME occurred in the period October - November 2016 amounted to IDR 6,678,656 and the lowest cost occurred in February - March 2018 period of IDR 6,473,656. While the highest seed sales volume was 293,000 seeds in the period of February - March 2018 and the lowest seed sales volume was 234,000 seeds in August - September 2016 period. The highest profit in February - March 2018 was IDR 13,666,344 and the lowest was IDR 11,541,344 in October - November 2016. CVP analysis results are known to forecast sales volume and profits an increase, while costs tend to decrease. Looking at the results of the CVP analysis needs to be done strategic planning to prevent the decline in profits. In this CVP analysis used alternative strategy to increase product sales volume by 2% and reduction of variable cost selected by 5% which will generate profit equal to IDR 115,233,994 with BEP condition at IDR 4,463,340.

Keywords: cost volume profit, hatchery, catfish.

ABSTRAK

UMKM "Basori" belum melakukan perencanaan keuangan karena belum tertibnya sistem pembukuan usaha. Oleh karena itu, UMKM "Basori" memerlukan alat analisis berupa *Cost-Volume-Profit* yang bertujuan untuk mengetahui profil, menganalisis biaya, volume penjualan, laba pada UMKM "Basori". Jenis penelitian deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan UMKM "Basori" merupakan usaha pembenihan ikan lele yang berada di desa Maguan Kecamatan Ngajum Kabupaten Malang yang cukup berkembang. Analisis CVP menunjukkan biaya tertinggi yang dikeluarkan UMKM Basori pada periode Oktober – November 2016 sebesar Rp 6.678.656 dan terendah pada periode Febuari – Maret 2018 sebesar Rp 6.473.656. Sedangkan volume penjualan benih tertinggi 293.000 ekor pada periode Febuari – Maret 2018 dan terendah 234.000 ekor pada periode Agustus – September 2016. Perolehan laba tertinggi pada periode Febuari – Maret 2018 sebesar Rp 13.666.344 dan terendah pada periode Oktober – November 2016 Rp 11.541.344. Hasil analisis CVP menunjukkan volume penjualan mengalami kenaikan dan laba, sedangkan biaya cenderung mengalami penurunan. Melihat hasil analisis tersebut perlu dilakukan perencanaan strategis untuk mencegah terjadinya penurunan laba pada periode berikutnya. Pada Analisis CVP ini digunakan alternatif strategi peningkatkan volume penjualan produk sebesar 2% serta pengurangan biaya variabel terpilih sebesar 5% yang akan menghasilkan laba sebesar Rp 115.233.994 dengan kondisi BEP pada Rp 4.463.340.

Kata kunci : *cost volume profit*, pembenihan, ikan lele.

[*] *Corresponding author: Tiwi Nurjannati Utami, tiwi_nurjannati@yahoo.com*
Fisheries and Marine Science Faculty, Brawijaya University, Veteran Street, Malang

PENDAHULUAN

Ikan lele merupakan ikan budidaya yang digemari oleh masyarakat Indonesia, ikan lele menempati urutan ketiga produksi tertinggi setelah ikan nila dan ikan Bandeng. Hal tersebut berpengaruh terhadap permintaan benih lele terus meningkat, begitu pula dengan harganya (KKP, 2015). Produksi lele secara nasional dalam kurun waktu lima tahun terakhir (2011 – 2015) mengalami peningkatan 21,31% per tahun, yaitu dari 337.577 ton pada tahun 2011, menjadi 722.623 ton pada 2015 (KKP News, 2016).

Potensi perikanan budidaya di Kabupaten Malang terdiri dari budidaya ikan di air tawar dan budidaya ikan di air payau/tambak. Potensi budidaya ikan di air tawar menyebar di hampir semua wilayah kecamatan dengan komoditas utama jenis ikan nila, lele dan mas. Usaha budidaya ikan air tawar banyak dilakukan di jaring sekat, kolam, minapadi dan minamendong, sedangkan budidaya ikan air payau diusahakan di tambak. (Dinas Perikanan Kabupaten Malang, 2017). Budidaya perikanan air tawar yang ada di daerah Kabupaten Malang, salah satunya terdapat di Kecamatan Ngajum, tepatnya di Desa Maguan yang bergerak di sektor budidaya pada sub-bidang pembenihan ikan lele. Salah satu usaha pembenihan ikan lele yang berada di Desa Maguan yaitu usaha pembenihan ikan lele UMKM Basori. Usaha pembenihan ikan lele UMKM Basori pada Desa Maguan ini tergabung dalam kelompok pembenihan yaitu UPR Mulyorejo I (Unit Pembenihan Rakyat Mulyorejo I).

