

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Akuntansi Manajemen

Akuntansi manajemen adalah laporan keuangan yang disusun untuk menghasilkan informasi yang berguna bagi pihak internal perusahaan atau manajemen yang digunakan untuk pengambilan keputusan, informasi tersebut dapat berupa kebijakan-kebijakan yang tidak di publikasikan untuk pihak eksternal. Tentu sebelum berinvestasi, investor akan berupaya dalam mendapatkan semua informasi yang relevan tentang perusahaan. Ini dilakukan dalam rangka mengurangi risiko yang tidak diinginkan dan memperoleh keuntungan yang sesuai dengan yang diharapkan, sehingga sangat diperlukan peran Akuntansi Manajemen didalamnya (Faisal & Astuti, 2022). Akuntansi manajemen memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan bisnis. Akuntansi manajemen membantu manajer mengoptimalkan biaya operasional, merencanakan anggaran yang efektif, dan membuat keputusan yang tepat. Dengan cara ini, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional dan meningkatkan keuntungan (Sinaga et al., 2024).

Menurut Irnawati et al., (2021) Tujuan dari Akuntansi manajemen adalah menyajikan informasi kepada pihak internal yaitu manajemen perusahaan dengan harapan dapat menjadi dasar dalam pelaksanaan fungsi dasar manajemen dan menjadikan dasar dalam pengambilan keputusan. Menurut kurama et al. (2022) fungsi-fungsi manajemen meliputi Perencanaan

(*planning*), Pengorganisasian (*organizing*), Pengarahan (*commanding*), Pengkoordinasian (*coordinating*), Pengendalian (*controlling*).

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa akuntansi manajemen Adalah suatu proses penyusunan dan penyediaan informasi keuangan yang digunakan oleh manajemen dalam perusahaan untuk membantu perencanaan, pengambilan Keputusan, serta pengendalian kegiatan usaha agar tujuan Perusahaan dapat tercapai.

2.2 Klasifikasi Biaya

Sumber daya dihabiskan saat perusahaan atau organisasi mengelola aktivitas sehari-hari. Suatu perusahaan manufaktur, misalnya, membeli bahan baku, membeli mesin atau peralatan pabrik, membayar utang usaha, membayar upah dan gaji, membayar listrik dan air, membayar telepon, dan hal-hal lainnya. Biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh manfaat merupakan pengorbanan sumber daya ekonomi suatu perusahaan. Pengorbanan sumber daya perusahaan terdiri dari dua kategori: biaya dan beban. Biaya adalah pengorbanan sumber daya ekonomi perusahaan yang digunakan untuk memperoleh barang dan jasa. Nilai pengorbanan sumber daya untuk memperoleh barang dan jasa didasarkan pada harga perolehan barang dan jasa tersebut, di mana semua biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang dan jasa tersebut, dan di saat barang dan jasa tersebut siap untuk digunakan dalam operasi bisnis (Krisdiyawati et al., 2025).

2.2.1 Perilaku Biaya

Perilaku biaya merupakan suatu gambaran aktivitas perusahaan, di mana aktivitas tersebut menunjukkan suatu kegiatan naik-turunnya suatu operasional perusahaan. Perilaku biaya mengkaji bagaimana total biaya dan biaya per unit berubah sehubungan dengan perubahan output (tingkat) driver aktivitas

2.2.2 Klasifikasi Biaya berdasarkan Perilaku

Menurut Pratiwi dan Marlina (2022) Tiga klasifikasi biaya berdasarkan perilaku:

a. Biaya variabel

Biaya variabel (*variable cost*) adalah biaya yang totalnya berubah secara proporsional dengan perubahan outputdriveraktivitas, sedangkan biaya per unitnya tetap dalam batas relevan tertentu. Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Semakin banyak produk diproduksi atau dijual, semakin banyak biaya variabel yang dikeluarkan. Biaya variabel dapat dihitung dengan menggunakan rumus penjumlahan biaya variabel biaya variabel per unit x jumlah unit.

