

ANALISIS KONTRIBUSI MARGIN DALAM OPTIMALISASI PERENCANAAN PENJUALAN PRODUK PADA PT SUMBER ALFARIA TRIJAYA TBK

Maria Roweni Modhe¹⁾, Aghnia Amelia Rustiana²⁾, Ade Melati Sukma³⁾, Maria Doloresta Jaghung⁴⁾, Saridawati⁵⁾

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika Indonesia

Correspondence		
Email: roweni.modhe@gmail.com ¹⁾ , wear17776@gmail.com ²⁾ , sukmamelatiade@gmail.com ³⁾ , ristaandono@gmail.com ⁴⁾ , saridawati.sti@bsi.ac.id ⁵⁾	No. Telp:	
Submitted: 2 November 2024	Accepted: 8 November 2024	Published: 9 November 2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kontribusi margin dalam optimalisasi perencanaan penjualan produk pada PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Kontribusi margin merupakan faktor penting yang mempengaruhi profitabilitas perusahaan dan keputusan perencanaan penjualan. Dalam konteks persaingan pasar yang semakin ketat, perusahaan perlu melakukan strategi yang tepat untuk memaksimalkan margin dari setiap produk yang ditawarkan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, yang memungkinkan analisis mendalam terhadap produk dan kinerja keuangan perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk dengan kontribusi margin tinggi harus diutamakan dalam perencanaan penjualan, sementara produk dengan margin rendah dapat dioptimalkan melalui strategi bundling dan cross-selling. Selain itu, pengendalian biaya dan penyesuaian harga juga terbukti efektif dalam meningkatkan kontribusi margin. Penelitian ini menyimpulkan bahwa optimalisasi kontribusi margin tidak hanya berkontribusi pada peningkatan profitabilitas, tetapi juga memperkuat posisi perusahaan di pasar. Dengan menerapkan strategi berbasis analisis yang mendalam, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk dapat meningkatkan efektivitas perencanaan penjualan dan menciptakan pertumbuhan yang berkelanjutan.

Kata Kunci: kontribusi margin, perencanaan penjualan, optimalisasi

ABSTRACT

This study aims to analyze the contribution of margin in optimizing product sales planning at PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Contribution margin is an important factor that influences company profitability and sales planning decisions. In the context of increasingly tight market competition, companies need to implement the right strategy to maximize the margin of each product offered. The method used in this study is a case study, which allows for in-depth analysis of the company's products and financial performance. The results of the study indicate that products with high margin contributions should be prioritized in sales planning, while products with low margins can be optimized through bundling and cross-selling strategies. In addition, cost control and price adjustments have also proven effective in increasing margin contributions. This study concludes that optimizing margin contributions not only contributes to increased profitability but also strengthens the company's position in the market. By implementing a strategy based on in-depth analysis, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk can improve the effectiveness of sales planning and create sustainable growth.

Keywords: contribution margin, sales planning, optimization

PENDAHULUAN

Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, perencanaan penjualan yang efektif menjadi kunci untuk mencapai target keuntungan dan kelangsungan usaha. Perencanaan penjualan yang baik memerlukan pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi laba perusahaan. Salah satu faktor penting dalam proses ini adalah margin kontribusi, yang menunjukkan seberapa besar setiap unit produk yang terjual berkontribusi terhadap penutupan biaya tetap dan laba bersih. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, sebagai

perusahaan yang bergerak dalam produksi dan penjualan produk tertentu, memerlukan pendekatan analitis terhadap kontribusi margin untuk memastikan perencanaan penjualan yang optimal dan efisien.(Pianda, 2018)

Di era persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk terus berinovasi dan meningkatkan efisiensi dalam segala aspek operasionalnya, termasuk dalam perencanaan penjualan. Bagi PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, perusahaan yang berfokus pada produksi dan penjualan produk tertentu, perencanaan penjualan yang strategis dan berbasis data menjadi penting untuk menjaga keberlanjutan usaha dan mencapai target keuntungan yang optimal. Salah satu komponen penting yang dapat menjadi landasan dalam perencanaan penjualan adalah analisis kontribusi margin. Kontribusi margin, yang menunjukkan seberapa besar hasil dari setiap penjualan produk yang mampu menutupi biaya tetap dan berkontribusi terhadap laba bersih perusahaan, berperan krusial dalam membantu perusahaan memahami produktivitas masing-masing produk dalam menyumbang keuntungan.(Triana et al., 2020)