Pemilik usaha dalam menjalankan usaha pasti akan menghadapi banyak tantangan. Salah satu tantangannya adalah meminimalkan biaya dan meningkatkan penjualan. Dimana biaya (*cost*) adalah sumber daya yang dikorbankan (*sacrificed*) atau dilepaskan (*forgone*) untuk mencapai tujuan tertentu (Horngren *et al.,* 2008). Penetapan kebijakan dalam sebuah usaha terhadap pengelolaan biaya, biasanya menuntut manajemen agar dapat meminimalkan biaya sehingga sumber daya yang dikorbankan atau dilepaskan tidak terlalu besar. Tantangan berikutnya adalah penjualan, secara umum pengertian penjualan yaitu tingkat kuantitas (jumlah) produk yang dihasilkan dari operasional suatu usaha dan terjual di pasar dengan nilai ukur uang. Aspek ini menuntut manajemen untuk dapat menemukan peluang untuk meningkatkan penjualan mengingat tingkat penjualan berbanding lurus dengan tingkat laba yang akan diperoleh oleh suatu usaha pada periode waktu tertentu. Tantangan tersebut dapat dihadapi dengan memaksimalkan peran manajemen. Peran manajemen salah satunya adalah melakukan perencanaan. Perencanaan sendiri merupakan suatu pedoman untuk menjalankan aktivitas suatu usaha. Kebijakan yang mempengaruhi perolehan tingkat laba salah satunya adalah penetapan harga jual produk, dimana besar atau kecilnya nilai yang ditetapkan manajemen pada nilai jual produk akan berpengaruh terhadap tingkat pendapatan total dan tingkat laba yang diharapkan (Arizal *et al.,* 2014).

Usaha pembenihan ikan lele pada UMKM “Basori” belum melakukan analisis dan perencanaan keuangan secara mendalam. *Cost-Volume-Profit Analysis* merupakan suatu alat analisis untuk mengetahui hubungan antara biaya, volume penjualan yang nantinya digunakan untuk mendukung perencaaan keuangan sebuah usaha dalam pengambilan keputusan manajerial. Oleh karena itu,

penulis menggunakan *Cost-Volume-Profit Analysis* untuk mengetahui alternatif penjualan terbaik untuk mencapai target laba pada UMKM "Basori". Analisis biaya volume laba (cost volume profit analysis / CVP) berkaitan dengan penentuan volume penjualan dan bauran produk yang diperlukan untuk mencapai tingkat laba yang diinginkan (Carter, 2009). Berdasarkan hal tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis biaya, volume penjualan, dan laba pada usaha pembenihan ikan lele UMKM "Basori" di Desa Maguan, Kecamatan Ngajum, Kabupaten Malang.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan pada usaha pembenihan ikan lele UMKM "Basori" di Desa Maguan Kecamatan Ngajum Kabupaten Malang, Jawa Timur. Penelitian dilaksanakan pada bulan Maret 2018. Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Populasi pada penelitian ini yaitu Unit Pembenihan Rakyat (UPR) Kelompok Mulyorejo I yang beranggotakan 133 orang dengan sampel pada satu unit usaha pembenihan ikan lele UMKM "Basori". Pemilihan lokasi (sampel) penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*). Menurut Sugiyono (2015), sampling purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif. Analisa data deskriptif kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini meliputi : 1) Mengidentifikasi teknis dari proses pembenihan ikan lele. 2) Menganalisis kondisi penjualan, biaya-biaya produksi dan operasional usaha pembenihan ikan lele. 3) Menganalisis peramalan terhadap volume penjualan, biaya dan laba usaha pembenihan ikan lele pada periode berikutnya. Sedangankan analisa data deskriptif kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menganalisis data kuantitatif yang meliputi data peramalan terhadap penjualan, biaya dan laba dengan menggunakan analisis tren serta data *Cost Volume Profit* (CVP).

Analisis *Cost Volume Profit* (CVP) memiliki beberapa komponen yang termasuk dalam konsep dasar, konsep dasar tersebut meliputi:

1) Margin Kontribusi (*Contribution Margin*)

Margin kontribusi (*contribution margin*) merupakan pendapatan penjualan yang dikurangi total biaya variabel atau harga dikurangi biaya variabel unit (Hansen dan Mowen, 2005). Rumus *Contribution Margin* menurut Utami *et.al* (2016), sebagai berikut :

$$\text{Contribution Margin} = \text{Penjualan} - \text{Biaya} \quad (1)$$

Sedangkan rumaus Rasio *Contribution Margin* menurut Utami *et.al* (2016), sebagai berikut :

$$\text{Rasio Contribution Margin} = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Penjualan}} \quad (2)$$

2) *Break Event Point* (BEP)

Menurut Hansen dan Mowen (2005), titik impas (*break event point*) merupakan titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya, titik dimana laba sama dengan nol. Persamaan titik impas dalam unit dapat dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut:

$$\text{Unit impas} = \frac{\text{Biaya tetap}}{(\text{Harga} - \text{Biaya variabel per unit})} \quad (3)$$

Sedangkan persamaan untuk titik impas penjualan dapat dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut:

$$\text{Penjualan impas} = \frac{\text{Biaya tetap x Harga}}{\text{Harga} - \text{Biaya variabel per unit}} \quad (4)$$

3) Margin Pengaman *(Margin of safety*)

Margin pengaman (*margin of safety*) merupakan jumlah unit yang terjual atau diharapkan untuk terjual atau juga pendapatan yang dihasilkan atau diharapkan untuk dihasilkan yang melebihi titik impas (Hansen dan Mowen, 2005). Menurut Utami *et. al* (2016) rumus dari perhitungan *margin of safety* adalah sebagai berikut:

$$\text{Margin pengaman (MOS)} = \text{Penjualan aktual} - \text{BEP} \quad (5)$$

$$\text{MOS} = \frac{\text{Margin pengaman}}{\text{Total penjualan yang dianggarkan}} \quad (6)$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil UMKM "Basori": Usaha Pembenihan Ikan Lele