b. Biaya tetap

Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang jumlah totalnya bersifat konstan (tetap) dalam kisaran relevan saat tingkatan outputbertambah atau berkurang. Contoh biaya tetap

ialah biaya sewa, gaji karyawan tetap dan biaya asuransi. Biaya tetap tidak berubah selama periode waktu tertentu dan tidak berubah meskipun volume produksi atau penjualan berubah. Biaya tetap dapat dihitung dengan menggunakan rumus biaya tetap total = biaya tetap per musim.

c. Biaya semi-variabel

Biaya semivariabel (*semi-variable cost*) adalah biaya yang sifatnya sebagian mengandung biaya tetap dan sebagian biaya variabel. Biaya semivariabel adalah biaya yang totalnya berubah, tetapi tidak proporsional dengan perubahan outputdriveraktivitas dan perubahan biaya per unit juga berubah berbanding terbalik dengan perubahan outputdriveraktivitas. Contoh biaya semivariabel adalah beban listrik, beban air PDAM, dan beban kartu telepon pascabayar.

2.2.3 Biaya Produksi

Biaya produksi adalah semua pengeluaran yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk menghasilkan suatu barang atau jasa. Pengertian biaya produksi meliputi semua jenis biaya yang timbul dalam proses produksi, mulai dari pembelian bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya overhead pabrik, hingga biaya distribusi. Biaya produksi merupakan salah satu komponen penting dalam analisis ekonomi perusahaan, karena biaya produksi yang efisien akan mempengaruhi keuntungan dan daya saing perusahaan (Yudawisastira et al., 2023).

2.3 Penjualan

Dalam dunia bisnis, penjualan merupakan aktivitas utama yang menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. Penjualan dapat diartikan sebagai proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan konsumen yang disertai dengan transaksi yang menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. Menurut Gunawan (2023), penjualan adalah salah satu fungsi dalam pemasaran, dimana tujuannya adalah supaya perusahaan mendapatkan laba agar kegiatan operasional perusahaan tetap berjalan.

Dalam sektor pangan, penjualan telur asin memiliki karakteristik tersendiri karena termasuk produk olahan yang banyak diminati sebagai oleh-oleh. Permintaan telur asin cenderung stabil, namun dapat mengalami perubahan tergantung pada daya beli konsumen, persaingan pasar, serta kualitas produk yang ditawarkan. Untuk mencapai penjualan yang optimal, manajemen usaha perlu menetapkan strategi penjualan yang efektif. Strategi tersebut meliputi pemahaman terhadap selera konsumen, penentuan harga yang sesuai, serta pemanfaatan promosi yang tepat. Oleh karena itu, pelaku usaha harus mampu mengelola produksi dan distribusi secara efisien agar dapat bersaing di pasar.

2.4 Margin Kontribusi

2.4.1 Pengertian Margin

Margin / keuntungan adalah persentase tertentu yang ditetapkan per tahun. Jadi, jika perhitungan margin keuntungan secara harian, jumlah hari dalam setahun ditetapkan 360 hari dan jika perhitungan

margin keuntungan secara bulanan, setahun ditetapkan 12 bulan (Latifah et al., 2022)

Menurut Saputra et al., (2023) Margin adalah kenaikan bersih dari aset bersih sebagai akibat dari memegang aset yang mengalami peningkatan nilai selama periode yang dipilih oleh pernyataan pendapatan. Keuntungan juga bisa diperoleh dari pemindahan saling tergantung insidental yang sah dan yang tidak saling tergantung, kecuali transfer yang tidak saling tergantung dengan pemegang saham, atau pemegang pemegang rekening investasi tak terbatas dan yang setara dengannya

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa margin merupakan Tingkat keuntungan dalam bentuk presentase yang dihasilkan dari kenaikan nilai asset selama periode yang ditetapkan