Kontribusi margin menjadi penting untuk dianalisis karena berbagai jenis produk mungkin memberikan kontribusi yang berbeda terhadap pendapatan perusahaan. Dengan memahami kontribusi margin, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk dapat mengidentifikasi produk-produk yang paling menguntungkan serta memfokuskan upaya pemasaran dan sumber daya perusahaan pada produk-produk tersebut. Langkah ini akan mendukung tercapainya efisiensi dan efektivitas dalam perencanaan penjualan, sehingga perusahaan dapat meningkatkan daya saingnya di pasar yang dinamis. Di sisi lain, kontribusi margin juga membantu perusahaan dalam menentukan strategi harga yang tepat untuk masing-masing produk. Penentuan harga yang tidak sesuai dapat menyebabkan kerugian atau mengurangi daya tarik produk di pasar. Dengan mengkaji kontribusi margin, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk dapat menilai apakah harga jual suatu produk sudah sebanding dengan biaya yang dikeluarkan serta potensi labanya. Dengan demikian, analisis ini tidak hanya membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan terkait harga, tetapi juga dalam menjaga keseimbangan antara daya tarik harga dan profitabilitas produk. Perusahaan ini memiliki struktur keuangan dan profil operasional yang memungkinkan analisis mendalam terkait kontribusi margin terhadap penjualan. Sebagai bagian dari upaya untuk meningkatkan performa bisnis, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk perlu memahami hubungan antara kontribusi margin dan efektivitas perencanaan penjualan. Penelitian ini difokuskan untuk mengeksplorasi peran kontribusi margin dalam perencanaan tersebut, dengan tujuan untuk memberikan rekomendasi strategis bagi perusahaan dalam mengoptimalkan penjualannya.(Sumarni, 2020)

Kontribusi margin merupakan selisih antara harga jual per unit dengan biaya variabel per unit, yang menjadi indikator penting dalam menentukan berapa besar hasil penjualan yang dapat dialokasikan untuk menutup biaya tetap dan menghasilkan laba. Dengan analisis kontribusi margin, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk dapat mengidentifikasi produk mana yang memberikan nilai tertinggi bagi perusahaan dan mengarahkan strategi penjualan berdasarkan informasi tersebut. Hal ini penting agar perusahaan dapat memfokuskan upaya dan sumber dayanya pada produk-produk dengan kontribusi margin yang tinggi untuk memaksimalkan pendapatan.(Iswara et al., 2023)

Penerapan analisis kontribusi margin juga dapat membantu perusahaan dalam membuat keputusan terkait harga jual, strategi promosi, dan pengendalian biaya. Dengan mengetahui kontribusi margin masing-masing produk, perusahaan dapat menilai apakah suatu produk cukup menguntungkan atau perlu adanya penyesuaian dalam biaya produksi atau strategi harga. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk dapat memanfaatkan informasi ini untuk meningkatkan daya saingnya di pasar dan memastikan bahwa target penjualannya tercapai dengan optimal. Selain itu, pemahaman yang tepat terhadap kontribusi margin juga berdampak pada strategi

pemasaran dan pengembangan produk di masa mendatang. Dengan mengidentifikasi produk yang paling menguntungkan, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk dapat menentukan prioritas investasi dalam inovasi dan peningkatan kualitas produk yang berpotensi memberikan keuntungan lebih tinggi. Hal ini membantu perusahaan dalam merespon perubahan permintaan pasar dan tetap relevan di tengah persaingan yang ketat. (Rahmi, Sayekti, et al., 2023)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus untuk menganalisis peran kontribusi margin dalam optimalisasi perencanaan penjualan produk di PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Metode studi kasus dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi fenomena yang terjadi secara mendalam dalam konteks nyata perusahaan. Data dikumpulkan melalui berbagai sumber seperti laporan keuangan perusahaan, data penjualan produk, biaya produksi, serta dokumen internal yang relevan untuk mendukung analisis kontribusi margin. Dengan menggunakan data empiris dari perusahaan, penelitian ini dapat memberikan gambaran yang akurat tentang hubungan antara kontribusi margin dan efektivitas perencanaan penjualan pada PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. (Jainudin, 2019)

Selain data dokumen, wawancara mendalam dengan beberapa pihak terkait di PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, seperti manajer keuangan dan manajer penjualan, juga dilakukan untuk mendapatkan perspektif langsung terkait strategi dan kendala dalam implementasi analisis kontribusi margin. Data yang diperoleh dari wawancara dan dokumen tersebut dianalisis dengan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif. Melalui analisis kualitatif ini, penelitian akan mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh pada kontribusi margin serta mengusulkan langkah-langkah optimalisasi yang relevan dan praktis bagi perusahaan dalam meningkatkan efektivitas perencanaan penjualan.

PEMBAHASAN

Peran Kontribusi Margin dalam Mempengaruhi Perencanaan Penjualan Produk di PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk

Kontribusi margin adalah salah satu elemen utama dalam analisis keuangan yang membantu perusahaan memahami bagaimana setiap produk yang dihasilkan dapat menyumbang keuntungan bagi perusahaan. Di PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, kontribusi margin memainkan peran penting dalam mengukur efisiensi dan profitabilitas produk, serta menjadi dasar untuk menentukan strategi penjualan yang optimal. Melalui analisis kontribusi margin, perusahaan dapat menentukan produk mana yang layak untuk mendapatkan prioritas dalam perencanaan penjualan, sehingga dapat memaksimalkan laba yang diperoleh dari setiap unit produk yang terjual.

