



ANALISIS MARGIN KONTRIBUSI SEBAGAI PERENCANAAN PENJUALAN PT.SIANTAR TOP TBK,

Putri Anjani¹
Universitas Terbuka¹
[Pa349297@gmail.com¹](mailto:Pa349297@gmail.com)

ABSTRACK

The study aims to investigate the role and significance of contribution margin analysis in the context of Siantar Top Tbk's sales planning. The results of the research show that contribution marginal analysis has become a powerful instrument in helping the management of Pt. Siantar top tbk in optimizing sales strategy. By understanding the relative contribution of each product or service, management can allocate resources efficiently, increase focus on the most profitable products, and identify areas where operational efficiency can be improved. The findings of this research make important contributions to the cost management and sales planning literature, as well as provide practical insights for corporate management in the face of complex market challenges.

Keywords: Contribution Margin, Sales Planning, Cost Management, Profitability, Operational Efficiency

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki peran serta signifikansi analisis margin kontribusi dalam konteks perencanaan penjualan PT. Siantar Top Tbk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis margin kontribusi telah menjadi instrumen yang kuat dalam membantu manajemen PT. Siantar Top Tbk dalam mengoptimalkan strategi penjualan. Dengan memahami kontribusi relatif dari setiap produk atau layanan, manajemen dapat mengalokasikan sumber daya secara efisien, meningkatkan fokus pada produk yang paling menguntungkan, dan mengidentifikasi area di mana efisiensi operasional dapat ditingkatkan. Temuan penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi literatur manajemen biaya dan perencanaan penjualan, serta memberikan wawasan praktis bagi manajemen perusahaan dalam menghadapi tantangan pasar yang kompleks.

Kata Kunci: Margin Kontribusi, Perencanaan Penjualan, Manajemen Biaya, Profitabilitas, Efisiensi Operasional

PENDAHULUAN

Pada tahun 1972 PT. Siantar Top Tbk didirikan dan di tahun 1996 menjadi perusahaan publik bursa efek pada tahun tersebut. Sejak itu, perusahaan terus berkembang dan memperkuat posisinya sebagai pemimpin dalam industri manufaktur makanan ringan. Dengan melakukan ekspansi ke beberapa wilayah di Asia, termasuk Cina, Siantar Top memperluas cakupannya. Seiring waktu, perusahaan tersebut akan terus meningkatkan mutu semua produknya agar dapat



diterima oleh berbagai kalangan. Karena kualitas produk yang unggul, berbagai produk Siantar Top saat ini dinikmati oleh konsumen di seluruh dunia.

Margin kontribusi merupakan alat yang berguna bagi manajer untuk mengevaluasi profitabilitas suatu produksi. Semakin besar margin kontribusi, semakin besar pula potensi laba. Ini adalah metrik internal yang membantu manajemen dalam pengambilan keputusan, terutama dalam merencanakan laba perusahaan. Margin kontribusi dihitung dengan mengurangi pendapatan dari biaya variabel. Analisis margin kontribusi digunakan untuk menilai pendapatan total, laba bersih, profitabilitas unit penjualan, dan total biaya tetap perusahaan. Yanto (2020) menyimpulkan bahwa penurunan margin kontribusi disebabkan oleh penurunan volume penjualan tahunan dan peningkatan biaya, terutama biaya variabel termasuk biaya produksi dan non-produksi.

Studi sebelumnya oleh Silvina, Sudjana, dan Wijono (2014) menegaskan bahwa analisis margin kontribusi dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi produk mana yang paling menguntungkan berdasarkan tingkat penjualan, dengan tujuan meningkatkan profitabilitas secara optimal. Selanjutnya, riset yang dilakukan oleh Wibowo (2012) menunjukkan bahwa semakin tinggi margin keselamatan suatu perusahaan, semakin dianggap baik karena dapat menanggung penurunan penjualan yang lebih besar tanpa mengalami kerugian yang signifikan.

