

Analisis Margin Kontribusi dalam Perencanaan Penjualan dan Strategi Penjualan di PT. Nusa Palapa Gemilang Tbk

Adiastita Dwi Septiani¹, Eka Sapriani², Miranda Nurhafitsyah³, Putri Kurniawati⁴, Resti Eka Wahyuni⁵
^{1,2,3,4,5} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta, Indonesia

Article Info

Article history:

Received October 22, 2024
Revised October 22, 2024
Accepted October 25, 2024

Kata Kunci:

Margin Kontribusi,
Perencanaan Penjualan,
Strategi Penjualan

Keywords:

Contribution Margin,
Sales Planning,
Sales Strategy

ABSTRAK

Dokumen ini membahas pentingnya Margin Kontribusi sebagai alat analisis keuangan esensial dalam pengambilan keputusan strategis. Margin Kontribusi, yang merupakan hasil dari pengurangan antara pendapatan penjualan dengan biaya variabel, memberikan informasi yang mendetail mengenai efisiensi operasional dan potensi laba produk. Analisis ini membantu mengevaluasi kinerja produk, merencanakan penjualan, menetapkan harga yang sesuai, mencapai titik impas, dan mengidentifikasi produk yang paling menguntungkan. Dengan memahami struktur biaya dan potensi laba, perusahaan bisa mengalokasikan sumber daya dengan lebih efisien dan merancang strategi penjualan yang efektif. Fokus pada produk dengan Margin Kontribusi tinggi dapat meningkatkan kinerja keuangan, membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan strategis, mendukung keberlanjutan, dan mempromosikan pertumbuhan jangka panjang di pasar yang kompetitif.

ABSTRACT

This document discusses the importance of Contribution Margin as an essential financial analysis tool in strategic decision making. Contribution Margin, which is the result of subtracting sales revenue from variable costs, provides detailed information about a product's operational efficiency and profit potential. This analysis helps evaluate product performance, plan sales, set appropriate prices, break even, and identify the most profitable products. By understanding the cost structure and profit potential, companies can allocate resources more efficiently and design effective sales strategies. Focusing on products with a high Contribution Margin can improve financial performance, assist companies in strategic decision making, support sustainability, and promote long-term growth in competitive markets.

This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



Corresponding Author:

Adiastita Dwi Septiani
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika,
Jakarta, Indonesia
Email: adiastitaasepti14@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis yang kompetitif saat ini, pengelolaan keuangan yang efektif menjadi salah satu kunci utama untuk mencapai keberhasilan dan keberlanjutan perusahaan. Salah satu alat analisis penting dalam pengambilan keputusan keuangan adalah Margin Kontribusi, yang

merupakan selisih antara pendapatan penjualan dan biaya variabel yang dikeluarkan untuk membuat produk [1]. Dengan memahami konsep ini, perusahaan dapat mengevaluasi tingkat efisiensi dalam pengelolaan biaya dan potensi laba dari setiap unit produk yang dijual.

Dokumen ini dibuat untuk menguraikan Margin Kontribusi, yang mencakup perhitungannya, serta peranannya dalam perencanaan anggaran, pengendalian biaya, dan strategi penjualan. Analisis Margin Kontribusi membantu manajemen dalam menentukan harga produk, merencanakan volume produksi, dan mengidentifikasi area untuk pengurangan biaya [2]. Dengan informasi yang akurat dan terstruktur, perusahaan dapat meningkatkan profitabilitas dan efisiensi operasional melalui pengambilan keputusan yang lebih baik.

Dalam lingkungan bisnis yang semakin rumit dan kompetitif, seperti yang dijelaskan dalam analisis [4], perusahaan harus memahami struktur biaya dan potensi laba dari produk yang mereka jual. Perhitungan Margin Kontribusi tidak hanya menunjukkan sisa pendapatan setelah dikurangi biaya variabel, tetapi juga penting dalam pengambilan keputusan strategis. Dengan memahami Margin Kontribusi, manajemen bisa mengetahui produk yang paling menguntungkan dan mengalokasikan sumber daya dengan lebih efisien [1].