Dengan mengetahui kontribusi margin tiap produk, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk dapat menyusun perencanaan penjualan yang lebih strategis dan terarah. Perusahaan dapat mengidentifikasi produk-produk yang memberikan margin tertinggi, sehingga sumber daya dan upaya pemasaran dapat difokuskan pada produk-produk tersebut. Dengan cara ini, perusahaan tidak hanya dapat mengoptimalkan pendapatan, tetapi juga mengalokasikan sumber daya yang dimiliki secara lebih efisien. Perencanaan yang berfokus pada produk dengan margin tinggi ini akan memaksimalkan kontribusi laba bersih perusahaan tanpa harus meningkatkan beban operasional secara signifikan. Selain itu, kontribusi margin juga memberikan wawasan tentang harga jual dan pengendalian biaya yang relevan bagi setiap produk. Dengan memahami komponen margin, PT Sumber Alfaria Triajaya Tbk dapat menentukan apakah harga jual yang diterapkan sudah sesuai dengan biaya produksi dan nilai

pasar produk tersebut. Jika ditemukan bahwa kontribusi margin dari suatu produk lebih rendah dari yang diharapkan, perusahaan dapat mengevaluasi kembali harga jual atau mengurangi biaya variabel terkait untuk memperbaiki margin. Dengan demikian, analisis kontribusi margin menjadi alat yang efektif dalam mengelola harga dan biaya, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap perencanaan penjualan yang lebih realistis dan menguntungkan. (Palupi & Wulan, 2021)

Lebih jauh lagi, analisis kontribusi margin juga membantu PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk dalam melakukan segmentasi produk. Produk dengan kontribusi margin tinggi dan permintaan pasar yang tinggi bisa ditempatkan dalam segmen prioritas utama, sementara produk dengan kontribusi margin rendah dapat ditempatkan pada strategi penjualan yang berbeda, seperti promosi atau diskon, untuk meningkatkan volume penjualan. Dengan menyusun perencanaan penjualan berdasarkan segmen produk dan kontribusi margin, perusahaan dapat memastikan bahwa setiap produk diperlakukan secara tepat sesuai dengan kontribusi finansialnya terhadap perusahaan. Strategi segmentasi ini pada akhirnya akan meningkatkan daya saing perusahaan dan memaksimalkan laba. (Nisa et al., 2023)

Di sisi lain, kontribusi margin juga mempengaruhi keputusan terkait alokasi anggaran pemasaran. Dengan mengidentifikasi produk-produk yang memberikan kontribusi margin tinggi, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk dapat mengalokasikan anggaran pemasaran yang lebih besar pada produk-produk tersebut untuk meningkatkan volume penjualannya. Strategi ini memungkinkan perusahaan untuk mencapai target penjualan yang lebih tinggi dengan memaksimalkan hasil dari produk-produk yang paling menguntungkan. Sebaliknya, produk dengan margin rendah dapat dipromosikan secara selektif atau menggunakan anggaran yang lebih efisien. Pengalokasian anggaran yang tepat berdasarkan kontribusi margin ini akan mendukung pencapaian target penjualan dan keuntungan perusahaan.

Analisis kontribusi margin membantu perusahaan dalam mengukur sensitivitas terhadap perubahan pasar. Dalam kondisi pasar yang dinamis, harga bahan baku dan biaya produksi dapat mengalami fluktuasi yang berdampak langsung pada margin produk. Dengan melakukan analisis margin kontribusi, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk dapat memperkirakan dampak perubahan biaya ini dan menyesuaikan perencanaan penjualan sesuai kondisi tersebut. Misalnya, jika terjadi kenaikan biaya bahan baku, perusahaan dapat mengurangi penjualan produk dengan kontribusi margin rendah atau meningkatkan harga produk dengan kontribusi margin tinggi. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk tetap kompetitif dan menjaga stabilitas keuntungan dalam menghadapi perubahan pasar.

