

Analisis Biaya Volume Laba Pada UMKM Kebab Palestina Uncle Hasan

Antonya Rumondang Sinaga¹, Nadira Naira Zahra², Muhammad Fatih Fauzan Azhim³,
Nabilah Ratu Zahrah⁴, Faldiena Marcelita⁵

^{1,2,3,4} Manajemen Industri, Sekolah Vokasi, Institut Pertanian Bogor

⁵ Teknologi Rekayasa Komputer, Sekolah Vokasi, Institut Pertanian Bogor

ARTICLE INFO

Article history:

Received Jun 02, 2026

Revised Jun 18, 2026

Accepted Jun 28, 2026

Keywords:

Akuntansi Biaya;
Break-Even Point;
Cost-Volume-Profit (CVP);
Laba Operasi.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba pada UMKM Kebab Palestina Uncle Hasan menggunakan metode Cost Volume Profit (CVP). Penelitian dilakukan pada UMKM Kebab Palestina Uncle Hasan yang berlokasi di Kota Bogor dengan menggunakan pendekatan mixed methods yang didominasi metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara langsung dan pengolahan data menggunakan Microsoft Excel. Analisis yang dilakukan meliputi perhitungan biaya variabel, biaya tetap, contribution margin, dan Break Even Point (BEP). Hasil penelitian menunjukkan bahwa total contribution margin usaha sebesar Rp118.485.200 mampu menutupi total biaya tetap sebesar Rp50.607.083 sehingga usaha memperoleh laba operasional yang baik. Produk kebab ayam memberikan contribution margin terbesar sebesar Rp55.046.400 karena memiliki volume penjualan tertinggi dan biaya variabel yang relatif rendah. Produk kebab sapi juga memberikan kontribusi laba yang cukup besar meskipun memiliki biaya bahan baku lebih tinggi, sedangkan produk kebab kambing memiliki contribution margin paling rendah akibat tingginya biaya variabel dan rendahnya volume penjualan. Hasil analisis Break Even Point menunjukkan seluruh produk telah melampaui titik impas sehingga usaha berada dalam kondisi menguntungkan. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengendalian biaya produksi dan peningkatan volume penjualan menjadi faktor penting dalam meningkatkan profitabilitas dan mendukung keberlanjutan usaha Kebab Palestina Uncle Hasan.



Corresponding Author:

Antonya Rumondang Sinaga
Manajemen Industri, Sekolah Vokasi
Institut Pertanian Bogor
Jl. Kumbang No.14, RT.02/RW.06, Jawa Barat, 16128. Indonesia
Email: antonya@apps.ipb.ac.id

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting kontribusi yang besar terhadap perekonomian di Indonesia. Tidak hanya menjadi penggerak kegiatan ekonomi lokal, tetapi juga berperan penting dalam menciptakan lapangan pekerjaan, mengurangi tingkat pengangguran, dan untuk pemerataan perekonomian. Berdasarkan data dari kementerian koperasi dan UKM, UMKM menyumbang sekitar 61% dari Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional atau setara dengan Rp9.580 triliun, serta menyerap 97% dari total tenaga kerja di Indonesia. Dengan jumlah mencapai 65,5 juta unit usaha atau sekitar 99% dari total unit usaha yang ada. UMKM menjadi peran penting dalam

mendukung perekonomian nasional. (Kholifah & Andini, 2024). UMKM juga menjadi peran yang strategis dalam mendukung pembangunan inklusif, terutama di wilayah yang jauh dari pusat perekonomian. Peran UMKM dalam mendukung pembangunan inklusif di berbagai daerah membuktikan bahwa sektor ini mampu membantu pemerataan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Semakin pesatnya perkembangan UMKM tentunya akan meningkatkan kompetisi, terutama dalam industri yang sama. Oleh karena itu, pemilik UMKM harus memiliki strategi untuk bertahan dan meraih pasar, salah satunya dengan meningkatkan jumlah penjualan produk atau meminimumkan biaya produksi sehingga keuntungan yang diperoleh dapat maksimal (Rahmi et al., 2023). Dalam menghadapi persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat, pengelolaan biaya menjadi hal yang sangat penting karena dapat membantu pelaku usaha mengendalikan pengeluaran operasional agar usaha tetap berjalan secara efisien. Selain itu, perencanaan laba juga diperlukan agar pelaku usaha dapat menentukan target keuntungan yang ingin dicapai dan menyusun strategi penjualan yang tepat. Salah satu metode yang dapat digunakan dalam membantu perencanaan laba dan pengambilan keputusan usaha adalah analisis Cost Volume Profit (CVP). Analisis CVP membantu pelaku usaha memahami hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba sehingga dapat digunakan untuk menentukan titik impas (break even point), margin of safety, serta target penjualan yang harus dicapai agar memperoleh laba yang diinginkan. Dengan adanya analisis CVP, pelaku usaha dapat mengambil keputusan bisnis secara lebih efektif dan terukur.