Perhitungan Margin Kontribusi sangat penting bagi perusahaan. Ini digunakan dalam merencanakan anggaran, menetapkan harga produk, dan menentukan volume produksi yang optimal. Analisis ini juga telah dijelaskan dalam jurnal [5]. Analisis ini membantu perusahaan mencapai *Break Even Point*, yaitu titik di mana penjualan mencukupi untuk menutupi seluruh biaya. Dokumen ini akan membahas metode perhitungan Margin Kontribusi dan pemanfaatannya untuk meningkatkan efisiensi operasional dan profitabilitas perusahaan.

Analisis dan perhitungan Margin Kontribusi memberikan informasi penting tentang efisiensi perusahaan dalam menghasilkan laba dari setiap unit produk yang terjual. Dengan melakukan analisis ini, manajemen dapat mengidentifikasi produk yang memberikan kontribusi terbesar terhadap laba, serta menentukan langkah-langkah strategis untuk meningkatkan profitabilitas. Selain itu, Margin Kontribusi juga berguna sebagai alat untuk merencanakan anggaran, mengatur harga, dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya [6].

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

2. METODE

Metode penelitian digunakan dalam analisis Margin Kontribusi untuk memberikan pemahaman mendalam tentang penerapan Margin Kontribusi dalam pengambilan keputusan bisnis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Langkah pertama adalah mengumpulkan data dari laporan keuangan PT Nusa Palapa Gemilang Tbk untuk tahun 2021, termasuk pendapatan penjualan, biaya variabel, dan biaya tetap. Data sekunder dari literatur dan jurnal terkait Margin Kontribusi juga dikumpulkan untuk mendukung analisis.

Langkah berikutnya adalah menghitung Margin Kontribusi menggunakan rumus: Margin Kontribusi = Pendapatan Penjualan - Biaya Variabel. Hasil perhitungan ini digunakan untuk mengevaluasi kinerja produk dan menentukan kontribusi masing-masing produk terhadap laba

perusahaan. Selain melakukan perhitungan kuantitatif, analisis kualitatif juga dilakukan dengan meneliti literatur yang relevan mengenai Margin Kontribusi. Ini termasuk studi kasus, teori, dan praktik terbaik dalam pengelolaan biaya dan strategi penjualan. Analisis ini memberikan pandangan tambahan mengenai penggunaan informasi Margin Kontribusi dalam pengambilan keputusan.

Berdasarkan hasil analisis dan temuan dari literatur, rekomendasi strategis disusun untuk membantu PT Nusa Palapa Gemilang Tbk meningkatkan efisiensi operasional dan profitabilitas. Rekomendasi ini berisi langkah-langkah yang bisa diambil perusahaan untuk meningkatkan penggunaan sumber daya dan mengutamakan produk dengan margin keuntungan yang lebih tinggi. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan hasil analisis dengan praktik terbaik di industri dan validasi melalui diskusi dengan pihak manajemen untuk mendapatkan perspektif yang lebih dalam mengenai implementasi Margin Kontribusi dalam strategi bisnis mereka.

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Contribution Margin* (Margin Kontribusi)

Margin Kontribusi adalah selisih antara pendapatan penjualan dan biaya variabel yang digunakan untuk menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba [1]. 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:

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

Margin Kontribusi adalah alat penting dalam analisis keuangan yang membantu perusahaan memahami pendapatan yang tersisa setelah menutupi biaya variabel. Ini penting untuk menetapkan harga produk yang sesuai, mengambil keputusan strategis tentang produk, merencanakan anggaran dan strategi keuangan, serta menganalisis profitabilitas produk. Selain itu, margin kontribusi memungkinkan perusahaan mengendalikan biaya variabel untuk meningkatkan efisiensi dan profitabilitas, membantu perusahaan mencapai target laba dan tetap kompetitif di pasar.