Desa Maguan adalah salah satu desa yang berada di Kecamatan Ngajum Kabupaten Malang. Secara geografis Desa Maguan terletak pada posisi 113^0 - 115^0 Lintang Selatan dan 110°10' - 111°40' Bujur Timur dengan luas wilayah Desa Maguan adalah 350 Ha. Jumlah penduduk Desa Maguan sebanyak 3.079 jiwa yang terdiri atas jumlah laki-laki sebesar 1.541 sedangkan jenis kelamin perempuan sebesar 1.538. UMKM Basori adalah usaha pembenihan ikan lele yang merupakan salah satu anggota dari UPR Mulyorejo I. Usaha Bapak Basori sudah memiliki 32 kolam yang terdiri dari 6 kolam induk, 25 kolam pemijahan dan pendederan dan 1 kolam tandon air serta karyawan yang dimiliki sampai saat ini sebanyak 1 orang.

Volume Penjualan UMKM Basori (Agustus 2016 – Maret 2018)

Produksi benih UMKM Basori periode bulan Agustus 2016 – Maret 2018 terdiri atas benih ukuran 3 cm, benih ukuran 4 cm dan benih ukuran 5 cm. Volume penjualan UMKM Basori yang ditunjukkan pada Tabel 1 memiliki pola yang cukup stabil. Rata-rata volume penjualan benih usaha ini sebesar 265.600 ekor benih. Volume penjualan benih tertinggi adalah 293.000 ekor benih pada periode bulan Febuari – Maret 2018, sedangkan volume penjualan benih terendah adalah 234.000 ekor benih pada periode bulan Agustus – September 2016. Hal yang mempengaruhi volume penjualan produk pada UMKM Basori adalah periode hidup ikan lele dimana pada bulan Mei sampai Agustus merupakan masa sulit budidaya. Pada bulan Mei sampai Agustus merupakan masa

istirahat (tidak masa berkembang biak) ikan lele, hal tersebut menyebabkan penurunan produksi benih dan berakibat terjadinya kelangkaan benih.

Tabel 1. Volume Penjualan UMKM Basori (Agustus 2016 – Maret 2018)

Bulan	Stok Penjualan (Ekor)			Jumlah (Ekor)
	Ukuran			
	3 cm	4 cm	5 cm	
Agustus - September 2016	160.000	50.000	24.000	234.000
Oktober - November 2016	175.000	59.000	30.000	264.000
Desember 2016 - Januari 2017	176.000	60.000	32.000	268.000
Febuari - Maret 2017	178.000	64.000	34.000	276.000
April - Mei 2017	164.000	54.000	26.000	244.000
Juni - Juli 2017	167.000	57.000	28.000	252.000
Agustus - September 2017	169.000	59.000	25.000	253.000
Oktober - November 2017	182.000	70.000	30.000	282.000
Desember 2017 - Januari 2018	190.000	71.000	29.000	290.000
Febuari - Maret 2018	193.000	72.000	28.000	293.000
Total				2.656.000

UMKM Basori memiliki tiga jenis produk yang memiliki hasil penjualan tertinggi. Tabel 2 akan menampilkan hasil penjualan yang berhasil dicapai UMKM Basori selama Agustus 2016 – Maret 2018.

Tabel 2. Hasil Penjualan Benih UMKM Basori Usaha Pembenihan Ikan Lele UMKM Basori (Periode Bulan Agustus 2016 – Maret 2018)

Bulan	Kapasitas Penjualan (Rp)			Jumlah (Rp)
	Ukuran 3 cm	Ukuran 4 cm	Ukuran 5 cm	
Agustus - September 2016	11.200.000	4.500.000	2.880.000	18.580.000
Oktober - November 2016	10.500.000	4.720.000	3.000.000	18.220.000
Desember 2016 - Januari 2017	10.560.000	4.800.000	3.200.000	18.560.000
Febuari - Maret 2017	10.680.000	5.120.000	3.400.000	19.200.000
April - Mei 2017	11.480.000	4.860.000	3.120.000	19.460.000
Juni - Juli 2017	11.690.000	5.130.000	3.360.000	20.180.000
Agustus - September 2017	11.830.000	5.310.000	3.000.000	20.140.000
Oktober - November 2017	10.920.000	5.600.000	3.000.000	19.520.000
Desember 2017 - Januari 2018	11.400.000	5.680.000	2.900.000	19.980.000
Febuari - Maret 2018	11.580.000	5.760.000	2.800.000	20.140.000
Total (Rp)				193.980.000

Hasil penjualan pada UMKM Basori pada bulan Agustus 2016 hingga Maret 2018 tidak banyak perubahan atau stabil, hal ini dapat dilihat pada Tabel 2. Penjualan terendah terjadi pada bulan Oktober – November 2016 yaitu sebesar Rp 18.220.000 dan untuk penjualan tertinggi terjadi pada bulan Juni – Juli 2018 yaitu sebesar Rp 20.180.000. Penjualan terendah terjadi karena harga benih turun atau kembali normal setelah terjadi kenaikan harga akibat terjadinya kelangkaan benih. Sedangkan penjualan tertinggi terjadi dikarenakan pada bulan Mei samapai Agustus sering terjadi kelangkaan benih yang menyebabkan harga benih naik.