UMKM Kebab Uncle Hasan, yang didirikan pada tahun 2018 di Bangbarung, Kabupaten Bogor, menjadi studi kasus yang relevan dalam penelitian ini karena memiliki perkembangan usaha yang cukup pesat. Dengan fokus pada kebab khas Palestina, bisnis ini berhasil mencatat pertumbuhan pendapatan rata-rata 20% per tahun dan hingga akhir tahun 2024 telah mengelola empat gerai. Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa Kebab Uncle Hasan mampu bersaing dan terus berkembang di tengah persaingan bisnis kuliner. Saat manajemen merencanakan ekspansi ke wilayah baru, kebutuhan modal yang semakin besar menuntut pengelolaan komposisi utang dan ekuitas yang tepat agar tidak membebani arus kas operasional. Oleh karena itu, penelitian ini akan menganalisis Biaya-Volume-Laba (CVP) untuk mengetahui hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis. Kebab Uncle Hasan dipilih sebagai objek penelitian karena usahanya yang sedang berkembang dan menghadapi tantangan dalam perencanaan laba serta pengelolaan biaya untuk mendukung keberlanjutan dan ekspansi usaha di masa depan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba pada usaha Kebab Uncle Hasan melalui penerapan analisis Cost Volume Profit (CVP). Analisis tersebut dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh perubahan biaya dan volume penjualan terhadap laba usaha yang diperoleh. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui titik impas atau break even point usaha sebagai dasar dalam menentukan batas minimal penjualan agar usaha tidak mengalami kerugian. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui tingkat keamanan penjualan (margin of safety) sehingga dapat diketahui seberapa besar penurunan penjualan yang masih dapat ditoleransi oleh usaha. Selain itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui target laba yang ingin dicapai oleh usaha Kebab Uncle Hasan sehingga dapat membantu pemilik usaha dalam menyusun strategi penjualan dan pengambilan keputusan bisnis secara lebih efektif.

2. METODE

Penelitian ini dilaksanakan pada UMKM Kebab Palestina Uncle Hassan yang berlokasi di Jl. Achmad Sobana No.1A, RT.01/RW.07, Tegal Gundil, Kecamatan Bogor Utara, Kota Bogor, Jawa Barat, pada tanggal 7 Maret 2026. UMKM ini dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki perkembangan usaha yang cukup baik. Selain itu, lokasi usaha yang strategis dan berada di kawasan ramai juga menjadi faktor pendukung tingginya aktivitas penjualan. Selain itu, usaha ini memiliki beberapa variasi produk dan sistem operasional yang sesuai untuk dianalisis menggunakan metode Cost Volume Profit (CVP) dalam mengetahui hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba usaha.

Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Siroj et al., 2024). Penelitian ini menggunakan pendekatan mixed methods dengan

dominasi kuantitatif. Pendekatan ini digunakan untuk menggabungkan data kuantitatif berupa perhitungan Cost Volume Profit (CVP) dengan data kualitatif hasil wawancara sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai kondisi keuangan usaha.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara dan pengolahan data menggunakan Microsoft Excel. Wawancara dilakukan secara langsung dengan pihak UMKM Kebab Palestina Uncle Hassan untuk memperoleh informasi mengenai sistem penjualan, biaya operasional, harga jual produk, volume penjualan, serta pengelolaan usaha.