2.1.2 *Contribution Ratio Margin* (Rasio Margin Kontribusi)

Rasio Margin Kontribusi adalah persentase margin kontribusi terhadap pendapatan penjualan [3]. 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:

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

2.1.3 *Break Even Point* (Titik Impas)

Titik impas adalah ketika total pendapatan penjualan sama dengan total biaya, sehingga perusahaan tidak mengalami keuntungan maupun kerugian [9]. BEP membantu perusahaan mengetahui batas aman operasional dan titik minimum penjualan yang diperlukan untuk menutupi seluruh biaya. Selain itu, BEP berfungsi sebagai alat perencanaan strategis untuk menentukan harga produk, volume produksi, dan efisiensi biaya, membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan untuk mencapai target keuntungan. Titik Break Even Point (BEP) dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

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

2.1.4 Net Profit (Laba Bersih)

Laba bersih adalah jumlah pendapatan bersih yang didapat setelah dikurangi semua biaya, termasuk biaya tetap, variabel, pajak, dan lain-lain [7]. Ini adalah ukuran akhir dari profitabilitas perusahaan dan indikator penting bagi pemegang saham serta investor. Ini menunjukkan seberapa baik perusahaan mengelola biaya dan menghasilkan keuntungan. Total pendapatan adalah jumlah dana yang diterima oleh perusahaan sebelum dikurangi biaya. Dengan laba bersih, perusahaan dapat menilai efisiensi dalam mengatur biaya dan jumlah keuntungan yang diperoleh. Laba Bersih dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Laba Bersih} = \text{Total Pendapatan} - \text{Total Biaya (termasuk biaya tetap dan variabel)}$$

Perbedaan antara contribution margin dan laba bersih terletak pada fokusnya. Kontribusi margin adalah selisih antara pendapatan penjualan dan biaya variabel [10]. Hal ini menunjukkan pendapatan yang tersisa setelah menutupi biaya variabel, dan digunakan untuk menutupi biaya tetap serta memperoleh laba. Ini membantu dalam menentukan harga produk, volume produksi, dan efisiensi biaya. Sedangkan menurut penelitian [8], laba bersih mencakup semua biaya dan memberikan gambaran akhir tentang profitabilitas perusahaan. Kedua aspek ini penting dalam analisis keuangan, namun digunakan dengan tujuan yang berbeda dalam pengambilan keputusan bisnis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Analisis

3.1.1 Perhitungan *Contribution Margin* (Margin Kontribusi)

PT Nusa Palapa Gemilang Tbk (NPGF) didirikan pada tahun 2001, perusahaan ini adalah perusahaan publik yang bergerak di bidang produksi, penjualan, dan perdagangan pupuk buatan majemuk hara makro primer. Pendapatan penjualan di PT Nusa Palapa Gemilang Tbk (NPGF) berasal dari penjualan produk Nutrimix GT, Pupuk CCF Ferticote, Pupuk NPK, Ferticomp. Untuk menghitung Margin Kontribusi pada tahun 2021, kita perlu mengetahui jumlah penjualan dan total biaya variabel. Dari laporan keuangan PT. Nusa Palapa Gemilang Tbk memiliki dua beban yang dianggap sebagai biaya variabel. Sebelum menghitung Margin Kontribusi, perlu dihitung terlebih dahulu total beban pokok penjualan dan beban lainnya.