Biaya-biaya pada UMKM Basori (Agustus 2016 sampai Maret 2018)

Biaya-biaya yang digunakan dalam memproduksi suatu produk dapat dikelompokkan menurut sifat penggunaannya, yaitu biaya tetap dan biaya variabel.. Besarnya biaya produksi tersebut dapat dilihat pada Tabel 3.

Pada Tabel 3 memperlihatkan biaya yang dikeluarkan oleh UMKM Basori setiap periode panen selama bulan Agustus 2016 sampai Maret 2018. Setiap periode, UMKM Basori mengeluarkan

biaya lebih dari enam juta rupiah untuk biaya variabel dan biaya tetap. Komponen biaya terendah pada biaya tetap terdapat pada biaya PBB. Sedangkan, biaya tertinggi terdapat pada biaya upah karyawan. Pada biaya variabel, komponen biaya terendah terdapat pada biaya isi ulang oksigen. Sedangkan biaya tertinggi terdapat pada biaya pakan.

Tabel 3. Biaya Produksi UMKM Basori Periode Agustus 2016 sampai Maret 2018

Biaya Produksi UMKM Basori Bulan	Total Biaya (TC) (Rp)
Agustus - September 2016	6.578.656
Oktober - November 2016	6.678.656
Desember 2016 - Januari 2017	6.498.656
Febuari - Maret 2017	6.583.656
April - Mei 2017	6.498.656
Juni - Juli 2017	6.573.656
Agustus - September 2017	6.593.656
Oktober - November 2017	6.603.656
Desember 2017 - Januari 2018	6.518.656
Febuari - Maret 2018	6.473.656

Laba UMKM Basori (Agustus 2016 – Maret 2018)

Laba UMKM Basori merupakan perolehan dari selisih total penjualan produk dengan biaya operasional produknya. Besarnya laba usaha tersebut dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Laba UMKM Basori (Agustus 2016 – Maret 2018)

Bulan	Total Penjualan (Rp)	Total Biaya (Rp)	Laba (Rp)
Agustus - September 2016	18.580.000	6.578.656	12.001.344
Oktober - November 2016	18.220.000	6.678.656	11.541.344
Desember 2016 - Januari 2017	18.560.000	6.498.656	12.061.344
Febuari - Maret 2017	19.200.000	6.583.656	12.616.344
April - Mei 2017	19.460.000	6.498.656	12.961.344
Juni - Juli 2017	20.180.000	6.573.656	13.606.344
Agustus - September 2017	20.140.000	6.593.656	13.546.344
Oktober - November 2017	19.520.000	6.603.656	12.916.344
Desember 2017 - Januari 2018	19.980.000	6.518.656	13.461.344
Febuari - Maret 2018	20.140.000	6.473.656	13.666.344
Total			**128.378.444**

Pada Tabel 4 menunjukkan laba tertinggi yang diperoleh usaha ini terjadi pada bulan Febuari - Maret 2018 yaitu sebesar Rp 13.666.344, sedangkan laba terendah diperoleh pada bulan Oktober - November 2016 yaitu sebesar Rp 11.541.344. Laba tertinggi yang terjadi pada bulan Febuari - Maret 2018 disebabkan oleh kuantitas produksi benih yang terus meningkat setiap periodenya dengan harga jual yang normal. Sedangkan laba terendah yang terjadi pada bulan Oktober - November 2016 disebabkan oleh kuantitas produksi benih yang masih sedikit dibandingkan kuantitas produksi benih pada periode-periode berikutnya. Selain itu, besarnya laba pada usaha ini pun juga dipengaruhi oleh faktor fluktuatifnya biaya variabel pada produk.

Analisis Margin Kontribusi UMKM basori (Agustus 2016 – Maret 2018)

Margin kontribusi adalah besarnya hasil penjualan dikurangi biaya variabel untuk menutup biaya tetap secara keseluruhan dan sisanya merupakan laba. Analisis margin kontribusi pada UMKM Basori dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Analisis Margin Kontribusi pada UMKM Basori

Bulan	Margin Kontribusi (Rp)
Agustus - September 2016	16.230.000
Oktober - November 2016	15.770.000
Desember 2016 - Januari 2017	16.290.000
Febuari - Maret 2017	16.845.000
April - Mei 2017	17.190.000
Juni - Juli 2017	17.835.000
Agustus - September 2017	17.775.000
Oktober - November 2017	17.145.000
Desember 2017 - Januari 2018	17.690.000
Febuari - Maret 2018	17.895.000

Pada Tabel 5 menunjukkan besarnya margin kontribusi pada produk UMKM Basori cukup stabil. Margin kontribusi terbesar dicapai pada bulan Febuari - Maret 2018 dan terkecil dicapai pada bulan Oktober - November 2016. Margin kontribusi pada bulan Febuari - Maret 2018 sebanyak Rp 17.895.000, yang meningkat sebesar 12% dan margin kontribusi pada bulan Oktober - November 2016 sebanyak Rp 15.770.000 yang menurun sebesar 27%. Nilai margin kontribusi UMKM Basori periode Agustus 2016 – Maret 2018 seluruhnya lebih besar dari biaya tetap (CM>CF) dimana perusahaan akan mendapatkan laba.

