



Analisis Cost-Volume-Profit Dalam Menentukan Harga Jual Pada Restoran Sushi Syakira Sekarteja

Nuro Sholihah^{1),a)}, Huzain Jailani^{2),b)}

^{1,2)}Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Hamzanwadi, Nusa Tenggara Barat, Indonesia

nurosholihah@hamzanwadi.ac.id^{a)}, huzainjailani.farabi@hamzanwadi.ac.id^{b)}

ABSTRACT

Sushi restaurants are part of the food and beverage industry that faces tough competition. Determination the right selling price is very important in maintaining the sustainability of sushi restaurants. Therefore, this research aims to analyze cost-volume-profit (CVP) in determining the selling price in Sushi Syakira Sekarteja restaurants. The case study method is used in this research, and historical data over the past few years is analyzed. CVP analysis is used to calculate the break-even point and profit at various sales levels and determine the optimal selling price in sushi restaurants. The results showed that CVP analysis is very useful in determining the right selling price in sushi restaurants. By using CVP analysis, sushi restaurants can optimize profits at various sales levels and determine the optimal selling price. This research can benefit for sushi restaurants in optimizing profits and maintaining business sustainability. In addition, this research can also make an important contribution to the food and beverage industry as a whole in obtaining information about the use of CVP analysis in sushi restaurants.

Keywords: cost-volume-profit analysis; selling price; sushi restaurant; profit optimization

ABSTRAK

Restoran sushi salah satu industri makanan dan minuman yang menghadapi persaingan yang ketat. Penentuan harga jual yang tepat sangat penting dalam menjaga keberlangsungan usaha pada restoran sushi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *cost-volume-profit* (CVP) dalam menentukan harga jual pada restoran Sushi Syakira Sekarteja. Metode studi kasus digunakan dalam penelitian ini dan data historis selama beberapa tahun terakhir dianalisis. Analisis CVP digunakan untuk menghitung titik impas dan laba pada berbagai tingkat penjualan serta menentukan harga jual yang optimal pada restoran sushi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis CVP sangat berguna dalam menjadikan harga jual yang tepat pada restoran sushi. Dengan menggunakan analisis CVP, restoran sushi dapat mengoptimalkan laba pada berbagai tingkat penjualan dan menentukan harga jual yang optimal. Riset ini sangat bermanfaat bagi restoran sushi dalam mengoptimalkan keuntungan dan menjaga keberlangsungan usaha. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi penting bagi industri makanan dan minuman secara keseluruhan dalam memperoleh informasi tentang penggunaan analisis CVP pada restoran sushi.

Kata kunci: Analisis *Cost-Volume-Profit*; Harga Jual; Restoran Sushi; Optimasi Laba

PENDAHULUAN

Industri makanan dan minuman yakni bagian industri yang sangat penting dalam perekonomian global (Andriani, Kurniawan, & Hartono, 2020). Persaingan yang ketat di dalam industri ini mendorong perusahaan-perusahaan di dalamnya untuk terus berinovasi dalam menawarkan produk dan pelayanan yang maksimal (Abdullah & Yusof, 2021). Salah satu bagian penting dalam menjaga keberlangsungan usaha di dalam industri makanan dan minuman adalah menentukan harga jual yang tepat.

Restoran sushi biasanya menyajikan berbagai macam hidangan sushi dan makanan Jepang lainnya. Meskipun populer, restoran sushi juga menghadapi persaingan yang ketat dari restoran-restoran lainnya. Salah satu hal penting dalam strategi bisnis restoran sushi adalah menentukan harga pasar atau jual yang tepat. Menetapkan harga jual yang tepat, sangat penting dalam menjaga keberlangsungan usaha restoran sushi. Jika Harga yang ditawarkan terlalu mahal dapat membuat pembeli beralih ke restoran lain yang harga nya lebih terjangkau, sedangkan harga jual yang terlalu rendah dapat merugikan keuntungan restoran dan bahkan dapat merusak citra merek restoran sushi. Oleh karena itu, menetapkan harga jual yang tepat penting sekali bagi restoran sushi dalam menjaga keberlangsungan usahanya. CVP merupakan alat analisis keuangan yang dapat membantu dalam menghitung titik impas dan laba pada berbagai tingkat penjualan, serta menentukan harga jual yang optimal (Horngren, 2018).

