

ABSTRAK

AMIROH LUTFIAH MUKNISAH. Analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP) dan Penetapan Harga Dari Inovasi Model Bisnis Aleena Label. Dibimbing oleh Dr. Chandra Situmeang, S.E., M.S.M., M.Pd., Ak.,CA., CPA. dan MARYAM MONIKA RANGKUTI, S.E., M.Si.

Persaingan bisnis di era *digital marketing* semakin ketat. Para pelaku usaha dituntut harus kreatif dan inovatif dalam memanfaatkan peluang yang ada. Para pelaku usaha juga harus mampu mendesain model keputusan yang tepat agar dapat bertahan dalam industrinya, salah satunya dengan cara menciptakan inovasi baru yang unik yang bertujuan untuk menambah nilai dari produk tersebut. Tujuan dari pendirian suatu usaha salah satunya adalah memperoleh laba, maka para pelaku usaha harus dapat memperhitungkan seluruh biaya-biaya yang ada sehingga dapat ditentukan laba serta harga jual dari produk tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membantu para pelaku usaha agar dapat dengan mudah mengimplementasikan *Cost-Volume-Profit* sebagai alat bantu perencanaan laba dan perhitungan harga pokok produksi setelah melakukan inovasi bisnis untuk penetapan harga jual. Penelitian ini menggunakan metode penelitian *mixed method* yang menggabungkan antara data kualitatif dengan kuantitatif. Dalam penelitian ini dilakukan pengujian inovasi model bisnis selama satu bulan dengan menggunakan *Business Model Canvas*, *Progress Board*, *Testing Card* dan *Learning Card*. Dari hasil analisis ditemukan bahwa inovasi yang dilakukan mendapatkan dampak positif dengan meningkatnya *insight* serta pendapatan melalui *Shopee*. Total dari margin kontribusi Aleena Label sebesar Rp 2.818.324. Aleena Label berada di titik impas apabila mendapatkan penjualan sebesar Rp 5.119.241 atau setara dengan 58 unit produk. Titik keamanan (*Margin of Safety*) Rp 7.251.759 dengan penjualan sebanyak 81 unit. DOL sebesar 1,71 atau 171% yang artinya apabila penjualan pada bisnis rintisan Aleena Label naik 100% maka perusahaan akan mendapatkan kenaikan laba sebesar 171%. Target laba Aleena Label sebesar 30% maka Aleena Label harus mampu menjual sebanyak 241 unit dan mendapatkan laba bersih sebesar Rp 3.711.300. Pada penetapan harga apabila Aleena Label menginginkan laba sebesar 30% namun unit yang dijual sesuai dengan total unit dalam satu kali masa produksi sebanyak 139 unit. Maka Aleena Label dapat menaikkan harga jual sebesar Rp 100.249 dengan total HPP sebesar Rp 77.115 selisih Rp 23.134 dan terjadi peningkatan harga jual dari Rp 89.000 menjadi Rp 100.249. Jika Aleena Label berhasil menjual 139 unit dengan harga Rp 100.249 maka akan mendapatkan laba bersih sebesar Rp 3.215.678.

Kata kunci: *cost-volume-profit*, penetapan harga, inovasi model bisnis, kertas kerja, *business model canvas*.

ABSTRACT

AMIROH LUTFIAH MUKNISAH. *Cost-Volume-Profit (CVP) Analysis and Pricing From Aleena Label's Business Model Innovation. Guide by Dr. Chandra Situmeang, S.E., M.S.M., M.Pd., Ak.,CA., CPA. and MARYAM MONIKA RANGKUTI, S.E., M.Si.*

Business competition in the digital marketing era is getting tougher. Business actors must be creative and innovative in taking advantage of existing opportunities. Business actors must also be able to design the right decision model in order to survive in their industry, one of which is by creating new innovations that aim to add value to these products. One of the objectives of establishing a business is to make a profit, so business actors can calculate all existing costs so that the profit and price of the product can be determined. The purpose of this research is to help business actors to easily implement Cost-Volume-Profit as a tool for profit planning and calculation of cost of production after carrying out business innovations for setting selling prices. This study uses a mixed methods research method that combines qualitative and quantitative data. In this research, a one-month business innovation model was tested using the Business Model Canvas, Progress Board, Testing Cards and Learning Cards. From the results of the innovation discovery analysis carried out, it has a positive impact with that insight and income through Shopee. The total of Aleena Label's contribution margin is IDR 2,818,324. Aleena Label is at the breakeven point when it gets sales of IDR 5,119,241 or the equivalent of 58 product units. Point of Safety (Margin of Safety) IDR 7,251,759 with sales of 81 units. The DOL is 1.71 or 171%, which means that if sales at Aleena Label's pilot business increase by 100%, the company will get a profit increase of 171%. Aleena Label's profit target is 30%, so Aleena Label must be able to sell 241 units and earn a net profit of IDR 3,711,300. In pricing, if Aleena Label wants a profit of 30% but the units sold are in accordance with the total units in one production period of 139 units. So Aleena Label was able to increase the selling price by IDR 100,249 with a total COGS of IDR 77,115, a difference of Rp. 23,134 and an increase in the selling price from IDR 89,000 to Rp. 100,249. If Aleena Label succeeds in selling 139 units at a price of IDR 100,249, it will get a net profit of IDR 3,215,678.

Keywords: cost-volume-profit, pricing, business model innovation, working papers, business model canvas.