2.4.2 Pengertian *Contribution Margin* (Margin Kontribusi)

Menurut Rudianto (dalam Irnawati et al., 2021) margin kontribusi adalah selisih antara nilai penjualan dengan biaya variabelnya, jumlah tersebut akan digunakan untuk menutup biaya tetap dan menghasilkan laba periode tersebut. Semakin besar margin kontribusi yang diperoleh perusahaan dari setiap unit produk yang dijualnya, semakin cepat perusahaan menutup biaya tetapnya dan mencapai laba yang diinginkan. Semakin kecil margin kontribusi yang dihasilkan dari setiap unit produk yang dihasilkan, semakin lama

perusahaan menutup biaya tetapnya dan mencapai laba yang diinginkan.

Sementara itu menurut Adiastrita et al., (2024) Margin Kontribusi adalah selisih antara pendapatan penjualan dan biaya variabel yang digunakan untuk menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba. Nilai ini menunjukkan berapa sisa pendapatan yang dapat digunakan untuk menutup biaya tetap dan menghasilkan keuntungan, serta membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan tentang harga produk, volume produksi, dan efisiensi biaya. Dengan memahami margin kontribusi, perusahaan dapat menentukan apakah penjualan mereka cukup untuk menutupi biaya tetap dan mencapai laba. Margin Kontribusi dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

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

2.4.3 Manfaat Margin Kontribusi

Menurut Bustami (dalam Hayati, 2023) manfaat margin kontribusi dan *rasio margin kontribusi* di antaranya:

1. *Rasio margin kontribusi* seringkali membantu manajemen memutuskan produk mana yang perlu di dorong, dan produk mana yang tidak perlu mendapat penekanan atau yang dipertahankan semata-mata karena manfaat penjualannya bagi produk lainnya.
2. Margin kontribusi sangat penting untuk membantu manajemen memutuskan apakah ini produk tertentu harus dihentikan.

3. Margin kontribusi dapat digunakan untuk menilai alternatif menyangkut penurunan harga, potongan harga, kampanye iklan khusus dan penggunaan premi untuk mendorong volume penjualan.
4. Apabila laba yang ditargetkan disepakati, dapat tidaknya laba tersebut dicapai dengan segera dapat dinilai dengan menghitung jumlah yang harus dijual untuk dapat meraihnya.
5. Keputusan sering harus diambil mengenai bagaimana mendayagunakan sejumlah sumber daya tertentu (misalnya, mesin atau bahan baku) secara paling menguntungkan.
6. Pendekatan kontribusi bermanfaat dalam industri dimana harga jual ditetapkan secara tegas.
7. Para penganjur pendekatan kontribusi berpendapat bahwa pengumpulan biaya untuk produk atas dasar kontribusi membantu manajer memahami hubungan antara biaya, volume dan laba.

2.4.4 Contribution *Ratio Margin* (Rasio Margin Kontribusi)

Menurut Adiastrita et al., (2024) Rasio Margin Kontribusi adalah persentase margin kontribusi terhadap pendapatan penjualan. Ini mencerminkan seberapa besar kontribusi setiap rupiah penjualan yang tersisa setelah mengurangi biaya variabel, yang dapat digunakan untuk menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba. Rasio ini membantu dalam menilai efektivitas dan profitabilitas dari penjualan suatu produk

atau jasa. Rasio Margin Kontribusi dapat dihitung menggunakan rumus berikut:

$$\text{Contribution Margin Ratio} = \frac{\text{Contribution Margin} \times 100\%}{\text{Penjualan}}$$

2.5 Break Even Point (BEP)

Break Even Point (BEP) atau titik impas merupakan kondisi yang bisa terjadi pada perusahaan, yaitu suatu kondisi perusahaan dalam operasionalnya tidak mendapat keuntungan dan juga tidak menderita kerugian. Dengan kata lain, antara pendapatan dan biaya ada pada kondisi yang sama, sehingga laba perusahaan adalah nol (penghasilan=total biaya) (Manuho et al., 2021).