Tabel 1. Data Penjualan dan Beban Tahun 2021

Keterangan	Nominal
Penjualan Tahun 2021	Rp. 352.351.492.551
Beban Pokok Penjualan Tahun 2021	Rp. 294.384.492.194
Beban Lain-lain Tahun 2021	Rp. 15.895.009.060

Sumber: Laporan Keuangan PT. Nusa Palapa Gemilang Tbk (2021)

$$\begin{aligned} \text{Total Biaya Variabel} &= \text{Beban Pokok Penjualan} + \text{Beban Lain – lain} \\ &= \text{Rp. 294.384.492.194} + \text{Rp. 15.895.009.060} \\ &= \text{Rp. 310.279.501.254} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Contribution Margin} &= \text{Penjualan} - \text{Total Biaya Variabel} \\ &= \text{Rp. 352.351.492.551} - \text{Rp. 310.279.501.254} \\ &= \text{Rp. 42.071.991.297} \end{aligned}$$

3.1.2 Perhitungan *Contribution Margin Ratio* (Rasio Margin Kontribusi)

$$\begin{aligned} \text{Contribution Margin Ratio} &= \frac{\text{Contribution Margin}}{\text{Penjualan}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp. 42.071.991.297}}{\text{Rp. 352.351.492.551}} \times 100\% \\ &= \mathbf{11,94\%} \text{ atau } 0,11940 \end{aligned}$$

Contribution margin sebesar Rp. 42.071.991.297 menunjukkan sisa pendapatan bagi perusahaan setelah memotong biaya variabel dari total penjualan, untuk menutupi biaya tetap dan mencatat laba. Contribution margin ratio sebesar 11,94% menandakan bahwa 11,94% dari setiap pendapatan penjualan digunakan untuk berkontribusi menutupi biaya tetap dan mencapai laba.

3.1.3 Jurnal Umum untuk Analisis *Contribution Margin* (Margin Kontribusi)

Jurnal umum untuk analisis margin kontribusi mencatat semua transaksi keuangan yang terkait dengan pendapatan penjualan dan biaya variabel produksi. Ini mencakup pendapatan dari penjualan produk serta biaya variabel seperti bahan baku dan tenaga kerja langsung. Pencatatan sistematis dalam jurnal umum memungkinkan perusahaan melakukan analisis mendalam terhadap margin kontribusi, yang penting untuk pengambilan keputusan, pengelolaan biaya, dan perencanaan strategi penjualan.

Margin kontribusi memberikan gambaran yang jelas tentang efisiensi operasional dan kinerja perusahaan, membantu manajemen mengevaluasi produk yang paling menguntungkan dan mengidentifikasi area untuk pengurangan biaya. Data dari jurnal umum ini bermanfaat untuk perencanaan anggaran, kontrol biaya, dan analisis titik impas. Dengan informasi yang tepat dan terstruktur, perusahaan bisa meningkatkan profitabilitas dan efisiensi operasional melalui keputusan yang lebih baik. Dan berikut adalah jurnal yang digunakan untuk mencatat analisis margin kontribusi:

Tabel 2 Jurnal Umum Untuk Analisis Margin Kontribusi

PT Nusa Palapa Gemilang Tbk			
Jurnal Umum			
Periode Tahun 2021			
Tanggal	Akun	Debit	Kredit
31-Des	Penjualan	Rp352.351.492.551	
	Biaya Variabel		Rp310.279.501.254
	Contribution Margin		Rp42.071.991.297
	TOTAL	Rp352.351.492.551	Rp352.351.492.551

Keterangan:

- Penjualan dicatat sebagai debit karena merupakan pendapatan yang dihasilkan.
- Biaya Variabel dicatat sebagai kredit karena merupakan biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan penjualan tersebut.
- Contribution Margin* dicatat sebagai kredit untuk menunjukkan laba yang tersedia setelah mengurangi biaya variabel dari penjualan.

3.1.4 Perhitungan Tingkat Break Even Point (BEP)

Untuk menghitung Total Fixed Costs (Biaya Tetap), kita harus mengidentifikasi semua komponen biaya biaya tetap dalam laporan keuangan PT Nusa Palapa Gemilang Tbk, seperti gaji karyawan, sewa, penyusutan, dan asuransi. Untuk menghitung Tingkat Break Even Point (BEP) dari laporan keuangan PT Nusa Palapa Gemilang Tbk, gunakan total fixed costs dan contribution margin ratio. Sebagai berikut:

Tabel 3 Data Fixed Cost (Biaya Tetap) 2021

Keterangan	Nominal
Gaji dan tunjangan karyawan	Rp6.703.102.343
Sewa	Rp1.150.000.000
Penyusutan	Rp8.403.779.051
Imbalan pascakerja (tunjangan)	Rp567.498.845
Retribusi dan perijinan	Rp318.047.247
Asuransi	Rp283.555.668
Pajak	Rp165.203.190
Total Fixed Costs	Rp17.591.186.344

$$\begin{aligned} \text{Break Even Point (BEP)} &= \frac{\text{Fixed Cost}}{\text{Contribution Margin Ratio}} \\ &= \frac{\text{Rp. 17.591.186.344}}{0,11940} = \text{Rp 147.000.000.000} \end{aligned}$$

Dari perhitungan di atas, dapat disimpulkan bahwa perusahaan perlu mencapai tingkat penjualan minimum sebesar Rp 147.000.000.000 untuk menutupi semua biaya tetap dan variabelnya.

3.1.5 Analisis Data Keuangan

Data keuangan menganalisis informasi penjualan dan beban pokok penjualan dari laporan keuangan PT Nusa Palapa Gemilang Tbk untuk tahun yang berakhir pada 31 Desember 2021 dan 2020.

Tabel 4. Data Penjualan dan Beban Pokok Penjualan Tahun 2020-2021

Keterangan	2020	2021
Penjualan	Rp. 335.061.177.935	Rp. 352.351.492.552
Beban Pokok Penjualan	Rp. 251.432.121.461	Rp. 294.384.492.196

Sumber: *Keuangan Palapa Gemilang* (2021) *Laporan PT. Nusa Tbk*

Berikut adalah perhitungan pertumbuhan penjualan PT. Nusa Palapa Gemilang Tbk dari tahun 2020 ke 2021:

$$\begin{aligned} \text{Pertumbuhan Penjualan} &= \frac{\text{Penjualan 2021} - \text{Penjualan 2020}}{\text{Penjualan 2020}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp. 352.351.492.551} - \text{Rp. 335.061.177.935}}{\text{Rp. 335.061.177.935}} \times 100\% \\ &= \mathbf{5,16\%} \end{aligned}$$

Berikut adalah perhitungan pertumbuhan beban pokok penjualan PT. Nusa Palapa Gemilang Tbk dari tahun 2020 ke 2021:

$$\begin{aligned} \text{Pertumbuhan Beban Pokok Penjualan} &= \frac{\text{Beban Pokok Penjualan 2021} - \text{Beban Pokok Penjualan 2020}}{\text{Beban Pokok Penjualan 2020}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp. 294.384.492.196} - \text{Rp. 251.432.121.461}}{\text{Rp. 251.432.121.461}} \times 100\% \\ &= \mathbf{17,08\%} \end{aligned}$$

Tabel 5. Total Biaya PT. Nusa Palapa Gemilang Tbk Tahun 2021

Keterangan	Nominal
Beban Pokok Penjualan	Rp294.384.492.194
Beban Usaha	Rp36.583.529.306
Beban Keuangan (pinjaman bank)	Rp15.217.951.421
Beban Pajak Penghasilan	Rp1.243.806.339
Total Biaya	Rp347.429.779.260

Sumber: *diidentifikasi peneliti (2024)*

Berdasarkan data biaya di atas, laba bersih dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Laba Bersih} &= \text{Total Pendapatan} - \text{Total Biaya} \\ &= \text{Rp. 352.396.286.597} - \text{Rp. 347.429.779.260} \\ &= \text{Rp. 4.966.507.337} \end{aligned}$$

3.2 Pembahasan Analisis

PT Nusa Palapa Gemilang Tbk mencatat peningkatan penjualan sebesar 5.16% dari tahun 2020 ke 2021, menandakan pertumbuhan pendapatan yang positif. Namun, biaya pokok penjualan juga naik sebesar 17,08% dalam periode yang sama, menunjukkan bahwa biaya untuk menghasilkan penjualan meningkat lebih cepat daripada pertumbuhan penjualan. Meskipun terjadi peningkatan dalam penjualan, kenaikan beban pokok penjualan menunjukkan bahwa perusahaan tengah menghadapi tantangan dalam mengelola biaya produksi. Hal ini dapat mempengaruhi margin laba dan perlu dipertimbangkan dalam perencanaan keuangan dan strategi penjualan ke depan.