Analisis CVP yakni alat analisis yang berguna dalam menentukan harga jual pada restoran sushi. Dengan menggunakan analisis CVP, restoran sushi dapat menghitung titik impas dan laba pada berbagai tingkat penjualan serta menentukan harga jual yang optimal. Dengan mengetahui harga jual yang tepat, restoran sushi dapat mengoptimalkan laba dan menjaga keberlangsungan usaha.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi restoran sushi Syakira Sekarteja dalam mengoptimalkan keuntungan dan menjaga keberlangsungan usaha. Metode studi kasus digunakan dalam penelitian ini, dan data historis selama beberapa tahun terakhir akan dianalisis. Hasil riset ini dapat memberikan kontribusi bagi restoran sushi dalam menentukan harga jual yang tepat dan mengoptimalkan keuntungan serta menjaga keberlangsungan usaha. Selain itu, riset ini juga dapat memberikan manfaat dan kontribusi penting bagi industri makanan dan minuman secara keseluruhan dalam memperoleh informasi tentang penggunaan analisis CVP pada restoran sushi.

Teori Cost-Volume-Profit (CVP)

Menurut (Hilton, 2011), *Cost-Volume-Profit (CVP)* adalah suatu alat analisis keuangan yang digunakan oleh manajemen untuk memahami hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba perusahaan. CVP menganalisis bagaimana perubahan dalam volume penjualan dan biaya-biaya yang terkait akan memengaruhi laba perusahaan. Analisis CVP dapat memudahkan manajemen membuat keputusan tentang tingkat produksi, harga jual, dan volume penjualan yang optimal untuk mencapai tujuan keuntungan perusahaan.

Beberapa teknik analisis yang dapat digunakan dalam analisis CVP menurut (Horngren, Datar, & Foster, 2006) adalah:

- 1) *Contribution margin analysis*: Analisis ini digunakan untuk menghitung margin kontribusi dari setiap unit produk, yang merupakan selisih harga jual dan biaya variabel. Selanjutnya Margin dari kontribusi ini dapat digunakan untuk menghitung break-even point atau untuk membandingkan keuntungan dari produk yang berbeda.
 - 2) *Break-even analysis*: Teknik ini pakai untuk menghitung total penjualan yang dibutuhkan dalam mencapai titikimpas (break-even point) di mana total biaya bernilai sama dengan total pendapatan.
 - 3) *Margin of safety analysis*: Teknik ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh penjualan aktual dari titik impas, atau seberapa besar penurunan penjualan yang dapat ditangani sebelum laba menjadi negatif.
 - 4) *Sensitivity analysis*: Teknik ini digunakan untuk mengukur bagaimana perubahan dalam satu atau beberapa variabel (seperti harga, biaya variabel, atau volume penjualan) memengaruhi laba perusahaan.
1. Teori Harga Jual (*Pricing*)

Menurut (Koorag & Ilat, 2016), terdapat beberapa faktor factor yang dapat menentukan dan mempengaruhi penetapan harga jual pada industri makanan dan minuman, yaitu Biaya Produksi, Persaingan Pasar, Permintaan Pasar, Tujuan keuntungan, dan segmentasi pasar

Biaya produksi untuk produk makanan dan minuman dapat dibagi menjadi dua kategori utama yaitu Fix cost dan variabel cost. Biaya tetap atau fix cost adalah biaya yang tidak berubah meskipun volume produksi meningkat atau menurun, seperti sewa

gedung, biaya listrik, dan biaya gaji tetap. Sedangkan biaya variabel adalah biaya yang berubah seiring dengan volume produksi, seperti bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya pengemasan (Saputra & Putra, 2020). Oleh karena itu, biaya produksi harus dipertimbangkan secara cermat dalam menentukan harga jual.

(Budianto, 2018) menjelaskan bahwa persaingan pasar dalam industri makanan dan minuman sangat ketat dan beragam. Hal ini dapat mempengaruhi harga jual dan volume penjualan dari sebuah usaha makanan. Persaingan dapat berasal dari usaha makanan sejenis, seperti warung makan yang menawarkan menu yang serupa. Selain itu, persaingan juga dapat berasal dari jenis usaha makanan lain yang menawarkan produk yang sejenis atau memiliki kesamaan dalam target pasar.

Dalam industri makanan dan minuman, hal ini juga sangat penting karena tingkat permintaan pasar dapat mempengaruhi harga jual produk. Permintaan yang tinggi dapat mendukung harga jual yang lebih tinggi, sedangkan permintaan yang rendah dapat memaksa penurunan harga untuk mempertahankan pangsa pasar. Oleh karena itu, pemahaman tentang permintaan pasar sangat penting dalam menentukan strategi penetapan harga jual yang tepat untuk menjaga keberlangsungan usaha (Indah & Rofiaty, 2020).