Menurut Kasmir (dalam Novelia 2024) *Break Even Point* adalah suatu keadaan dimana perusahaan beroperasi dalam kondisi yang tidak memperoleh pendapatan atau laba dan tidak pula menderita kerugian. Artinya dalam kondisi ini jumlah pendapatan yang diterima sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan.

Perusahaan dapat menerapkan rumus berikut guna mengidentifikasi jumlah penjualan minimum yang dibutuhkan agar mencapai titik impas atau *Break Even Point* (Kusumawardani dan Alamsyah, 2020):

Perhitungan *Break Even Point* (rupiah)

$$\text{BEP (Rupiah)} = \frac{\text{FC}}{\text{P}-\text{V}}$$

Perhitungan *Break Even Point* (Unit)

$$\text{BEP (dalam unit)} = \frac{\frac{FC}{1-VC}}{S}$$

2.6 Perencanaan Laba

2.6.1 Pengertian Laba

Laba adalah semua transaksi yang menyebabkan bertambahnya modal atau aset bersih dari kegiatan usaha perusahaan, serta mencakup peristiwa-peristiwa yang mencakup nilai ekonomi dan memberikan profit dalam satu siklus akuntansi yang spesifik. Keuntungan juga dapat berasal dari transaksi yang berhubungan dengan penerimaan pendapatan atau dari hasil investasi para pemegang saham. Dengan demikian, keuntungan menunjukkan hasil akhir dari kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perusahaan, yang memberikan efek baik bagi kondisi keuangan Perusahaan (Maharani et al., 2025).

Menurut Ardhianto (dalam Hayati 2023) laba merupakan kelebihan total pendapatan dibandingkan total bebannya. Sedangkan menurut Puspita (2025) laba secara umum adalah selisih dari pendapatan di atas biaya-biayanya dalam jangka waktu (periode) tertentu.

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan menurut peneliti laba dapat dipahami sebagai selisih antara pendapatan dan seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam satu periode akuntansi. Laba ini diperoleh dari aktivitas usaha yang dijalankan dan menunjukkan

peningkatan kondisi keuangan perusahaan sebagai hasil dari kegiatan ekonomi yang dilakukan.

2.6.2 Peranan Laba Dalam Perusahaan

Laba merupakan salah satu tujuan dari perusahaan karena dengan perolehan laba perusahaan dapat kembali menjalankan operasi perusahaannya. Laba juga merupakan salah satu faktor untuk menarik pihak investor untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan. Dengan perolehan laba yang maksimal kinerja manajemen perusahaan dapat dinilai dengan baik (Hayati, 2023), peranan laba dalam perusahaan di antaranya sebagai berikut:

1. Menerapkan laba sebagai tujuan perusahaan yang paling utama untuk setiap usaha dan sebagai dasar untuk menekan tingkat biaya, sehingga dapat memaksimalkan laba dengan meminimalkan biaya produksi maka laba yang maksimal akan tercapai.
2. Sebagai kompensasi dari dan yang ditanamkan perusahaan maupun oleh pihak investor untuk melakukan kegiatan perusahaan baik dibidang produksi ataupun penjualan.
3. Laba yang diterima dalam periode atau tahun sebelumnya dikembalikan dalam bentuk dana usaha yang digunakan perusahaan untuk mengembangkan perusahaan menuju kearah kemajuan yang dapat bersaing dengan perusahaan lain.
4. Laba digunakan sebagai jaminan sosial untuk para karyawan yang mendukung kegiatan kerjanya, agar mereka bekerja dengan tenang

karena kesejahteraan mereka telah dijamin oleh perusahaan dan mereka membalasnya dengan produktifitas kerja

5. Laba merupakan salah satu daya tarik untuk para investor baru untuk menanamkan modalnya kedalam perusahaan yang digunakan untuk mengembangkan perusahaan agar lebih maju dan lebih bersaing

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa laba tidak hanya menjadi tujuan utama perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya, tetapi juga berperan penting dalam menjaga keberlangsungan operasional perusahaan. Selain itu, laba berfungsi sebagai sarana pengembangan usaha, serta daya tarik bagi investor atau pihak ketiga untuk menanamkan modal. Laba juga mendorong perusahaan untuk melakukan efisiensi biaya agar kegiatan usaha dapat berjalan secara efektif dan berkelanjutan.