Analisis *Break Event Point* (BEP) UMKM Basori (Agustus 2016 – Maret 2018)

Break even point adalah titik di mana total pendapatan sama dengan total biaya dan titik di mana laba sama dengan nol. Analisis *break even point* pada usaha ini dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Analisis *Break Even Point* UMKM Basori

Bulan	BEP Sales Total (Rp)	BEP Unit Total (Ekor)
Agustus - September 2016	4.840.938	60.968
Oktober - November 2016	4.885.612	70.790
Desember 2016 - Januari 2017	4.817.916	69.569
Febuari - Maret 2017	4.819.839	69.285
April - Mei 2017	4.787.064	60.023
Juni - Juli 2017	4.784.652	59.749
Agustus - September 2017	4.791.287	60.188
Oktober - November 2017	4.814.427	69.553
Desember 2017 - Januari 2018	4.776.062	69.322
Febuari - Maret 2018	4.759.157	69.237

Sumber: Data Diolah, 2018.

Pada Tabel 6 menunjukkan besarnya *break even point* produk UMKM Basori yang cukup stabil. *Break even point tertinggi* dicapai pada bulan Oktober - November 2016 yaitu sebesar Rp 4.885.612 untuk BEP Sales dan untuk BEP Unit sebanyak 70.790 ekor benih, sedangkan *break even point* terkecil dicapai pada bulann Juni - Juli 2017 yaitu sebesar Rp 4.784.652 untuk BEP Sales dan untuk BEP Unit sebanyak 59.749. Tabel 6 menunjukkan pula bahwa pada periode bulan Agustus 2016 – Maret 2018, UMKM Basori telah mencapai titik impasnya sehingga penerimaan lebih besar dari BEP sales dan unit produk yang dihasilkan lebih tinggi dibandingkan BEP unit.

Analisis *Margin of Safety* UMKM Basori (Agustus 2016 – Maret 2018)

Analisis *margin of safety* dapat menunjukkan seberapa banyak penjualan sesungguhnya di atas penjualan *break even point* yang boleh turun sebelum perusahaan mengalami kerugian serta risiko bisnis. Analisis *margin of safety* UMKM Basori dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Analisis *margin of safety* UMKM Basori

Bulan	*Margin of Safety* (Rp)	Rasio *Margin of Safety (%)*
Agustus - September 2016	13.739.062	74
Oktober - November 2016	13.334.388	73
Desember 2016 - Januari 2017	13.742.084	74
Febuari - Maret 2017	14.380.161	75
April - Mei 2017	14.672.936	75
Juni - Juli 2017	15.395.348	76
Agustus - September 2017	15.348.713	76
Oktober - November 2017	14.705.573	75
Desember 2017 - Januari 2018	15.203.938	76
Febuari - Maret 2018	15.380.843	76

Sumber: Data Diolah, 2018.

Margin of safety diperoleh dari selisih total penjualan dengan penjualan saat *break even point.* Analisis *margin of safety* UMKM Basori tertinggi dicapai pada bulan Juni - Juli 2017 sebesar Rp 15.395.348, sedangkan *margin of safety* terendah dicapai pada bulan Oktober - November 2016 sebesar Rp 13.334.388. Risiko kerugian UMKM Basori cukup kecil karena rata-rata nilai *margin of safety ratio* sebesar 75,18%. Semakin kecil nilai *margin of safety ratio* dalam suatu usaha, maka semakin besar risikonya untuk mengalami kerugian. Margin pengaman mengindikasikan berapa banyak penjualan dapat turun dari angka penjualan yang dipilih sebelum perusahaan mencapai titik impas (Carter, 2009). Semakin tinggi nilai margin pengaman, maka semakin rendah risiko perusahaan mengalami kerugian (Dua *et al.,* 2015).

Perencanaan Penjualan dan Laba UMKM Basori

Melihat hasil analisis laba UMKM Basori yang cenderung menurun pada periode yang akan datang, maka sangat diperlukan strategi untuk mencegah penurunan laba tersebut. Analisis CVP merupakan salah satu alat bantu dalam perencanaan strategis. UMKM Basori ini menginginkan agar dalam periode berikutnya dapat terjadi peningkatan perolehan laba, namun tidak menentukan seberapa besar target peningkatan laba tersebut. Pada analisis ini diasumsikan target laba yang ingin dicapai pada periode berikutnya yaitu periode bulan April – Mei 2018 adalah sebesar 10%. Data yang digunakan dalam perhitungan target laba ini adalah data yang diperoleh pada periode bulan Febuari – Maret 2018 dengan asumsi keadaan pada periode berikutnya akan sama, baik penjualan ataupun proses produksi sehingga relevan untuk diterapkan.