Umumnya perusahaan pasti memiliki tujuan keuntungan. Oleh sebab itu, perusahaan senantiasa mempertimbangkan tujuan keuntungan dalam menentukan harga jual. Harga jual harus cukup tinggi untuk mencapai tujuan keuntungan, namun tetap dalam batas yang dapat diterima oleh pasar (Koorag & Ilat, 2016).

Segmentasi pasar pada industri makanan dan minuman adalah peristiwa membagi pasar menjadi beberapa kelompok yang lebih kecil berdasarkan jenis yang berbeda, seperti preferensi konsumen terhadap jenis makanan dan minuman, harga, dan lokasi. Hal ini membantu pelaku usaha makanan dan minuman untuk memahami kebutuhan konsumen dan menyesuaikan produk dan strategi pemasaran mereka agar lebih efektif dan efisien (Maarif & Hubeis, 2018).

2. Teori Biaya Produksi (*Cost Accounting*)

Menurut (Langfield-Smith, Thorne, & Hilton, 2018), biaya produksi adalah biaya yang timbul dalam proses pembuatan atau pengadaan barang atau jasa yang akan dijual. Biaya produksi dapat dibagi menjadi tiga kategori, yaitu bahan baku, tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik.

Biaya bahan baku merupakan biaya yang dikorbankan untuk membeli bahan baku yang digunakan dalam proses produksi. Biaya tenaga kerja langsung merupakan biaya yang terkait dengan orang yang bekerja langsung dan terlibat dalam proses produksi. Sedangkan overhead pabrik adalah biaya-biaya produksi lainnya yang tidak dapat diatribusikan secara langsung ke produk, seperti biaya listrik dan biaya sewa pabrik (Kimmel, Weygandt, & Kieso, 2010).

3. Teori Pengembangan Keputusan (*managerial decision making*)

(Kaplan & Norton, 2018) menyebutkan bahwa pengambilan keputusan dalam hal penentuan harga jual harus dilakukan secara strategis dengan mempertimbangkan tujuan jangka panjang perusahaan dan kepuasan pelanggan. Dalam pengambilan keputusan harga jual, manajer harus mempertimbangkan trade-off antara peningkatan laba dan volume penjualan, serta menentukan harga yang dapat diterima oleh pasar namun tetap menghasilkan laba yang memadai untuk perusahaan. Oleh karena itu, teori pengambilan keputusan memberikan landasan bagi manajer untuk mengambil keputusan harga jual yang tepat dengan mempertimbangkan faktor-faktor kunci dan tujuan perusahaan (Atkinson, Kaplan, Matsumura, & Young, 2018).

Kajian Riset Sebelumnya

Dalam penelitian (Adhie & Sukmajaya, 2020), hasil analisis CVP menunjukkan bahwa Restoran Praline & Oregano harus menjual sebanyak 1.329 menu per bulan atau sekitar 44 menu per hari untuk mencapai titik impas atau break even point. Jika Restoran Praline & Oregano ingin mencapai laba sebesar 20 juta rupiah per bulan, maka harus menjual sekitar 2.050 menu per bulan atau sekitar 68 menu per hari. Selain itu, analisis CVP juga menunjukkan bahwa Restoran Praline & Oregano perlu mempertimbangkan peningkatan efisiensi dan pengendalian biaya agar dapat meningkatkan profitabilitasnya.

Dari hasil analisis CVP pada penelitian (Hasanah & Daud, 2019), disimpulkan bahwa UMKM Dendeng Sapi di Banda Aceh memiliki titik impas sebesar Rp. 13.500. Dari hasil analisis CVP tersebut, UMKM Dendeng Sapi dapat menentukan margin keuntungan dengan melihat hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, volume penjualan, dan harga jual. Selain itu, UMKM Dendeng Sapi dapat menentukan titik impas dan margin keamanan yang dibutuhkan untuk mencapai target laba yang diinginkan. Hal ini dapat membantu UMKM Dendeng Sapi dalam mengambil keputusan strategis untuk mencapai target laba yang diinginkan.

(Rahayu & Istikhoroh, 2014) SP Rahayu dan S Istikhoroh pada tahun 2014, mereka menganalisis penggunaan CVP dalam merealisasikan perencanaan laba di home industri minuman tradisional "Ning's". Hasil analisis menunjukkan bahwa dengan menggunakan analisis CVP, pengusaha dapat menentukan harga jual yang optimal untuk mencapai target laba yang diinginkan. Selain itu, analisis CVP juga membantu pengusaha dalam menentukan tingkat produksi yang tepat untuk mencapai titik impas (break-even point) dan memaksimalkan laba. Dengan demikian, penggunaan analisis CVP di home industri dapat membantu pengusaha dalam mengambil keputusan yang lebih tepat terkait dengan penentuan harga jual dan perencanaan laba.