Selain itu, Pada tahun 2021, PT Nusa Palapa Gemilang Tbk berhasil mencatat total pendapatan sebesar Rp352.396.286.597. Pendapatan ini terdiri dari; Penjualan sebesar Rp352.351.492.551 dan Penghasilan lain-lain sebesar Rp44.794.046. Di sisi lain, total biaya yang harus ditanggung perusahaan meliputi beban pokok penjualan, total beban usaha, beban keuangan, dan beban pajak penghasilan, yang keseluruhannya berjumlah Rp347.429.779.260. Dengan menghitung selisih antara total pendapatan dan total biaya, perusahaan memperoleh laba bersih sebesar Rp4.966.507.337. Analisis menunjukkan margin kontribusi positif, yang berarti pendapatan penjualan mencukupi biaya variabel dan masih tersisa untuk menutupi biaya tetap serta mencapai laba. Hal ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya secara efisien dan efektif, sehingga profitabilitas dapat dipertahankan setelah menutupi semua biaya produksi, operasional, bunga, dan pajak. Namun, walaupun telah mencapai laba bersih yang signifikan, perusahaan perlu berhati-hati dalam mengelola peningkatan biaya produksi agar profitabilitas tetap berkelanjutan di masa depan. Dengan margin kontribusi yang positif, perusahaan dapat menetapkan harga produk dengan tepat, merencanakan volume produksi yang diperlukan untuk mencapai target laba, dan mengidentifikasi area di mana biaya variabel dapat dikurangi. Hal ini juga membantu dalam perencanaan strategis, memprioritaskan produk dengan margin kontribusi lebih tinggi, serta mengevaluasi kinerja produk untuk menentukan yang paling menguntungkan.

Dengan begitu, PT Nusa Palapa Gemilang Tbk dapat mengoptimalkan penggunaan sumber daya dan fokus pada produk yang lebih menguntungkan, memastikan keberlanjutan dan peningkatan profitabilitas di masa mendatang.

Perhitungan margin kontribusi menunjukkan bahwa margin kontribusi sangat berguna dalam perencanaan penjualan dan laba, serta membantu manajemen dalam pengambilan keputusan strategis. Dengan memahami margin kontribusi, perusahaan dapat menetapkan harga produk yang tepat, merencanakan volume produksi yang diperlukan untuk mencapai target laba, mencapai titik impas, meningkatkan efisiensi biaya, dan mengidentifikasi peluang untuk mengurangi biaya variabel. Margin kontribusi membantu dalam perencanaan strategis dengan memprioritaskan produk yang memberikan margin lebih tinggi. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan sumber daya dan fokus pada produk yang lebih menguntungkan.

Menggunakan margin kontribusi untuk merencanakan strategi penjualan yang efektif melibatkan langkah-langkah seperti menganalisis dan memfokuskan produk dengan margin kontribusi tinggi, menetapkan harga strategis, melakukan segmentasi pasar yang lebih baik, merencanakan volume penjualan yang realistis, serta mengembangkan promosi dan diskon berdasarkan margin kontribusi. Selain itu, margin kontribusi digunakan untuk mengevaluasi kinerja penjualan, memastikan strategi yang diterapkan berhasil, dan membantu perusahaan mengoptimalkan sumber daya serta fokus pada produk yang lebih menguntungkan.