Jika pada periode berikutnya diinginkan peningkatan laba sebesar 10% maka target laba yang harus dicapai dapat adalah Rp 15.032.979. Setelah diketahui besarnya laba yang harus diperoleh agar dapat memenuhi target peningkatan laba, maka tahap selanjutnya adalah menghitung besarnya marjin kontribusi dan marjin kontribusi per unit. Marjin kontribusi diperoleh usaha pembenihan UMKM Basori untuk produk untuk periode Febuari – Maret 2018 adalah Rp 17.895.000

(Tabel 5). Setelah diketahui marjin kontribusi yaitu sebesar Rp 17.895.000, maka dapat dihitung marjin kontribusi per unitnya. Marjin kontribusi per unit adalah marjin kontribusi dibagi jumlah unit yang dijual. Besarnya marjin kontribusi per unit untuk benih ikan lele pada UMKM Basori pada periode Febuari – Maret 2018 adalah Rp 61/ Unit. Sehingga kuantitas penjualan yang harus dicapai untuk memenuhi target laba sebesar 10% adalah sebesar 315.765 Ekor. Besarnya kombinasi kuantitas dari benih ukuran 3 cm, benih ukuran 4 cm dan benih ukuran 5 cm dapat ditentukan dengan terlebih dahulu menghitung perbandingan jumlah unit (*sales mix*) dari tiap produk.

Hasil perhitungan *sales mix* menunjukkan bahwa persentase dari benih ukuran 3 cm adalah 66%, benih ukuran 4 cm adalah 24% dan benih ukuran 5 cm adalah 10%. Maka besarnya kuantitas dari benih ukuran 3 cm, benih ukuran 4 cm dan benih ukuran 5 cm agar dapat mencapai peningkatan laba sebesar 10% adalah untuk benih ukuran 3 cm adalah sebanyak 208.404 Ekor, benih ukuran 4 cm sebanyak 75.784 Ekor dan 31.577 Ekor untuk benih ukuran 5 cm.

Analisis *Cost Volume Profit*

Berdasarkan perencanaan penjualan dan laba UMKM Basori telah dilakukan sebelumnya dapat diketahui seberapa besar volume penjualan yang harus dicapai untuk masing-masing produk yang diproduksi agar dapat mencapai target laba yang dinginkan. Volume penjualan adalah jumlah unit terjual suatu perusahaan (Dirhotsaha *et al.,* 2013). Pada analisis ini diasumsikan target laba yang ingin dicapai pada periode berikutnya yaitu periode bulan April – Mei 2018 adalah sebesar 10%. Hasil perencanaan penjualan dan laba UMKM Basori menunjukkan bahwa untuk mencapai target peningkatan laba sebesar 10% maka untuk periode berikutnya yaitu bulan April – Mei 2018 UMKM Basori harus memperoleh laba sebesar Rp 15.032.979. Target laba tersebut dinilai realistis dan dapat dicapai usaha kecil ini. Oleh karena itu agar target laba dapat dicapai, usaha ini harus membuat perencanaan strategis yang baik.

Berdasarkan hasil perencanaan penjualan dan laba UMKM Basori pada periode berikutnya (bulan April – Mei 2018) yaitu perolehan laba sebesar Rp 15.032.979 (peningkatan laba sebesar 10%) dengan harga jual dan biaya variabel sama dengan periode sebelumnya (bulan Febuari – Maret 2018) didapatkan perolehan laba yang belum mencapai target, oleh karena itu diperlukan alternatif starategi untuk mencapai target laba tersebut. Alternatif strategis yang dapat diterapkan antara lain sebagai berikut:

a. Menaikkan volume penjualan sebesar 2%
b. Menurunkan biaya variabel per unit sebanyak 5%
c. Menaikkan volume penjualan sebesar 2% serta menurunkan biaya variabel per unit sebanyak 5%

Berdasarkan ketiga alternatif strategi tersebut akan dilakukan analisis CVP. Dalam melakukan analisis CVP untuk ketiga alternatif strategi tersebut, anggaran biaya dan penjualan untuk periode bulan April – Mei 2018 diasumsikan sama dengan periode sebelumya yaitu bulan Febuari – Maret 2018. Hasil analisis CVP dari kedua alternatif strategi tersebut ditampilkan pada Tabel 12.

Tabel 12. Analisis CVP pada UMKM Basori

Jenis Produk	Penjualan (Rp)		Alternatif strategi		
			volume penjualan naik 2%(Rp)	biaya variabel per unit turun 5%(Rp)	volume penjualan naik 2% dan biaya variabel per unit turun 5%(Rp)
PENJUALAN	(P X Q)				
Benih ukuran 3 cm	Rp 60 x 193.000 Ekor	11.580.000	11.811.600	11.580.000	11.811.600
Benih ukuran 4 cm	Rp 80 x 72.000 Ekor	5.760.000	5.875.200	5.760.000	5.875.200
Benih ukuran 5 cm	Rp 100 x 28.000 Ekor	2.800.000	2.856.000	2.800.000	2.856.000
Total Penjualan		**20.140.000**	**20.542.800**	**20.140.000**	**20.542.800**
Biaya Variabel					
Benih ukuran 3 cm	Rp 0,66 x193.000 Ekor	193.380	897.682	836.076	916.750
Benih ukuran 4 cm	Rp 0,24 x 72.000 Ekor	70.320	163.185	151.986	136.800
Benih ukuran 5 cm	Rp 0,1 x 28.000 Ekor	29.300	30.636	28.534	26.600
Total Biaya Variabel		**293.000**	**1.091.503**	**1.016.596**	**1.080.150**
CM		19.847.000	19.451.298	19.123.405	19.462.650
Biaya Tetap		4.228.656	4.228.656	4.228.656	4.228.656
Laba		**15.618.344**	**15.222.642**	**14.894.749**	**15.233.994**
BEP		**4.291.083**	**4.465.945**	**4.453.450**	**4.463.340**

Sumber: Data Diolah, 2018.