Margin kontribusi adalah sebuah alat analisis yang digunakan oleh manajer untuk menilai tingkat profitabilitas dalam suatu produksi. Semakin besar margin kontribusi yang diperoleh, semakin besar pula potensi laba yang bisa didapatkan. Margin kontribusi berperan sebagai alat bantu internal bagi manajemen dalam pengambilan keputusan terutama terkait perencanaan laba perusahaan. Cara menghitungnya adalah dengan mengurangi pendapatan dengan biaya variabel. Analisis margin kontribusi digunakan untuk mengukur pendapatan total perusahaan, laba bersih, profitabilitas unit penjualan, serta total biaya tetap. Menurut Yanto (2020), penurunan margin kontribusi bisa disebabkan oleh



penurunan volume penjualan dan peningkatan biaya, terutama biaya variabel seperti biaya produksi dan non-produksi.

Hasil studi sebelumnya yang dilakukan oleh Silvina, Sudjana, dan Wijono (2014) menunjukkan bahwa analisis margin kontribusi memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi produk yang paling menguntungkan dari tingkat penjualannya, yang pada gilirannya memungkinkan perusahaan untuk maksimalkan laba. Penelitian yang dilakukan oleh Wibowo (2012) juga menegaskan bahwa semakin tinggi margin of safety suatu perusahaan, semakin baik, karena memberikan perusahaan lebih banyak ruang untuk menanggung penurunan penjualan tanpa mengalami kerugian yang signifikan.

Analisis margin kontribusi dapat diterapkan dalam berbagai sektor usaha, termasuk industri manufaktur, penyediaan jasa, dan perdagangan. Penjualan produk dalam suatu perusahaan dapat terjadi baik melalui pembayaran secara kredit maupun tunai. Sistem Penjualan, sebagai bagian integral dari Sistem Informasi Bisnis, memiliki peran yang signifikan dalam menyederhanakan proses pengelolaan informasi terkait penjualan, mulai dari pemesanan hingga eksekusi transaksi.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Mulyana (2008), dijelaskan sebagai suatu pendekatan ilmiah yang memanfaatkan deskripsi data beserta fakta secara komprehensif melalui penggunaan kata-kata terhadap subjek penelitian, ini berarti bahwa pendekatan kualitatif bermanfaat untuk mengembangkan pemahaman berdasarkan persepsi yang sifatnya konstruktif, seperti makna-makna yang berasal dari pengalaman individu, nilai-nilai sosial, dan konteks sejarah, dengan tujuan membangun teori atau pola pengetahuan tertentu, atau berdasarkan sudut pandang partisipatori, yang melibatkan orientasi terhadap politik, isu-isu, kolaborasi, atau perubahan. Dalam penelitian kualitatif, pengetahuan dikonstruksi oleh peneliti melalui proses interpretasi yang mencakup



berbagai sudut pandang dan informasi yang diperoleh langsung dari subjek penelitian. Berbagai jenis data, seperti catatan observasi, wawancara, pengalaman individu, dan konteks sejarah, dapat digunakan untuk mendukung pembentukan interpretasi tersebut.

Fokus utama dari penelitian kualitatif adalah untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang fenomena atau gejala sosial, dengan lebih menekankan pada gambaran yang holistik daripada mengurai mereka menjadi variabel yang terkait satu sama lain. Harapannya adalah memperoleh wawasan yang mendalam tentang fenomena tersebut, yang kemudian dapat membantu dalam pengembangan teori.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan merupakan proses yang melibatkan pembuatan tujuan organisasi serta pemilihan langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapainya, yang mencakup langkah-langkah berikut:

1. Menetapkan tujuan organisasi.
2. Membuat asumsi tentang lingkungan di mana tujuan tersebut akan dikejar.
3. Memilih tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.
4. Memulai kegiatan yang diperlukan untuk menguraikan rencana menjadi tindakan konkret.
5. Melakukan perencanaan ulang untuk memperbaiki kekurangan yang mungkin ada.