Data yang diperoleh dari hasil wawancara kemudian diolah menggunakan Microsoft Excel untuk menghitung biaya variabel (variable cost), biaya tetap (fixed cost), contribution margin, dan Break Even Point (BEP). Pengolahan data tersebut dilakukan sebagai dasar dalam analisis Cost Volume Profit (CVP) guna mengetahui hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba usaha.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Variabel Cost Unit

Biaya variabel adalah biaya yang berubah secara proporsional dengan tingkat produksi atau penjualan. Dengan kata lain, biaya variabel adalah biaya yang berhubungan langsung dengan produksi suatu barang (Nabilla et al, 2024). Metode variable costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang bersifat variabel ke dalam perhitungan harga pokok produk. Pada penelitian ini, biaya variabel yang digunakan terdiri atas biaya bahan baku utama dan bahan pendukung produksi seperti daging, tortilla, sayuran, saus, aluminium foil, dan stiker kemasan.

Variable Cost Unit Kebab Ayam							
Bahan-Bahan							
No	BAHAN BAKU	Satuan	Kuantitas	Harga	Jumlah	VQU	VCU
1	Daging Ayam Fillet	kg	206	Rp72,000	Rp14,832,000	0.06	Rp4,495
2	Tortilla / Kulit Kebab	pcs	3,300	Rp1,000	Rp3,300,000	1.00	Rp1,000
3	Sayuran Selada	kg	82	Rp9,600	Rp787,200	0.02	Rp239
4	Sayuran Kentang	kg	132	Rp16,000	Rp2,112,000	0.04	Rp640
5	Saus	pack	66	Rp24,000	Rp1,584,000	0.02	Rp480
6	Aluminium foil	pcs	3,300	Rp500	Rp1,650,000	1.00	Rp500
7	Stiker	pcs	3,300	Rp300	Rp990,000	1.00	Rp300
Total Variable Cost Unit						Rp7,653	
Total Biaya Produksi						Rp25,255,200	

Gambar 1. Analisis Variable Cost Unit Kebab Sapi

Berdasarkan hasil perhitungan, produk kebab ayam memiliki total variable cost unit sebesar Rp7.653 per unit dengan total biaya produksi sebesar Rp25.255.200. Komponen biaya terbesar berasal dari daging ayam fillet sebesar Rp4.495 per unit. Tingginya penggunaan bahan baku daging menyebabkan biaya produksi kebab ayam cukup besar dibandingkan komponen lainnya.

Variable Cost Unit kebab Sapi							
Bahan-Bahan							
No	BAHAN BAKU	Satuan	Kuantitas	Harga	Jumlah	VQU	VCU
1	Daging sapi	kg	131	Rp130,000	Rp17,030,000	0.06	Rp8,110
2	Tortilla / Kulit Kebab	pcs	2,100	Rp1,000	Rp2,100,000	1.00	Rp1,000
3	Sayuran Selada	kg	52	Rp9,600	Rp499,200	0.02	Rp238
4	Sayuran Kentang	kg	84	Rp16,000	Rp1,344,000	0.04	Rp640
5	Saus	pack	42	Rp24,000	Rp1,008,000	0.02	Rp480
6	Aluminium foil	pcs	2,100	Rp500	Rp1,050,000	1.00	Rp500
7	Stiker	pcs	2,100	Rp300	Rp630,000	1.00	Rp300
Total Variable Cost Unit						Rp11,267	
Total Biaya Produksi						Rp23,661,200	

Gambar 2. Analisis Variable Cost Unit Kebab Sapi

Produk kebab sapi memiliki variable cost unit sebesar Rp11.267 per unit dengan total biaya produksi sebesar Rp23.661.200. Biaya produksi produk ini lebih tinggi dibandingkan kebab ayam karena harga daging sapi relatif lebih mahal sehingga memengaruhi total biaya variabel per unit.

Variable Cost Unit kebab Kambing							
Bahan-Bahan							
No	BAHAN BAKU	Satuan	Kuantitas	Harga	Jumlah	VQU	VCU
1	Daging Kambing	kg	37	Rp160,000	Rp5,920,000	0.06	Rp9,867
2	Tortilla / Kulit Kebab	pcs	600	Rp1,000	Rp600,000	1.00	Rp1,000
3	Sayuran Selada	kg	15	Rp9,600	Rp144,000	0.03	Rp240
4	Sayuran Kentang	kg	24	Rp16,000	Rp384,000	0.04	Rp640
5	Saus	pack	12	Rp24,000	Rp288,000	0.02	Rp480
6	Aluminium foil	pcs	600	Rp500	Rp300,000	1.00	Rp500
7	Stiker	pcs	600	Rp300	Rp180,000	1.00	Rp300
Total Variable Cost Unit						Rp13,027	
Total Biaya Produksi						Rp7,816,000	