Tabel 12 telah menunjukkan alternatif CVP yang dipilih akan menghasilkan perolehan laba dan kondisi *break even point* yang berbeda-beda. Hasil olahan ketiga alternatif tersebut adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan volume penjualan produk sebesar 2%, sedangkan biaya variabel terpilih tetap dan harga jual tetap. Alternatif pertama diharapkan dapat memperoleh laba yang maksimal dengan meningkatkan volume penjualan produk sebesar 2%. Peningkatan volume produk pun masih rasional karena memperhitungkan perkembangan kuantitas produk yang dibeli pelanggan selama periode yang ada dan peramalan pada periode berikutnya. Alternatif CVP ini menghasilkan perolehan laba sebesar Rp 15.222.642 dengan kondisi BEP pada Rp 4.465.945. Alternatif ini menghasilkan laba yang telah memenuhi target laba yang diinginkan yaitu sebesar Rp 15.032.979, akan tetapi menghasilkan kondisi BEP yang lebih tinggi daripada alternatif lainnya.
2. Mengurangi biaya variabel terpilih sebesar 5%, sedangkan volume penjualan produk dan harga jual tetap. Alternatif ini melakukan pengurangan pada biaya pemasaran dan biaya kualitas yang termasuk dalam biaya variabel UMKM Basori. Berdasarkan simulasi alternatif pertama ini, perolehan laba yang dihasilkan adalah Rp 14.894.749, dengan kondisi BEP pada Rp 4.453.450. Berdasarkan hasil tersebut, laba yang dihasilkan belum memenuhi target laba yang diinginkan yaitu sebesar Rp 15.032.979 meskipun alternatif ini menghasilkan kondisi BEP yang lebih rendah dari alternatif yang pertama, sehingga alternatif ini masih kurang baik.
3. Meningkatkan volume penjualan produk harian sebesar 2%, mengurangi biaya variabel terpilih 5%, dan harga jual tetap. Alternatif CVP ini merupakan simulasi kombinasi dari altenatif pertama dan kedua. Berdasarkan analisis yang dilakukan, laba yang dihasilkan adalah Rp 15.233.994, dengan kondisi BEP pada Rp 4.463.340. Alternatif ini merupakan pilihan yang terbaik karena

menghasilkan perolehan laba yang tertinggi dari semua alternatif dengan kondisi BEP yang terendah pula. Hal ini mengindikasikan bahwa UMKM Basori sangat potensial untuk meningkatkan volume penjualan produknya, namun tetap memperhatikan pengeluaran biaya operasionalnya.

Implikasi Manajerial

Hasil dari analisis CVP untuk ketiga strategi merekomendasikan UMKM Basori untuk melakukan strategi peningkatkan volume penjualan produk harian sebesar 2% serta pengurangan biaya variabel terpilih 5% dengan asumsi bahwa hasil analisis CVP tersebut relevan untuk diterapkan. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan di tempat ini. Menurut Widyawati *et., al* (2017) dalam penelitiannya yang dilakukan di UMKM Basori tentang analis kinerja usaha menggunakan *Balanced Scorcard* (BSC) menyatakan bahwa UMKM Basori dalam strategi perspektif keuangan perlu meningkatkan laba bersih dengan investasi produktif (penambahan kolam) dan untuk meminimalkan biaya.

Penambahan volume penjualan dapat dilakukan dengan penambahan produksi benih dengan bertambahnya produksi benih maka UMKM Basori perlu melakukan penambahan kolam. Sedangkan untuk strategi meminimalkan biaya variabel dapat dilakukan dengan meminimalkan biaya pada pakan indukan berupa pemberian pakan alternatif. Melalui alternatif strategi tersebut diharapkan UMKM ini mampu memperoleh laba maksimal dengan nilai BEP yang rendah dan dapat terhindar dari risiko kerugian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Usaha pembenihan ikan lele UMKM Basori merupakan anggoata dari kelompok MULYOREJO I yang berada di Desa Maguan Kecamatan Ngajum Kabupaten Malang. Biaya operasional yang terjadi pada usaha pembenihan ikan lele UMKM Basori selama periode bulan Agustus 2016 – Maret 2018 adalah biaya variabel dan biaya tetap. Biaya tertinggi yang dikeluarkan UMKM Basori terjadi pada periode bulan Oktober – November 2016 yaitu sebesar RP 6.678.656 dan biaya terendah yang dikeluarkan UMKM Basori terjadi pada periode bulan Febuari – Maret 2018 yaitu sebesar Rp 6.473.656. Sedangkan penjualan dari benih ikan lele yang terjadi pada periode bulan Agustus 2016 – Maret 2018 pada UMKM Basori memiliki pola yang cukup stabil. Rata-rata volume penjualan benih usaha ini sebesar 265.600 ekor benih. Volume penjualan benih tertinggi adalah 293.000 ekor benih pada periode bulan Febuari – Maret 2018, sedangkan volume penjualan benih terendah adalah 234.000 ekor benih pada periode bulan Agustus – September 2016 dengan hasil penjualan terendah terjadi pada bulan Oktober – November 2016 yaitu sebesar Rp 18.220.000 dan untuk penjualan tertinggi terjadi pada bulan Juni – Juli 2018 yaitu sebesar Rp 20.180.000. Dan untuk perolehan laba pada UMKM Basori, perolehan laba tertinggi berada dalam periode Febuari – Maret 2018 yaitu sebesar Rp 13.666.344 dan terendah pada periode bulan Oktober – November 2016 yaitu Rp 11.541.344.