2.6.3 Pengertian Perencanaan Laba

Menurut Koraag (dalam Tamaela et al., 2025), perencanaan laba merupakan rencana kerja yang telah diperhitungkan implikasi keuangan yang dinyatakan dalam bentuk proyeksi perhitungan rugi laba, neraca, kas, dan modal kerja untuk jangka panjang dan jangka pendek. Perencanaan laba sering digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan investasi dan penilaian kinerja manajemen suatu perusahaan untuk masa yang akan datang.

Perencanaan laba yang baik dan cermat tidaklah mudah karena teknologi berkembang dengan cepat dan faktor-faktor sosial, ekonomi, dan politik berpengaruh kuat dalam dunia usaha. Guna melaksanakan tugas ini, para manajer perusahaan harus didorong agar berusaha keras menapai sasaran pribadi yang sejalan dengan sasaran Perusahaan

2.6.4 Manfaat Perencanaan Laba

Menurut Galingging (2021) Manfaat dan keuntungan perencanaan laba adalah sebagai berikut:

1. Perencanaan laba dapat digunakan untuk mengidentifikasi dalam penyelesaian suatu masalah.
2. Perencanaan laba dapat memberikan pengarahan kepada seluruh tingkatan manajemen yang dapat membantu untuk mengembangkan pemahaman terhadap laba dan biaya diseluruh perusahaan.
3. Perencanaan laba membantu peningkatan koordinasi yang memberikan cara untuk menyesuaikan suatu usaha.
4. Perencanaan laba membantu mendapatkan ide dan kerja sama antar tingkat manajemen sesuai dengan keahlian dan pengetahuannya.
5. Perencanaan laba dapat dijadikan patokan perusahaan untuk menguji kinerja yang akrual dan dapat meningkatkan kemampuan baik individu maupun manajer dalam merencanakan kinerja secara efisien

Rumus dengan perhitungan target laba dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$Target\ Laba = \frac{Total\ Biaya\ Tetap + Target\ Laba}{CM\%}$$

2.7 Pengertian UMKM

Menurut Undang - Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. "Usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perseorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik secara langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan total kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan (Musdhalifah et al., 2020)

Menurut Mahatin et al., (2024) Kriteria UMKM yang terdapat dalam pasal 6 Undang - Undang Nomor 20 Tahun 2008 adalah sebagai berikut :

- a. Usaha Mikro memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000;

- b. Usaha kecil memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000 hingga Rp 500.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan untuk tempat usaha dengan penjualan tahunan di atas Rp 300.000.0000 sampai dengan maksimum Rp 2.500.000.000;
- c. Usaha Menengah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000 hingga batas maksimum Rp10.000.000.000 dengan penjualan tahunan sebesar Rp2.500.000.000 hingga maksimum Rp50.000.000.000.

2.8 Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian ini, penulis merujuk pada beberapa penelitian terdahulu, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Septiani et al., (2024)	Analisis Margin Kontirbusi dalam Perencanaan Penjualan dan Strategi Penjualan di PT. Nusa Palapa Gemilang Tbk	Metode deskriptif dengan pendekatan analisis kuantitatif dengan margin kontribusi. Teknik analisis data dilakukan melalui perhitungan margin kontribusi, rasio margin kontribusi, analisis break even point (BEP), serta analisis laba bersih untuk mengetahui kontribusi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa margin kontribusi PT Nusa Palapa Gemilang Tbk tahun 2021 sebesar Rp42.071.991.297 dengan rasio margin kontribusi 11,94%, yang menunjukkan kemampuan penjualan dalam menutup biaya tetap dan menghasilkan laba. Penjualan perusahaan telah melampaui titik