Perencanaan penjualan adalah proses mengembangkan strategi dan langkah-langkah untuk mencapai target penjualan produk atau jasa dalam periode waktu tertentu. Ini melibatkan analisis pasar, identifikasi target pasar, penetapan tujuan penjualan, pengembangan strategi pemasaran, alokasi sumber daya, dan pemantauan kinerja penjualan secara berkala. Tujuannya adalah untuk meningkatkan hasil penjualan dan kinerja keseluruhan perusahaan dalam memasarkan produk atau jasanya kepada konsumen yang dituju.



Perencanaan penjualan juga mencakup rencana untuk iklan dan promosi, biaya-biaya penjualan, serta strategi pemasaran. Penentuan harga per unit merupakan masalah utama dalam penyusunan anggaran penjualan. Hubungan antara volume penjualan yang diharapkan dan harga yang direncanakan sangat penting, sehingga manajemen harus menetapkan kebijakan penetapan harga yang sesuai.

Dua dasar yang terkait dengan penetapan harga dalam kaitannya dengan volume penjualan adalah estimasi kurva permintaan dan kurva biaya per unit:

1. Estimasi kurva permintaan menunjukkan bahwa perubahan harga akan berdampak pada perubahan permintaan.
2. Kurva biaya per unit menunjukkan bahwa semakin tinggi volume produksi, semakin tinggi biaya yang akan dikeluarkan.

Tahap penyusunan rencana penjualan PT. Siantar Top Tbk, adalah sebagai berikut :

-Analisis Ekonomi: Tahap ini melibatkan evaluasi kondisi ekonomi secara keseluruhan, termasuk faktor-faktor makroekonomi seperti pertumbuhan GDP, tingkat inflasi, suku bunga, dan faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi permintaan dan daya beli konsumen.

-Analisis Industri: PT. Siantar Top Tbk perlu memahami kondisi industri tempat mereka beroperasi. Ini mencakup identifikasi pesaing utama, tren industri, ancaman dan kesempatan yang tersedia, serta mengetahui hal-hal lain yang dapat mempengaruhi kinerja penjualan mereka.

-Analisis Prestasi Penjualan Lalu: Pada tahap ini, perusahaan mengevaluasi kinerja penjualan mereka dalam periode sebelumnya. Ini termasuk menganalisis pencapaian target penjualan, faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja penjualan, serta pembelajaran dari strategi penjualan sebelumnya.

-Analisis Penentuan Prestasi di Masa yang Akan Datang: Setelah mengevaluasi kinerja penjualan masa lalu, perusahaan perlu merencanakan target penjualan yang realistis untuk masa depan. Ini melibatkan mempertimbangkan



faktor-faktor eksternal dan internal yang dapat memengaruhi penjualan di masa mendatang.

-Menyusun Peramalan Penjualan: Tahap ini melibatkan meramalkan jumlah penjualan yang diharapkan dengan memperhitungkan data historis dan tren, serta faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan penjualan produk atau jasa perusahaan.

-Menentukan Jumlah Penjualan yang Dianggarkan: Berdasarkan peramalan penjualan, perusahaan menetapkan jumlah penjualan yang ingin mereka capai dalam periode tertentu. Ini merupakan target yang harus dicapai oleh tim penjualan.

-Menghitung Anggaran Rugi Laba: Setelah menetapkan target penjualan, perusahaan perlu menghitung anggaran rugi laba untuk memperkirakan pendapatan, biaya, dan laba yang diharapkan dari penjualan tersebut. Ini membantu perusahaan memastikan keuangan mereka sehat dan memenuhi target laba.

-Mengkombinasikan Rencana Penjualan: Terakhir, rencana penjualan yang telah disetujui harus dikomunikasikan dan disepakati oleh pihak-pihak lain yang berkepentingan, seperti manajemen senior, tim penjualan, dan departemen lain yang terlibat dalam pelaksanaan rencana penjualan.