Mencapai titik impas penjualan yang harus dicapai saat keadaan produksi normal adalah berkisar Rp 4.807.695. Sementara itu dalam bentuk jumlah unit (Ekor) yang harus dicapai agar berada dalam posisi titik impas yaitu pada 65.868 Ekor. Melihat dari hasil analisis biaya, volume produksi dan laba pada UMKM Basori perlu dilakukan perencanaan strategis untuk mencegah penurunan laba. UMKM Basori menginginkan agar dalam periode berikutnya dapat terjadi peningkatan laba, namun tidak menentukan seberapa besar target peningkatan laba tersebut. Oleh sebab itu, pada analisis ini diasumsikan target laba yang ingin dicapai periode berikutnya yaitu periode bulan April – Maret 2018 adalah sebesar 10%. Analisis CVP dilakukan agar pada periode berikutnya usaha pembenihan ikan lele UMKM Basori ini terhindar dari kerugian dan dapat mencapai target peningkatan laba yang telah ditetapkan dengan menerapkan alternatif strategi peningkatkan volume penjualan produk sebesar 2% serta pengurangan biaya variabel terpilih sebesar 5% yang akan menghasilkan laba sebesar Rp 115.233.994 dengan kondisi BEP pada Rp 4.463.340.

Saran

UMKM Basori hendaknya lebih memperhatikan tentang perencanaan dalam menjalankan usahanya, baik yang menyangkut perencanaan harga maupun biaya-biaya yang dikeluarkan karena kedua hal tersebut berpengaruh langsung terhadap pencapaian laba usaha. Oleh karena itu, UMKM Basori sebaiknya menggunakan analisis *cost volume profit* untuk mencapai target laba yang ditetapkan. Dengan demikian, UMKM mengetahui kuantitas yang harus terjual untuk memperoleh laba. Pemerintah dan instansi yang terkait, supaya lebih meningkatkan perannya terhadap usaha kecil ataupun menengah, melalui penyediaan dan pengembangan sarana prasarana produksi perikanan budidaya khususnya dibidang pembenihan. Dan peneliti atau akademisi supaya melakukan penelitian lebih lanjut menggunakan metode peramalan yang lainnya selain metode analisi tren terhadap peramalan produksi benih pada UMKM Basori ataupun pada UMKM lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Arizal, M. F., M. Dzulkirom AR. dan S. M. Rahayu. 2014. Analis cost volume profit sebagai dasar perencanaan penetapan harga jual dan perencanaan laba yang diharapkan. *Jurnal Adminisitrasi* 13 (2): 1-8.

Dinas Perikanan Kabupaten Malang. 2017. Potensi Perikanan Budidaya.

Dirhotsaha, R.R.W., R.R. Hidayat., dan D.F. Azizah. 2013. Penerapan Cost, Volume, Profit Analysis Sebagai Alat Bantu Dalam Perencanaan Laba (Studi Pada Pt. Industri Kemasan Semen Gresik). Jurnal Administrasi Bisnis 6(2):1-11.

Dua, M. D., S.M. Rahayu., dan Zahroh. 2015. Penerapan *Cost Volume Profit Analysis* sebagai Dasar Perencanaan Penjualan pada Tingkat Laba yang Diharapkan (Studi pada Perusahaan Paving Block CV ETERNA Mergosono Malang). Jurnal Administrasi Bisnis 27 (1):1-9.

Carter, W. K. 2009. Akuntansi Biaya. Edisi keempatbelas. Buku 2. Jakarta: Salemba Empat

Hansen, D. R. dan M. M. Mowen. 2005. Manajemen Account. Jilid Kedua. Salemba Empat. Jakarta.

Horngren, T. C., S.M. Datar dan G.Foster. 2008. Akuntansi Biaya Dengan Penekanan Manajerial). Erlangga. Jakarta.

Kementrian Kelautan dan Perikanan RI. 2015. Kelautan dan Perikanan dalam Angaka Tahaun 2015. 340 hlm.

KKP News. 2016. Tingkatkan Produksi Lele di Lahan Terbatas, KKP Kembangkan Metode Bioflok. Kementerian Kelautan dan Perikanan.

Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta. Bandung.

Utami, E. F. K., Dwiatmanto dan M. G. W. Endang NP. 2016. Analisis *Cost Volume Profit* sebagai perencanaan penjualan untuk mencapai laba yang diinginkan (studi pada pabrik gula Tjoekir, Jombang-Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 34(1).

Widyawati, N., A. Efani dan T. N. Utami. 2017. Evaluasi kerja usaha pembenihan ikan lele di desa Maguan, kecamatan Ngajum, kabupaten Malang. ECSOFiM: *Journal of Economic and Social of Fisheries and Marine*. 05(01).