Berdasarkan analisis contribution margin yang sudah dilakukan, berikut adalah beberapa strategi yang dapat diterapkan:

Tabel 6. Strategi Penjualan Berdasarkan Analisis Margin Kontribusi

Langkah	Strategi	Implementasi
Fokus pada Produk dengan Margin Kontribusi Tinggi	Tentukan produk dengan margin kontribusi tertinggi, seperti Nutrimix GT atau Pupuk NPK, dan tambahkan sumber daya untuk penjualan dan penjualan.	Lakukan kampanye penjualan yang lebih agresif untuk produk-produk ini, termasuk iklan, promosi, dan penawaran khusus untuk meningkatkan penjualan.
Penyesuaian harga dilakukan untuk meningkatkan margin.	Tinjau harga produk dengan margin kontribusi rendah dan pertimbangkan untuk menaikkan harga jika dimungkinkan oleh pasar.	Lakukan analisis pasar untuk memahami sensitivitas harga pelanggan dan lakukan uji coba harga untuk melihat dampaknya terhadap volume penjualan dan margin kontribusi.
Pengurangan Biaya Variabel	Menganalisis biaya variabel terkait dengan produk dan mencari cara untuk menguranginya, misalnya dengan bernegosiasi dengan pemasok atau mencari bahan baku alternatif yang lebih murah.	Lakukan audit biaya secara rutin untuk menemukan area di mana penghematan bisa dilakukan tanpa mengurangi kualitas produk.
Segmentasi Pasar dan Penargetan	Gunakan data margin kontribusi untuk mengidentifikasi segmen pasar yang paling menguntungkan dan sesuaikan strategi penjualan untuk menarik segmen tersebut.	Kembangkan kampanye penjualan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi segmen pasar dengan potensi margin kontribusi tinggi.
Promosi untuk Meningkatkan Volume Penjualan	Untuk produk dengan margin kontribusi yang baik, pertimbangkan memberikan promosi atau diskon untuk meningkatkan volume penjualan.	Rancanglah program loyalitas atau diskon untuk pembelian dalam jumlah besar guna menarik pelanggan baru dan meningkatkan penjualan produk.
Evaluasi dan Penyesuaian Strategi Penjualan	Evaluasi kinerja penjualan secara berkala berdasarkan margin kontribusi untuk menilai efektivitas strategi yang digunakan.	Gunakan laporan keuangan dan analisis margin kontribusi untuk membuat keputusan lebih baik tentang produk yang perlu dipromosikan atau dihentikan.
Diversifikasi Produk	Jika ada produk baru dengan potensi margin kontribusi tinggi, pertimbangkan untuk menambahkannya ke dalam portofolio.	Melakukan riset pasar untuk memahami kebutuhan pelanggan dan mengembangkan produk baru yang memenuhi kebutuhan tersebut dengan margin kontribusi yang baik.

Sumber: dianalisis peneliti (2024)

Untuk meningkatkan efektivitas penjualan dan profitabilitas, perusahaan perlu menerapkan langkah-langkah strategis berdasarkan analisis margin kontribusi diatas. Dengan fokus pada produk unggulan, penetapan harga yang tepat, pengurangan biaya variabel, segmentasi pasar yang akurat, evaluasi kinerja penjualan, dan diversifikasi produk, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi dan profitabilitas. Pendekatan ini memaksimalkan penggunaan sumber daya dan mendukung pencapaian tujuan keuangan serta profitabilitas yang berkelanjutan di masa depan.

4. KESIMPULAN

Dokumen ini menyajikan analisis mendalam tentang Margin Kontribusi sebagai alat penting dalam manajemen keuangan perusahaan. Margin Kontribusi adalah selisih antara pendapatan penjualan dan biaya variabel. Ini digunakan untuk mengevaluasi efisiensi operasional dan potensi laba produk yang dijual. Dengan melakukan perhitungan dan analisis, perusahaan dapat mengetahui jumlah pendapatan yang tersisa setelah menutupi biaya variabel. Hal ini dapat digunakan untuk menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba.