METODE PENELITIAN

Studi kasus diterapkan dalam penelitian ini dengan pendekatan kualitatif dan pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara, dan dokumentasi internal restoran sushi. Dalam konteks menentukan harga jual yang tepat untuk restoran sushi, observasi langsung dapat dilakukan dengan mengamati harga yang ditawarkan oleh restoran sushi lain di daerah yang sama. Anda dapat mengunjungi restoran sushi tersebut secara langsung untuk melihat daftar menu mereka dan mencatat harga yang mereka kenakan untuk hidangan-hidangan tertentu. Hal ini dapat memberikan gambaran tentang harga pasar yang sedang berlaku dan memungkinkan Anda untuk membandingkannya dengan harga yang akan Anda tetapkan.

Lokasi yang dipilih adalah restoran sushi Syakira yang berada di Jl. Cut Nyak Dien Pancor Sanggeng Gang Pendidikan RT. 11, kelurahan Sekarteja, kecamatan Selong, Kabupaten Lombok Timur, Provinsi NTB. Pemilihan Restoran Sushi Syakira di Sekarteja sebagai lokasi penelitian didasarkan pada beberapa alasan yakni Lokasi strategis, jenis restoran yang sesuai, dan aksesibilitas data.

Teknik pengumpulan data ini dipilih untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan memiliki keakuratan dan kebenaran yang tinggi. Variabel penelitian yang akan diukur adalah biaya, volume penjualan, dan laba. Ketiga variabel ini akan dianalisis untuk mengidentifikasi hubungan antara biaya dan volume penjualan dengan laba restoran sushi. Instrumen pengumpulan data yang akan digunakan adalah kuesioner dan daftar periksa, serta lembar kerja untuk mengumpulkan data biaya dan volume penjualan. Instrumen-instrumen ini didesain untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan memiliki keakuratan dan kebenaran yang tinggi.

Teknik analisis data yang digunakan dengan 1) Mengumpulkan bukti empiris yang bersumber dari perusahaan. 2). Menganalisis data berupa: analisis contribution margin, analisis break event point, dan analisis margin of safety, dan analisis Sensitivitas.

Analisis Kontribusi Margin (CM)

Teknik ini digunakan untuk menghitung margin kontribusi yang dihasilkan oleh setiap unit sushi yang dijual. Margin kontribusi merupakan selisih antara harga jual dan biaya variabel per unit sushi. Dalam analisis CM, restoran sushi dapat menghitung margin kontribusi untuk setiap jenis sushi yang dijual dan menentukan jenis sushi yang paling menguntungkan.

$$CM = \text{Harga jual per porsi} - \text{Biaya variabel per porsi}$$

$$CMR = \frac{\text{Total CM}}{\text{Total Penjualan}} \times 100\%$$

Analisis Break-Even Point (BEP)

Teknik ini digunakan untuk menentukan titik impas atau break-even point pada volume penjualan tertentu. Dengan mengetahui titik impas, restoran sushi dapat menentukan volume penjualan minimum yang harus dicapai untuk mencapai keuntungan nol atau titik impas. Analisis BEP dapat membantu restoran sushi dalam mengambil keputusan terkait volume penjualan yang perlu dicapai untuk mencapai keuntungan yang diinginkan.

Yang digunakan untuk menganalisisnya yakni:

$$BEP (\text{Porsi}) = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Total CM}}$$

Analisis Margin of Safety (MOS)

Teknik ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh volume penjualan aktual melebihi titik impas. Dalam analisis MOS, restoran sushi dapat menentukan berapa persen volume penjualan di atas titik impas yang dibutuhkan untuk mencapai tingkat keuntungan yang diinginkan. Dengan mengetahui MOS, restoran sushi dapat mengetahui seberapa aman atau riskan keadaan finansialnya.

$$MOS = \text{Total Penjualan} - \text{Penjualan Impas Margin}$$

$$MOS \text{ Ratio} = \frac{\text{Margin of Safety}}{\text{Total Penjualan}} \times 100\%$$