				penjualan dalam impas sebesar break even point Rp147.000.000.000, (BEP), serta sehingga perusahaan analisis laba bersih memperoleh laba untuk mengetahui bersih sebesar kontribusi Rp4.966.507.337, penjualan dalam yang menandakan menutup biaya dan bahwa analisis margin menghasilkan laba kontribusi dapat digunakan sebagai alat perencanaan penjualan dan laba
2	Rozi et al., (2024)	Analisis Contribution Margin Untuk Menentukan Tingkat Penjualan Produk Dalam Rangka Memaksimalkan	metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan analisis margin kontribusi, sedangkan teknik analisis data dilakukan dengan mengklasifikasikan biaya, menghitung margin kontribusi dan rasio margin kontribusi, serta menganalisis break even point (BEP) untuk mengetahui kemampuan penjualan dalam menutup biaya dan menghasilkan laba	Hasil penelitian menunjukkan bahwa margin kontribusi bernilai positif dan penjualan berada di atas titik impas, sehingga perusahaan mampu menutup biaya dan memperoleh laba, yang membuktikan bahwa analisis margin kontribusi efektif sebagai alat perencanaan laba.
3	Septiana (2024)	Analisis Volume Cost Profit	metode deskriptif kuantitatif, Metode	Hasil penelitian menunjukkan bahwa

		Sebagai Alat analisis data yang Perencanaan Laba digunakan meliputi Pada UMKM analisis margin Donato Lezato kontribusi, break even point (BEP), dan margin of (96,79%) dan laba safety untuk bersih mengetahui Rp1.331.500.000, kemampuan sehingga mampu penjualan dalam menutup seluruh biaya. menutup biaya Penjualan telah serta menghasilkan melampaui titik impas laba Rp81.620.002 dengan margin of safety 94,40%, yang menunjukkan tingkat keamanan penjualan yang tinggi.		
4	Rahmadina et al., (2024)	Penerapan Analisis Biaya, Volume, dan Laba Sebagai Dasar Perencanaan Penjualan untuk mencapai Sasaran Laba	penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif kuantitatif, Pada analisis data menggunakan analisis biaya volume dan laba, analisis margin kontribusi, dan analisis Break Event Point	UMKM Wildan Jaya dapat mencapai target laba 10% pada tahun 2023 apabila penjualan mencapai 36.293 unit . Oleh karena itu, metode analisis biaya, volume, dan laba dapat digunakan sebagai alat untuk memperkirakan laba dan risiko kerugian dalam penjualan
5	Hayati (2023)	Perencanaan laba dengan	metode deskriptif kuantitatif dengan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa

pendekatan margin kontribusi pada pabrik roti bakvia kj lubuk buaya kecamatan koto Tengah kota pandang	pendekatan margin kontribusi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, sedangkan analisis data meliputi klasifikasi biaya tetap dan biaya variabel, perhitungan margin kontribusi, rasio margin kontribusi, laporan laba rugi margin kontribusi, serta analisis break even point (BEP) sebagai alat bantu perencanaan laba	margin kontribusi yang diperoleh Pabrik Roti Bakvia KJ pada tahun 2020 sebesar Rp456.745.480, tahun 2021 sebesar Rp727.040.391, dan tahun 2022 sebesar Rp401.842.220. Penjualan usaha telah berada di atas titik impas sehingga perusahaan memperoleh laba sebesar Rp151.741.406 pada tahun 2020, Rp311.539.161 pada tahun 2021, dan Rp61.627.524 pada tahun 2022. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan margin kontribusi dapat digunakan sebagai alat perencanaan laba
--	--	---

Sumber: Berbagai jurnal penelitian, 2026