Analisis Margin Kontribusi membantu dalam menentukan harga produk, merencanakan volume produksi, mengidentifikasi produk yang paling menguntungkan, dan mengalokasikan sumber daya secara efisien. Dengan memahami struktur biaya dan potensi laba, perusahaan dapat mencapai titik impas (*Break Even Point*) dan merencanakan strategi penjualan yang lebih efektif.

Hasil analisis menunjukkan bahwa fokus pada produk dengan Margin Kontribusi tinggi dapat meningkatkan profitabilitas. Selain itu, perusahaan disarankan untuk melakukan evaluasi berkala terhadap kinerja produk dan strategi penjualan berdasarkan Margin Kontribusi untuk memastikan bahwa keputusan yang diambil mendukung tujuan keuangan jangka panjang. Secara keseluruhan, pemahaman dan penerapan analisis Margin Kontribusi merupakan langkah strategis yang dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan efisiensi operasional, mengoptimalkan penggunaan sumber daya, dan tetap kompetitif di pasar yang semakin ketat.

REFERENSI

- [1] Nisih Bachruddin, E., Alexander, S. W., Kalalo, M. Y. B., Akuntansi, J., Ekonomi, F., Bisnis, D., Ratulangi, S., Kampus, J., & Bahu, U. (2022). Analisis Perencanaan Laba Sebagai Dasar Menggunakan Cost Volume Profit (Cvp) Pada Pt. Sinar Galesong Mandiri Cabang Manado. *Going Concern : Jurnal Riset Akuntansi*, 17(2), 66–76.
- [2] Badriah, E., Eva Faridah, Purnamasari, & Asep Nurwanda. (2023). Pengaruh Biaya Variabel Terhadap Margin Kontribusi. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 6(2), 377–384. <https://doi.org/10.31949/maro.v6i2.7387>
- [3] Rosyalia, S., Korawijayanti, L., & -, H. (2019). Pemanfaatan Analisis Biaya Volume Laba Sebagai Alat Dalam Perencanaan Laba Pada Pt Inko Java Semarang. *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (AKUNBISNIS)*, 2(1), 20. <https://doi.org/10.32497/akunbisnis.v2i1.1522>
- [4] Ghozali, Z., Saleh, R., & Sutandi, S. (2019). Analisis Kontribusi Margin CV. Cahaya Motor Kayuagung Tahun 2015-2017. *Jurnal Ekobis Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 45–57.

- [5] Suharlina, S., Umar, St. H., & Ferils, M. (2024). *Optimasi Penjualan Material Stone Crusher: Analisis Margin Kontribusi di PT Danu Nusantara*. 32–43.
- [6] Hanafi, M., Nurmala, N., & Putra, A. E. (2022). Analisis Perhitungan Cost Volume dan Profit Sebagai Dasar Perencanaan Laba Pada PT. Sariguna Primatirta Tbk. *Jurnal Media Akuntansi (Mediasi)*, 5(1), 38–48. <https://doi.org/10.31851/jmediasi.v5i1.9366>
- [7] Ogowang, J. (2021). Some Non-Linear Problems in Accounting and Finance: Can we Apply Regression? *International Journal of Business, Economics and Management*, 8(2), 81–99. <https://doi.org/10.18488/journal.62.2021.82.81.99>
- [8] Kurniawan, A., Natania Rahma, N., Febriyanti, D., Khayyiratun Nafilah, N., Siti Safuroh, F., & Pelita Bangsa, U. (2024). Optimalisasi Biaya Produksi Melalui Analisis Break-Even Point Dan Pengendalian Variabel Biaya. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(4), 350–355. <https://doi.org/10.62017/wanargi>
- [9] Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, T. (2020). 濟無No Title No Title No Title. *Journal GEEJ*, 7(2).
- [10] Ramdani, D. (2021). Margin Laba Bersih dan Perilaku Pemegang Saham Mayoritas terhadap Pergerakan Harga Saham pada Ex-Dividend Date. *AFRE (Accounting and Financial Review)*, 4(1), 129–136. <https://doi.org/10.26905/afr.v4i1.6079>