Analisis Sensitivitas

Untuk melakukan analisis sensitivitas, kita perlu mempertimbangkan perubahan dalam satu atau beberapa variabel dan dampaknya terhadap laba restoran sushi. Teknik ini digunakan untuk mengukur seberapa sensitifnya laba restoran sushi terhadap perubahan harga jual sushi. Dalam analisis sensitivitas, restoran sushi dapat melakukan simulasi terhadap skenario perubahan Harga Jual sushi, volume penjualan atau biaya produksi untuk mengetahui dampaknya terhadap laba restoran. Dengan mengetahui sensitivitas laba, restoran sushi dapat mengambil keputusan yang lebih baik terkait pengelolaan biaya produksi dan strategi pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

A. Gambaran Umum Restoran

Dari hasil wawancara dengan pemilik restoran sushi syakira, usaha ini dimulai saat bazar ramadhan di Islamic Center Mataram pada tahun 2015, dan menjalankan usaha sushi nya secara bertahap mulai hanya menjualnya di setiap hari minggu saja saat CFD Udayana. Setelah sekian tahun kemudian, pada tahun 2020 usaha sushi ini pindah lokasi ke Sanggeng, kelurahan Sekarteja. Masih dijalankan sekali seminggu yaitu pada CFD Taman Selong.

Sejak tahun 2022 pemilik membuka Restorannya di halaman rumahnya yang memiliki lokasi yang strategis dengan target pasar adalah para mahasiswa dan dengan akses yang dekat dari pusat kota, area kampus, dan lokasi yang strategis lainnya. Restoran sushi syakira memiliki desain yang minimalis dan modern, dengan penggunaan warna-warna netral seperti putih, hitam, dan abu-abu. Restoran juga biasanya dilengkapi dengan dekorasi Jepang seperti lukisan, bonsai, dan kaligrafi.

Restoran sushi syakira menyajikan berbagai jenis sushi dan makanan Jepang lainnya seperti sushi nasi uduk, sushi nasi kuning, sushi goreng, onigiri, Tamagoyaki, chicken pop teriyaki, dan Dorayaki. Proses pemesanan dan pengiriman sushi, yaitu pelanggan memesan langsung di kasir, atau bisa juga memesan makanan melalui link toko online. Kadang juga menawarkan pengiriman makanan ke rumah atau kantor pelanggan. Sistem pembayaran pada Restoran sushi syakira yaitu membayar dengan tunai atau kartu kredit. Sistem cashless lainnya yaitu menggunakan QRIS yang terhubung dengan akun bank tertentu.

Restoran biasanya memberikan layanan yang ramah dan cepat kepada pelanggan. Pelayan restoran juga memberikan rekomendasi tentang menu makanan atau membantu pelanggan dalam memesan makanan. Untuk jam operasional restoran sushi biasanya buka dari sore hingga malam hari. Dalam beberapa event restoran kadang buka selama 24 jam.

B. Perhitungan Laba

Tujuan dari perhitungan laba adalah untuk mengevaluasi kinerja keuangan suatu bisnis dan menentukan apakah bisnis tersebut menghasilkan laba atau mengalami kerugian. Dalam hal ini, perhitungan laba pada restoran Sushi Syakira bertujuan untuk menilai sejauh mana restoran tersebut berhasil mencapai target laba yang diinginkan.

$$\begin{aligned}\text{Laba bersih tahun 2022} &= \text{Total Penjualan} - \text{Biaya Operasional} \\ &= \text{Rp } 78.214.286 - \text{Rp } 56.270.000 = \text{Rp } 21.944.286\end{aligned}$$

Berdasarkan informasi restoran, Laba bersih yang diperoleh pada tahun 2022 sebesar Rp 21.944.286. Jika diketahui harga jual per satuan sushi sebesar Rp 20.000, maka dapat dihitung jumlah porsi yang terjual sepanjang tahun 2022 adalah $\frac{\text{Rp } 78.214.286}{\text{Rp } 20.000} = \pm 3.911$ porsi.

Dengan mengetahui bahwa keuntungan bersih yang diperoleh restoran pada tahun 2022 sebesar Rp 21.944.286 dan harga jual per satuan sushi adalah Rp 20.000, kita dapat melakukan perhitungan sederhana untuk menentukan jumlah porsi yang terjual sepanjang tahun tersebut. Dalam hal ini, jumlah porsi yang terjual adalah 3.911 porsi.

Kesimpulan dari perhitungan tersebut adalah restoran Sushi Syakira berhasil mencapai laba bersih sebesar Rp 21.944.286 pada tahun 2022 dengan menjual sebanyak 3.911 porsi sushi. Hal ini menunjukkan bahwa restoran telah berhasil mencapai tujuan keuangan dengan menghasilkan laba yang menguntungkan.