Berikut ini merupakan hal-hal yang dapat menyebabkan menurunnya penjualan PT. Siantar Top Tbk dalam industri manufaktur makanan ringan:

- **Kualitas Produk Menurun:** Jika kualitas produk menurun, baik dalam hal rasa, tekstur, atau kemasan, dapat mengakibatkan kehilangan kepercayaan konsumen dan penurunan penjualan.
- **Persaingan yang Ketat:** Persaingan yang ketat ini bersumber dari pesaing lokal maupun global dapat mengurangi pangsa pasar dan mempengaruhi penjualan perusahaan.



- **Berubahnya Tren Konsumen:** Perubahan tren konsumen yang tidak diantisipasi atau direspons dengan cepat dapat mengakibatkan produk perusahaan menjadi kurang diminati, menyebabkan penurunan penjualan.
- **Harga Bahan Baku yang Naik:** Jika seluruh harga bahan baku naik, tanpa disertai dengan penyesuaian harga jual yang sesuai, dapat mengurangi profitabilitas dan membuat produk menjadi kurang kompetitif di pasar.
- **Gangguan dalam Rantai Pasok:** Gangguan dalam rantai pasok, seperti masalah produksi atau distribusi, dapat mengakibatkan ketersediaan produk yang tidak memadai di pasar dan menyebabkan kehilangan penjualan.
- **Pengalihan Preferensi Konsumen:** Jika konsumen beralih ke produk-produk sejenis dari merek lain karena alasan seperti promosi yang lebih agresif atau reputasi merek yang lebih baik, dapat mengakibatkan penurunan penjualan.
- **Perubahan Regulasi:** Perubahan regulasi terkait standar keamanan pangan, perpajakan, atau peraturan lainnya dapat mempengaruhi biaya produksi dan distribusi, serta mengurangi daya saing perusahaan.
- **Krisis Ekonomi:** Krisis ini dapat menyebabkan konsumen enggan membeli produk serta dapat mengurangi permintaan terhadap produk makanan ringan, mengakibatkan penurunan penjualan.
- **Ketidakmampuan Beradaptasi:** Jika perusahaan tidak dapat mengikuti perkembangan teknologi, tren pasar, atau mengadopsi praktik bisnis yang baru, dapat mengakibatkan penurunan relevansi dan penjualan.
- **Krisis Reputasi:** Krisis reputasi, seperti skandal produk atau masalah etika, dapat mengurangi kepercayaan konsumen dan mengakibatkan penurunan penjualan jangka panjang.

Dengan memperhatikan faktor-faktor di atas maka dapat membuat strategi untuk mencegah atau mengatasi masalah yang mungkin timbul, PT. Siantar Top Tbk dapat mengurangi risiko penurunan penjualan dan menjaga pertumbuhan bisnisnya.



Terdapat beberapa strategi yang bisa membantu meningkatkan penjualan PT. Siantar Top Tbk, Berikut adalah beberapa di antaranya:

1. Inovasi Produk: Terus-menerus melakukan riset serta pengembangan untuk menghasilkan inovasi baru yang menarik dan sesuai dengan tren pasar. Ini bisa berupa varian rasa baru, kemasan yang inovatif, atau bahkan pengembangan produk yang ramah lingkungan.

2. Pemasaran Digital: Menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif seperti memanfaatkan media sosial, iklan online, dan kampanye konten untuk meningkatkan visibilitas merek dan menjangkau konsumen potensial.

3. Kemitraan dan Kerjasama: Membangun kemitraan dengan supermarket, toko kelontong, atau restoran untuk meningkatkan distribusi produk dan mencapai pangsa pasar yang lebih besar.

4. Program Promosi dan Diskon: Meluncurkan program promosi, diskon, dan penawaran khusus untuk menarik konsumen dan mendorong pembelian.

5. Pengoptimalan Rantai Pasok: Memastikan rantai pasok yang efisien untuk mengurangi biaya produksi dan distribusi, sehingga harga produk dapat ditekan atau keuntungan dapat ditingkatkan.