Gambar 3. Analisis Variable Cost Unit Kebab Kambing

Sementara itu, produk kebab kambing memiliki variable cost unit tertinggi yaitu sebesar Rp13.027 per unit dengan total biaya produksi sebesar Rp7.816.000. Tingginya biaya variabel pada produk ini dipengaruhi oleh harga daging kambing yang paling mahal dibandingkan bahan baku lainnya. Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa perbedaan biaya variabel pada setiap produk dipengaruhi oleh harga bahan baku utama, terutama jenis daging yang digunakan dalam proses produksi.

Analisis Fixed Cost dan Overhead Cost

Biaya tetap atau fixed cost merupakan biaya operasional yang jumlahnya cenderung tetap dan tidak dipengaruhi oleh perubahan volume produksi maupun aktivitas usaha dalam suatu periode tertentu (Nabilla et al., 2024). Berdasarkan hasil analisis, total biaya tetap UMKM Kebab Uncle Hasan sebesar Rp50.607.083 per bulan.

Analisis Biaya Overhead Dan Fixed Cost							
PENYUSUTAN PERALATAN & ASET							
No	Komponen Biaya	Jumlah Fisik	Harga per Satuan (Rp)	Jumlah Biaya (Rp)	Umur Ekonomis (Tahun)	Nilai Penyusutan (Tahun)	Nilai Sisa
1	Panggang Kebab	2.00	Rp2.500.000	Rp5.000.000	5	Rp1.000.000	
2	Wajan daging Custom	3.00	Rp450.000	Rp1.350.000	3	Rp450.000	
3	Kompur Custom	3.00	Rp450.000	Rp1.350.000	3	Rp450.000	
4	Alat potong Kentang	1.00	Rp450.000	Rp450.000	2	Rp225.000	
5	Freezer Lemari Daging	2.00	Rp3.500.000	Rp7.000.000	5	Rp1.400.000	
6	Bright gas	4.00	Rp500.000	Rp2.000.000	10	Rp200.000	
Jumlah				Rp17.150.000		Rp3.725.000	

Total Biaya Tetap					
No	Komponen Biaya Lainnya	Jumlah	Unit	Biaya per unit	Total biaya 1 bulan
1	Gaji karyawan	13	orang	Rp2.500.000	Rp32.500.000
2	Tunjangan Uang Makan Karyawan	13	Orang	Rp300.000	Rp3.900.000
3	Biaya Listrik	1205.545509	Kwh	Rp1.659	Rp2.000.000
4	Refill Gas	13	Tabung	Rp210.000	Rp2.730.000
5	Biaya Sewa Ruko	12	Bulan	110000000	Rp9.166.667
6	Biaya Penyusutan Aset dan Alas	-	-	-	Rp310.417
Total Biaya Tetap					Rp50.607.083

Gambar 4. Analisis Fixed Cost dan Overhead Cost

Komponen biaya terbesar berasal dari gaji karyawan sebesar Rp32.500.000 per bulan. Selain itu, biaya tetap lainnya terdiri atas tunjangan makan karyawan sebesar Rp3.900.000, biaya listrik sebesar Rp2.000.000, biaya refill gas sebesar Rp2.730.000, biaya sewa ruko sebesar Rp9.166.667, serta biaya penyusutan aset dan alat sebesar Rp310.417 per bulan. Biaya overhead berasal dari penyusutan aset dan peralatan produksi seperti panggang kebab, kompor custom, freezer lemari daging, alat potong kentang, dan bright gas. Total nilai penyusutan aset mencapai Rp3.725.000 per tahun atau sebesar Rp310.417 per bulan. Besarnya biaya tetap menunjukkan bahwa operasional usaha masih sangat bergantung pada tenaga kerja dan penggunaan fasilitas produksi. Oleh karena itu, perusahaan perlu menjaga kestabilan volume penjualan agar biaya tetap dapat tertutupi dan usaha tetap memperoleh laba.