C. Analisis biaya

Pada Restoran Sushi Syakira, biaya tetap yang tercatat sebesar Rp 17.160.000 per tahun ini mencakup biaya-biaya seperti gaji karyawan, biaya listrik, biaya perawatan dan pemeliharaan, dan biaya promosi dan iklan tetap. Jumlah biaya tetap ini tidak tergantung pada jumlah porsi sushi yang terjual.

Dalam kasus Restoran Sushi Syakira, biaya variabel terdiri dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, biaya *packing* kemasan, biaya bahan penolong, dan biaya overhead yang terkait langsung dengan produksi sushi. Total biaya variabel yang

tercatat adalah Rp 56.270.000 per tahun. Namun, untuk menghitung biaya variabel per satuan porsi sushi, biaya tetap (sebesar Rp 17.160.000) dikurangkan dari total biaya variabel, sehingga didapatkan biaya variabel per satuan porsi sushi sebesar Rp 10.000.

D. Analisis Kontribusi Margin (CM)

Untuk Menganalisisnya berikut Perhitungannya:

$$\text{CM} = \text{Harga jual per porsi} - \text{Biaya variabel per porsi}$$

$$\text{CM} = (\text{Rp } 20.000 - \text{Rp } 10.000) \times 3.911 \text{ porsi/tahun}$$

$$\text{CM} = \text{Rp } 39.110.000$$

Selanjutnya, untuk menghitung formulasi Contribution Margin Ratio dalam mengetahui besarnya kontribusi laba perusahaan, menggunakan formulasi berikut:

$$\text{CMR} = \frac{\text{Total CM}}{\text{Total Penjualan}} \times 100\%$$

$$\text{CMR} = \frac{\text{Rp } 39.110.000}{\text{Rp } 78.214.286} \times 100\%$$

$$\text{CMR} = 50\%$$

Berdasarkan hasil diatas, perusahaan memiliki, margin kontribusi keseluruhan sebesar Rp 39.110.000 atau sebesar 50% dari penjualan. Hal ini mengindikasikan kegiatan penjualan di restoran sushi syakira periode tahun 2022 memiliki kontribusi yang relatif cukup besar terhadap laba usaha.

E. Analisis Break Event Point (BEP)

Langkah dalam menghitungnya yakni

$$\text{BEP (dalam Porsi)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{CM/porsi}}$$

$$\text{BEP (dalam Porsi)} = \frac{\text{Rp } 17.160.000}{\text{Rp } 10.000}$$

$$\text{BEP (dalam Porsi)} = 1.716 \text{ Porsi}$$

$$\text{BEP (dalam Rupiah)} = 1.716 \text{ Porsi} \times \text{Rp } 20.000 = \text{Rp } 34.320.000$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka restoran sushi syakira perlu menjual minimal 1.716 porsi sushi per tahun atau menghasilkan laba minimal Rp 34.320.000 untuk mencapai BEP atau titik impas. Yang artinya dibandingkan dengan penghasilan restoran sushi syakira pada tahun 2022 sebesar Rp 78.214.286, ini menandakan bahwa tingkat penjualan restoran sushi berada di atas titik impas atau BEP dan dapat dikatakan bahwa perusahaan menghasilkan laba.

F. Analisis Margin of Safety (MOS)

Perhitungan Margin of safety dapat dilihat seperti dibawah ini :

$$\text{MOS} = \text{Total Penjualan} - \text{Penjualan Impas Margin}$$

$$\text{MOS} = \text{Rp } 78.214.286 - \text{Rp } 34.320.000$$

$$\text{MOS} = \text{Rp } 43.894.286$$

$$\text{MOS (porsi)} = 3.911 - 1.716 = 2.195 \text{ porsi}$$

$$\text{MOS Ratio} = \frac{\text{Margin of Safety}}{\text{Total Penjualan}} \times 100\%$$

$$\text{MOS Ratio} = \frac{\text{Rp } 43.894.286}{\text{Rp } 78.214.286} \times 100\%$$

$$\text{MOS Ratio} = 56\%$$

Berdasarkan dari analisis di atas, tingkat margin of safety restoran sebesar 56%. Jumlah maksimum penurunan target pendapatan penjualan yang tidak menyebabkan kerugian restoran yaitu sebesar Rp 43.894.286 atau sebanyak 2.195 porsi sushi. Yang artinya restoran sushi syakira masih bisa menutupi biaya tetap dan memperoleh keuntungan meskipun terjadi penurunan penjualan.

G. Analisis Sensitivitas

Dilihat dari hasil analisis CVP diatas, maka tidak perlu melakukan analisis sensitivitas yang bersimulasi terhadap skenario perubahan Harga Jual sushi, karena dengan harga jual yang sudah ditetapkan sekarang yaitu sebesar Rp 20.000 per porsi sushi sudah memperoleh laba sehingga 57% dari minimal titik impas atau BEP.