6. Kualitas Produk yang Konsisten: Memastikan kualitas produk tetap konsisten untuk mempertahankan loyalitas konsumen dan membangun reputasi merek yang baik.

7. Pengembangan Jaringan Distribusi: Memperluas jaringan distribusi ke wilayah baru atau pasar ekspor untuk meningkatkan aksesibilitas produk.

8. Layanan Pelanggan yang Unggul: Memberikan layanan pelanggan yang unggul, termasuk pelayanan purna jual yang baik dan tanggapan cepat terhadap pertanyaan atau keluhan konsumen.

9. Berpartisipasi dalam Pameran dan Acara Industri: Menghadiri pameran dagang atau acara industri untuk memperluas jaringan, membangun hubungan dengan mitra bisnis potensial, dan memperkenalkan produk baru.



10. Keberlanjutan: Mengadopsi praktik bisnis yang berkelanjutan dan ramah lingkungan untuk menarik konsumen yang peduli akan lingkungan dan meningkatkan citra perusahaan.

Dengan menerapkan strategi-strategi ini secara efektif, PT. Siantar Top Tbk dapat meningkatkan penjualan dan memperkuat posisinya di pasar makanan ringan.

Hasil Analisis Margin Kontribusi:

- **Pendapatan Total:** Pendapatan total adalah jumlah total dari semua pendapatan yang diperoleh oleh PT. Siantar Top Tbk dari penjualan produk atau layanan dalam periode tertentu, biasanya dalam satu tahun fiskal.
- **Biaya Variabel Total:** Biaya variabel total mencakup semua biaya yang berubah seiring dengan tingkat produksi atau penjualan. Ini termasuk seluruh biaya bahan baku, biaya distribusi serta tenaga kerja langsung dan juga biaya variabel lainnya yang memiliki kaitan langsung dengan produksi dan penjualan PT. Siantar Top Tbk.
- **Margin Kontribusi:** Margin kontribusi dihitung dengan mengurangi biaya variabel total dari pendapatan total. Ini adalah kontribusi setiap unit penjualan terhadap biaya tetap perusahaan setelah mempertimbangkan biaya variabel.
- **Rasio Margin Kontribusi :** Merupakan persentase dari pendapatan total yang merupakan margin kontribusi. Ini memberikan gambaran tentang efisiensi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari penjualan setelah mempertimbangkan biaya variabel.
- **Analisis Kontribusi Produk/Layanan:** Selain menganalisis margin kontribusi secara keseluruhan, PT. Siantar Top Tbk juga dapat melakukan analisis margin kontribusi untuk setiap produk yang ditawarkan. Hal ini membantu dalam mengidentifikasi produk atau layanan yang paling menguntungkan dan mengalokasikan sumber daya dengan lebih efisien.



- **Analisis Sensitivitas:** PT. Siantar Top Tbk juga dapat menggunakan analisis margin kontribusi untuk melakukan analisis sensitivitas terhadap perubahan biaya variabel atau harga jual. Ini memungkinkan perusahaan untuk merencanakan respons yang tepat terhadap perubahan kondisi pasar atau biaya produksi.

Dengan demikian, analisis margin kontribusi merupakan alat yang sangat berguna dalam perencanaan penjualan PT. Siantar Top Tbk, membantu perusahaan untuk mengambil keputusan yang lebih baik, mengoptimalkan profitabilitas, dan meningkatkan kinerja keseluruhan.

Kesimpulan mengenai margin kontribusi terhadap perencanaan penjualan PT. Siantar Top Tbk adalah bahwa pemahaman yang baik tentang margin kontribusi sangat penting dalam mengambil keputusan strategis terkait penjualan. Margin kontribusi adalah perbedaan antara pendapatan penjualan dan biaya variabel yang terkait langsung dengan produksi atau penjualan suatu produk atau jasa. Ini memberikan pandangan yang jelas tentang seberapa banyak pendapatan penjualan yang tersedia untuk menutupi biaya tetap dan menghasilkan keuntungan bersih.