Analisis Contribution Margin

Contribution Margin per Unit adalah selisih antara harga jual per unit suatu produk atau layanan dengan biaya variabel per unit yang terkait dengan produksi atau penjualan produk atau layanan tersebut (Halawa & Palupiningtyas, 2024). Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi masing-masing produk dalam menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba perusahaan. Contribution Margin per Unit=Harga Jual per Unit–Biaya Variabel per Unit

No	Jenis Produk	Harga Jual/unit	Penjualan 1 Bulan	Total Penjualan per bulan	Biaya Variabel	Contribution Margin	Contribution Margin Ratio
1	Kebab Ayam	15.000	3300	49.500.000	25.255.200	24.244.800	49%
2	Kebab Sapi	20.000	2100	42.000.000	23.661.200	18.338.800	44%
3	Kebab Kambing	25.000	600	15.000.000	7.816.000	7.184.000	48%

Gambar 5. Analisis Contribution Margin

Berdasarkan hasil perhitungan, produk kebab ayam memiliki total penjualan sebesar Rp49.500.000 dengan biaya variabel sebesar Rp25.255.200 sehingga menghasilkan contribution margin sebesar Rp24.244.800. Tingginya contribution margin menunjukkan bahwa produk kebab ayam memberikan kontribusi laba yang cukup besar bagi perusahaan.

Produk kebab sapi memperoleh total penjualan sebesar Rp42.000.000 dengan biaya variabel sebesar Rp23.661.200 sehingga menghasilkan contribution margin sebesar Rp18.338.800. Produk ini juga memberikan kontribusi laba yang cukup baik meskipun biaya produksinya relatif lebih tinggi dibandingkan kebab ayam.

Sementara itu, produk kebab kambing memiliki total penjualan sebesar Rp15.000.000 dengan biaya variabel sebesar Rp7.816.000 sehingga menghasilkan contribution margin sebesar Rp7.184.000. Nilai contribution margin yang lebih rendah menunjukkan bahwa produk kebab kambing memiliki tingkat penjualan yang masih terbatas dibandingkan produk lainnya.

Secara keseluruhan, total penjualan seluruh produk mencapai Rp106.500.000 dengan total biaya variabel sebesar Rp56.732.400 dan total contribution margin sebesar Rp40.178.889. Hasil ini menunjukkan bahwa usaha mampu menghasilkan contribution margin yang cukup baik untuk menutupi biaya tetap perusahaan dan memperoleh keuntungan.

Analisis Break Event Point

Break Even Point (BEP) merupakan kondisi ketika total pendapatan yang diperoleh perusahaan sama dengan total biaya yang dikeluarkan, sehingga perusahaan tidak mengalami keuntungan maupun kerugian. Dengan kata lain, suatu usaha dikatakan impas apabila hasil penjualan produk pada suatu periode mampu menutupi seluruh biaya yang ditanggung perusahaan (Supriatna et al., 2023). Analisis BEP digunakan untuk mengetahui jumlah minimum penjualan yang harus dicapai agar usaha dapat menutupi seluruh biaya operasionalnya. Rumus yang digunakan dalam perhitungan Break Event Point (BEP) untuk menentukan jumlah unit ditunjukkan pada Persamaan berikut:

- A. FC = Biaya Tetap
- B. P = Harga Jual per Unit
- C. V = Biaya Variabel per Unit

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh nilai Break Even Point pada masing-masing produk sebagai berikut:

Jenis Produk	Harga Jual/Unit	Biaya Variabel/Unit	CM/Unit	Fix Cost/Produk	BEP
Kebab Ayam	15,000	7653	Rp7,346.9091	Rp5,859.768	798
Kebab Sapi	20,000	11267	Rp8.732.762	Rp3,728.943	427
Kebab Kambing	25,000	13027	Rp11.973.333	Rp1,065.412	89

Gambar 6. Analisis Break Even Point

Berdasarkan hasil perhitungan, produk kebab ayam memiliki nilai BEP sebesar 798 unit, sedangkan penjualan aktual mencapai 3.300 unit. Hal ini menunjukkan bahwa produk kebab ayam telah berhasil melewati titik impas dan mampu memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Produk kebab sapi memiliki nilai BEP sebesar 427 unit dengan penjualan aktual sebesar 2.100 unit. Hasil tersebut menunjukkan bahwa produk kebab sapi juga telah melampaui titik impas sehingga mampu memberikan laba bagi usaha.