Tapi kali ini peneliti akan melakukan analisis sensitivitas pada biaya produksi karena seringnya terjadi kenaikan bahan baku di pasaran yang otomatis akan mempengaruhi pada biaya produksi untuk mengetahui dampaknya terhadap laba restoran yang apakah setelahnya mengharuskan melakukan perubahan harga jual sushi atau tidak :

Jika biaya produksi sushi meningkat 10% menjadi Rp 11.000/porsi, maka estimasi total pendapatan dalam setahun adalah : 3.911 porsi x Rp 20.000/porsi = 78.220.000. Dan total biaya produksi akan menjadi : 3.911 porsi x Rp 11.000/porsi = Rp 43.021.000. Dalam hal ini, laba restoran sushi adalah :

$$\begin{aligned} \text{Total Laba} &= \text{total pendapatan} - \text{total biaya produksi} - \text{total biaya tetap} \\ &= \text{Rp } 78.220.000 - (\text{Rp } 43.021.000 + \text{Rp } 17.160.000) = \text{Rp } 18.039.000 \end{aligned}$$

Dengan demikian, laba restoran sushi menurun menjadi Rp 18.039.000, atau hanya menurun 18% dibandingkan laba yang di dapatkan pada tahun 2022.

Dan karena terjadi penurunan laba, jika dilakukan perubahan juga terhadap harga jual sushi yaitu ditingkatkan 10% juga menjadi Rp 25.000/porsi, maka total pendapatan akan menjadi : $3.911 \text{ porsi} \times \text{Rp } 25.000/\text{por} = \text{Rp } 97.775.000$. Dalam hal ini, maka laba restoran sushi syakira adalah :

$$\begin{aligned} \text{Total Laba} &= \text{Rp } 97.775.000 - (\text{Rp } 43.021.000 + \text{Rp } 17.160.000) \\ &= \text{Rp } 37.594.000 \end{aligned}$$

Yang artinya, laba restoran sushi meningkat pesat menjadi Rp 37.594.000, atau naik 571% dibandingkan laba yang diperoleh pada tahun 2022 lalu.

Pembahasan

Merujuk pada analisis CVP yang telah dilakukan diperoleh, diketahui bahwa restoran sushi akan mencapai BEP ketika menjual minimal sebanyak 1.716 porsi sushi per tahun, dan akan mencapai laba kotor minimal sebesar Rp 34.320.000. Yang jika dilihat dari data total penjualan tahun 2022 sebesar Rp 78.214.286 yang artinya tingkat penjualan berada di atas titik impas dan dapat dikatakan bahwa perusahaan menghasilkan laba.

Jika volume penjualan melebihi BEP, restoran sushi akan mencapai MOS sebesar 2.195 porsi sushi yang setara dengan penghasilan kotor minimal Rp 44.591.595. Dalam hal ini, CM ratio adalah 33%, yang berarti setiap penjualan sushi akan memberikan kontribusi margin sebesar 33% dari harga jual.

Sedangkan analisis sensitivitas menunjukkan bahwa restoran sushi akan tetap mencapai titik impas atau break-even point dengan harga jual yang sudah ditentukan yaitu Rp 20.000 per satuan sushi. Namun, jika biaya produksi naik sebesar 10%, maka restoran sushi hanya mengalami penurunan laba sebesar 18% pertahun. Dan harus menjual 1.907 porsi sushi dalam setahun untuk mencapai titik impas atau break-even point. Demikian juga, jika harga jual juga ditingkatkan sebesar Rp 5.000, maka laba restoran sushi meningkat pesat 71% tetapi harus diingat bahwa kenaikan harga jual dapat mempengaruhi jumlah unit yang terjual juga. Oleh karena itu, restoran harus mempertimbangkan kembali strategi harga jual mereka dengan memperhitungkan faktor-faktor seperti persaingan di pasar, keinginan pelanggan, dan biaya produksi.

Dampak dari perhitungan-perhitungan yang dilakukan dalam penentuan harga jual restoran sushi, dapat dikatakan bahwa restoran sushi telah mencapai tingkat penjualan di atas

titik impas, yang berarti menghasilkan laba. Namun, restoran perlu terus memantau dan mengelola biaya produksi, harga jual, dan volume penjualan untuk memastikan keberlanjutan keuntungan dan menghadapi perubahan kondisi pasar yang mungkin terjadi.