Untuk menghitung margin kontribusi adalah sebagai berikut:

Margin Kontribusi = Pendapatan Penjualan – Biaya Variabel

PT. Siantar Top Tbk merupakan sebuah perusahaan yang menghasilkan dan memasarkan makanan ringan, khususnya snack kentang. Produk utamanya dijual dengan harga per bungkus sebesar Rp10.000. Biaya variabel per bungkus snack, yang mencakup bahan baku, upah tenaga kerja langsung, dan biaya distribusi, diperkirakan sebesar Rp6.000.

Dengan informasi di atas, kita dapat menghitung margin kontribusi per bungkus snack:

Pendapatan Penjualan per bungkus = Rp10.000

Biaya Variabel per bungkus = Rp6.000



Margin Kontribusi per bungkus = Pendapatan Penjualan per bungkus – Biaya Variabel per bungkus

Margin Kontribusi per bungkus = Rp10.000 – Rp6.000

Jadi, margin kontribusi per bungkus snack yang dihasilkan oleh PT. Siantar Top Tbk adalah Rp4.000.

Kemudian, untuk menghitung total margin kontribusi per bulan, kita dapat mengalikan margin kontribusi per bungkus dengan jumlah bungkus yang terjual dalam satu bulan. PT. Siantar Top Tbk menjual 100.000 bungkus snack per bulan. Total Margin Kontribusi per bulan = Margin Kontribusi per bungkus × Jumlah Bungkus. Total Margin Kontribusi per bulan = Rp4.000 × 100.000 = Rp400.000.

Dengan demikian, total margin kontribusi per bulan yang dihasilkan oleh PT. Siantar Top Tbk dari penjualan snack kentang adalah Rp400.000.000.

Di sini, "Pendapatan Penjualan" merupakan seluruh total pendapatan yang dihasilkan dari penjualan produk PT. Siantar Top Tbk dan "Biaya Variabel" merupakan total biaya yang bervariasi seiring dengan volume penjualan, seperti biaya distribusi, tenaga kerja langsung, serta biaya bahan baku.

Setelah mendapatkan nilai margin kontribusi, perusahaan dapat menggunakan informasi ini untuk:

- **Analisis Harga:** Menentukan harga jual yang optimal dengan mempertimbangkan margin kontribusi yang diinginkan serta permintaan pasar.
- **Pengambilan Keputusan Produk:** Membandingkan margin kontribusi dari berbagai produk atau layanan untuk menentukan mana yang paling menguntungkan dan fokus pada produk-produk tersebut.
- **Perencanaan Volume Penjualan:** Menghitung jumlah minimum produk yang harus dijual untuk menutupi biaya tetap dan mencapai target laba.
- **Pengembangan Strategi Penjualan:** Menentukan strategi penjualan yang efektif untuk meningkatkan margin kontribusi, seperti meningkatkan efisiensi operasional atau fokus pada segmen pasar yang lebih menguntungkan.



Dengan memahami margin kontribusi dan menerapkannya dalam perencanaan penjualan, PT. Siantar Top Tbk dapat meningkatkan efisiensi operasional, mengoptimalkan laba, dan mencapai keunggulan kompetitif di pasar.

Pembahasan:

- **Peran Margin Kontribusi dalam Perencanaan Penjualan:** Analisis margin kontribusi penting dalam perencanaan penjualan karena memberikan wawasan tentang seberapa efisien perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari penjualan. Dengan memahami margin kontribusi, PT. Siantar Top Tbk dapat merencanakan strategi penjualan yang lebih efektif.
- **Pengambilan Keputusan Harga:** Informasi dari analisis margin kontribusi dapat digunakan untuk menentukan harga jual yang optimal untuk produk atau layanan perusahaan. Dengan mempertimbangkan margin kontribusi, perusahaan dapat menetapkan harga yang memungkinkan mereka untuk mencapai target laba yang diinginkan.
- **Analisis Mix Produk/Layanan:** PT. Siantar Top Tbk dapat menggunakan analisis margin kontribusi untuk mengoptimalkan mix produk atau layanan mereka. Dengan memahami kontribusi relatif dari setiap produk atau layanan, perusahaan dapat mengalokasikan sumber daya dengan lebih efisien dan fokus pada produk atau layanan yang paling menguntungkan.
- **Perencanaan Laba:** Margin kontribusi juga merupakan faktor penting dalam perencanaan laba perusahaan. Dengan memahami margin kontribusi dari berbagai produk atau layanan, PT. Siantar Top Tbk dapat merencanakan strategi penjualan yang memungkinkan mereka untuk mencapai target laba yang ditetapkan.
- **Optimasi Efisiensi Operasional:** Analisis margin kontribusi memungkinkan PT. Siantar Top Tbk untuk mengidentifikasi area di mana efisiensi operasional dapat ditingkatkan. Dengan meminimalkan biaya variabel dan meningkatkan margin kontribusi, perusahaan dapat meningkatkan profitabilitas mereka secara keseluruhan.



- **Pengambilan Keputusan Investasi:** Informasi dari analisis margin kontribusi juga dapat digunakan dalam pengambilan keputusan investasi. PT. Siantar Top Tbk dapat menggunakan analisis tersebut untuk mengevaluasi proyek-proyek baru atau ekspansi bisnis yang potensial.

KESIMPULAN

Berdasarkan seluruh hasil penelitian dapat diperoleh kesimpulan bahwa analisis margin kontribusi memiliki peran yang signifikan dalam perencanaan penjualan PT. Siantar Top Tbk. Dengan memahami kontribusi relatif dari setiap produk atau layanan, PT. Siantar Top Tbk dapat mengambil keputusan yang lebih baik dalam menetapkan harga, mengalokasikan sumber daya, dan merencanakan strategi penjualan. Hal ini membantu perusahaan dalam meningkatkan profitabilitas, mengoptimalkan efisiensi operasional, dan merencanakan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Oleh karena itu, penting bagi PT. Siantar Top Tbk untuk terus memperhatikan dan mengembangkan analisis margin kontribusi sebagai salah satu alat utama dalam manajemen keuangan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, H. (2019). Penerapan Data Mining Menentukan Strategi Penjualan Variasi Mobil Menggunakan Metode K-Means Clustering. *Jurnal Informatika Upgris*, 5(1).
- 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>
- Dorothea, W. A. (2023). *Manajemen Operasi*. Penerbitan Universitas Terbuka.
- M Syamsul, A. (2018). *Manajemen Operasi*. Penerbitan Grasindo.



- Patriana, Girinda. (2017). ANALISIS MARGIN KONTRIBUSI TIAP PRODUK PADA PT. TIRTA UTAMA JAYA MUARA BUNGO, JAMBI. S1 thesis, UAJY.
- Ria. (2023). Akuntansi Manajerial Pengambilan Keputusan Berbasis Data. Penerbitan CV Bintang Semesta Media.
- Rizal, A., & Lusy, R. D. (2021). Penerbitan UB Press.
- Selay, A., Andigha, G. D., Alfarizi, A., Wahyudi, M. I. B., Falah, M. N., Encep, M., & Khaira, M. (2023). Sistem Informasi Penjualan. Karimah Tauhid, 2(1), 232-237.
- Slamet, S. S., & Arief. Z. S. (2021). Penganggaran. Penerbitan Universitas Terbuka.
- Situmorang, D. M., Hapsari, V. R., & Marpaung, O. (2021). Analisis Penggunaan Sistem Keuangan Desa Di Daerah 3T. Jurnal Manajemen Retail Indonesia, 2(2), 97–106. <https://doi.org/10.33050/jmari.v2i2.1654>
- Yunita, L. D., & Handayani, T. (2018). Strategi Bauran Promosi Penyelenggaraan Event (Studi Kasus Perencanaan dan Penyelenggaraan Event Pasar Murah). Jurnal Riset Bisnis dan Investasi, 4(1), 14-24.