Sementara itu, produk kebab kambing memiliki nilai BEP sebesar 89 unit dengan penjualan aktual sebesar 600 unit. Hal ini menunjukkan bahwa produk kebab kambing juga telah berhasil melewati titik impas meskipun volume penjualannya lebih rendah dibandingkan produk lainnya.

Secara keseluruhan, seluruh produk telah berhasil melampaui titik impas karena volume penjualan aktual lebih tinggi dibandingkan nilai BEP masing-masing produk. Kondisi ini menunjukkan bahwa UKM Kebab Uncle Hasan memiliki tingkat penjualan yang baik dan usaha berada pada kondisi yang menguntungkan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis Cost Volume Profit (CVP) yang telah dilakukan, dapat disimpulkan UMKM Kebab Palestina Uncle Hasan menunjukkan kondisi usaha yang sehat dan layak untuk dikembangkan. Total contribution margin usaha sebesar Rp118.485.200 per bulan mampu menutupi total biaya tetap sebesar Rp50.607.083, sehingga usaha dapat menghasilkan laba operasional yang baik. Produk kebab ayam memberikan contribution margin terbesar yaitu Rp55.046.400 atau sekitar 46,5% dari total contribution margin, didukung oleh volume penjualan tertinggi sebanyak 7.500 unit per bulan dan biaya variabel yang relatif lebih rendah. Sementara itu, kebab sapi juga memberikan kontribusi laba yang besar sebesar Rp50.984.400 meskipun memiliki biaya bahan baku lebih tinggi akibat harga daging sapi yang mahal. Produk kebab kambing memiliki contribution margin paling rendah yaitu Rp12.454.400 karena tingginya biaya variabel per unit sebesar Rp16.697 serta volume penjualan yang lebih rendah dibandingkan produk lainnya. Selain itu, total biaya produksi usaha didominasi oleh biaya bahan baku daging sebagai komponen utama biaya variabel, sedangkan biaya tetap terbesar berasal dari gaji karyawan dan sewa ruko. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengendalian biaya produksi dan peningkatan volume penjualan, khususnya pada produk unggulan seperti kebab ayam dan kebab sapi, menjadi faktor penting dalam meningkatkan profitabilitas dan mendukung keberlanjutan serta ekspansi usaha Kebab Palestina Uncle Hasan di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, A. N., Damayanti, F., Lestari, I., & Sahara, R. N. (2024). Peran UMKM Terhadap Perekonomian di Indonesia. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 3(2), 459–466.
- Azis, F., & Fadhilah, T. (2022). Optimasi Penugasan Operator Mesin Menggunakan Metode Hungarian pada CV. UMTop. *JRMST: Jurnal Riset Matematika dan Sains Terapan*, 2(1), 1–10.

- Hidayat, M., & Pratama, A. (2023). Analisis Variable Cost dalam Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi pada UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 10(3), 88–96.
- Prihatini, A. D., Dwi W, A. N., Kurnianingsih, A., & Ratnawati. (2024). Analisis Contribution Margin terhadap Perencanaan Penjualan Produk Salad Bola Buah. *Indonesian Journal of Economics Management and Accounting*, 1(11), 1214–1221.
- Rachman, A., & Nurhayati, S. (2023). Analisis Break Even Point sebagai Alat perencanaan laba pada usaha mikro kecil menengah. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 5(2), 112–120.
- Rahmi, F., Hafisyah, Dahar, R., & Yanti, N. S. P. (2023). Analisis cost volume profit (CVP) dalam perencanaan laba pada UMKM Berkat Usaha. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi Bisnis*, 12(2), 57–60.
- Romdona, S., Junista, S. S., & Gunawan, A. (2024). Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara dan Kuesioner. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 7(1), 39–47.
- Sari, D., & Putra, R. (2024). Contribution Margin dalam Pengambilan Keputusan Perencanaan Laba Usaha. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 8(1), 45–53.
- Siroj, R. A., Afgani, W., Fatimah, F., Septaria, D., & Salsabila, G. Z. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif pendekatan ilmiah untuk analisis data. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(3), 11279–11288.
- Wijoyo, T. A., Putri, J. A., Aninditya, F. A., & Jabbar, U. A. (2023). Catering To Guest Satisfaction: Assessing The Influence Of Service Quality And Sharia Compliance. *International Conference On Digital Advanced Tourism Management And Technology*, 1 (2), 656–662. <https://doi.org/10.56910/ictmt.v1i2.144>