KESIMPULAN

Merujuk dari analisis yang telah dilakukan dalam penentuan harga jual restoran sushi, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Restoran sushi telah mencapai titik impas atau break-even point (BEP) dengan penjualan minimal 1.716 porsi sushi per tahun dan mencapai laba kotor minimal sebesar Rp 34.320.000. Ini menunjukkan bahwa restoran sudah mampu mencapai titik impas dan mulai menghasilkan laba.
2. Restoran sushi memiliki potensi untuk menghasilkan laba lebih besar melalui Margin of Safety (MOS) yang mencapai 2.195 porsi sushi atau penghasilan kotor minimal Rp 44.591.595. MOS ini menunjukkan bahwa restoran memiliki ruang untuk meningkatkan penjualan dan laba di atas titik impas.
3. CM ratio sebesar 33% menunjukkan bahwa setiap penjualan sushi memberikan kontribusi margin sebesar 33% dari harga jual. Hal ini penting untuk memahami kontribusi setiap penjualan terhadap laba restoran.
4. Analisis sensitivitas menunjukkan bahwa restoran sushi masih dapat mencapai titik impas meskipun terjadi kenaikan biaya produksi sebesar 10%. Namun, laba akan mengalami penurunan sebesar 18% per tahun. Di sisi lain, peningkatan harga jual sebesar Rp 5.000 dapat meningkatkan laba sebesar 71%, tetapi perlu mempertimbangkan dampaknya terhadap jumlah unit yang terjual.

Dengan demikian, restoran sushi telah berhasil dalam penentuan harga jual dengan mencapai titik impas dan menghasilkan laba. Namun, restoran perlu terus memantau biaya produksi, harga jual, dan volume penjualan untuk menjaga keberlanjutan laba dan menghadapi perubahan kondisi pasar yang mungkin terjadi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. H., & Yusof, S. M. (2021). Factors Influencing the Purchase Intention of Halal Food among Muslim Consumers in Malaysia: A Riview. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 184-197.
- Adhie, L., & Sukmajaya, V. S. (2020). Analisis Cost Volume Profit untuk Perencanaan Laba pada Restoran Praline & Oregano. *Cakrawala Repositori IMWI*.
- Andriani, D., Kurniawan, Y., & Hartono, B. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen pada Industri Makanan dan Minuman di Kota Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 127-137.
- Atkinson, A. A., Kaplan, R. S., Matsumura, E. M., & Young, S. M. (2018). *Management accounting: Information for decision-making and strategy execution*. Pearson.
- Budianto, A. (2018). Analisis Cost Volume Profit (CVP) pada Usaha Warung Makan di Kota Malang. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Airlangga*, 225-237.
- Hasanah, A., & Daud, R. M. (2019). Analisis Cost Volume Profit Sebagai Alat Perencanaan Laba (Studi Kasus Pada Umkm Dendeng Sapi Di Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*.
- Hilton, R. W. (2011). *Managerial accounting: Creating value in a dynamic business environment*. McGraw-Hill/Irwin.
- Horngren, C. T., Datar, S. M., & Foster, G. (2006). *Cost accounting: A managerial emphasis*. Pearson Education.
- Indah, D., & Rofiaty, Y. (2020). Analisis Cost-Volume-Profit dalam menentukan Harga Jual Produk Pada UMKM Batik. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 79-93.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2018). *The balanced scorecard: Translating strategy into action*. Harvard Business Press.
- Kimmel, P. D., Weygandt, J. J., & Kieso, D. E. (2010). *Managerial accounting: tools for business decision making*. John Wiley & Sons.
- Koorag, J. F., & Ilat, V. (2016). Analisis of cost-volume-profit for planning profit at the tofu factory "Ibu Siti". *Jurnal berkala Ilmiah Efisiensi*, 803-812.
- Langfield-Smith, K., Thorne, H., & Hilton, R. (2018). *Management accounting: Information for creating and managing value*. McGraw-Hill Education.

- Maarif, M. S., & Hubeis, M. (2018). Analisis Cost-Volume-Profit (CVP) Pada Industri Usaha Kecil Menengah (UKM) Makanan dan Minuman di Kota Tegal. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 96-107.
- Rahayu, S. P., & Istikhoroh, S. (2014). Efektivitas CVP Untuk Merealisasikan Perencanaan Laba Home Industri Minuman Tradisional "Ning's". *Publikasi Ilmiah*.
- Saputra, A. H., & Putra, M. B. (2020). Analisis Cost Volume Profit (CVP) dalam Menentukan Harga Pokok Penjualan pada Usaha Catering. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 20-23.