Kontribusi margin juga memberikan dasar untuk perencanaan jangka panjang yang berkelanjutan. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk dapat menggunakan analisis kontribusi margin untuk menilai kelayakan produk baru yang akan diluncurkan, serta mengevaluasi performa produk yang sudah ada. Dengan memahami kontribusi margin tiap produk secara detail, perusahaan dapat merencanakan strategi penjualan yang mendukung pertumbuhan jangka panjang dan memastikan bahwa setiap produk yang dipasarkan memiliki kontribusi positif terhadap kinerja perusahaan secara keseluruhan. Perencanaan jangka panjang yang didasarkan pada analisis kontribusi margin ini akan membantu PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk mencapai visi dan misi perusahaan dalam jangka panjang. (Rahmi, Hafisyah, et al., 2023)

Produk dengan Kontribusi Margin Tertinggi dan Terendah serta Dampaknya pada Strategi Penjualan Perusahaan

Dalam konteks perusahaan seperti PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, analisis kontribusi margin tiap produk memberikan wawasan penting mengenai profitabilitas relatif dari produk-produk yang ditawarkan. Produk yang memberikan kontribusi margin tertinggi adalah produk

yang setelah menutupi biaya variabelnya, masih memberikan sisa pendapatan yang besar untuk menutupi biaya tetap dan berkontribusi terhadap laba perusahaan. Sebaliknya, produk dengan kontribusi margin terendah adalah produk yang menghasilkan sisa pendapatan lebih sedikit setelah menutupi biaya variabel. Analisis ini menjadi kunci untuk memahami produk mana yang harus mendapat prioritas dalam perencanaan dan strategi penjualan.

Produk dengan kontribusi margin tertinggi biasanya merupakan produk-produk yang memiliki nilai jual tinggi atau biaya variabel yang relatif rendah. Produk ini memainkan peran penting dalam pencapaian target laba perusahaan, karena setiap unit yang terjual memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan bersih. Produk dengan kontribusi margin tertinggi ini seringkali menjadi andalan dalam portofolio perusahaan dan memiliki dampak positif terhadap stabilitas finansial perusahaan. Oleh karena itu, dalam strategi penjualannya, perusahaan dapat memilih untuk menempatkan produk ini sebagai fokus utama dalam kampanye pemasaran, pengalokasian sumber daya, dan pengembangan pasar. (Anjani, 2024)

Salah satu contoh strategi untuk produk dengan kontribusi margin tertinggi adalah meningkatkan volume penjualan melalui strategi pemasaran yang agresif, seperti iklan, program loyalitas pelanggan, atau insentif bagi tim penjualan. Misalnya, jika PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk memiliki produk premium dengan kontribusi margin yang tinggi, perusahaan dapat memfokuskan kampanye promosi untuk menarik segmen pelanggan yang bersedia membayar harga premium. Selain itu, perusahaan dapat mempertimbangkan untuk memperluas jangkauan distribusi produk tersebut agar menjangkau lebih banyak pelanggan. Dengan strategi ini, perusahaan dapat memaksimalkan pendapatan dan mencapai target penjualan yang lebih tinggi dengan mengoptimalkan penjualan produk dengan margin tinggi.

Di sisi lain, produk dengan kontribusi margin terendah adalah produk yang mungkin memiliki harga jual rendah atau biaya variabel yang tinggi, sehingga kontribusi terhadap laba bersih menjadi lebih kecil. Produk dengan margin rendah ini memerlukan strategi yang berbeda dalam pendekatan penjualannya. Alih-alih memfokuskan pada peningkatan volume penjualan secara signifikan, perusahaan dapat menerapkan pendekatan selektif, seperti promosi bersyarat atau penjualan bundling (paket). Misalnya, produk dengan kontribusi margin rendah dapat dijual dalam paket dengan produk margin tinggi, sehingga mendorong konsumen untuk membeli kedua produk tersebut. Strategi ini dapat membantu perusahaan menjaga relevansi produk dengan margin rendah sambil tetap menjaga profitabilitasnya. (Fauzi et al., 2024)

Kontribusi margin terendah juga memberikan indikasi bahwa biaya variabel pada produk tersebut perlu dievaluasi. Jika biaya produksi dapat dikurangi tanpa mengorbankan kualitas, maka kontribusi margin produk dapat meningkat. Misalnya, perusahaan dapat mencari pemasok bahan baku yang lebih kompetitif atau mengadopsi metode produksi yang lebih efisien. Dengan menurunkan biaya variabel, produk yang sebelumnya memiliki margin rendah dapat memberikan kontribusi yang lebih baik terhadap pendapatan perusahaan, dan strategi penjualan dapat disesuaikan dengan meningkatkan volume penjualan produk tersebut tanpa merugikan profitabilitas. Selanjutnya, analisis kontribusi margin tinggi dan rendah ini juga membantu perusahaan dalam alokasi sumber daya pemasaran yang lebih efektif. Untuk produk dengan kontribusi margin tinggi, anggaran pemasaran dan penjualan yang lebih besar dapat dialokasikan untuk mendorong penjualan dan memperluas pangsa pasar. Sementara itu, produk dengan kontribusi margin rendah mungkin akan mendapatkan alokasi anggaran yang lebih kecil atau dialokasikan untuk strategi yang lebih berfokus pada efisiensi, seperti promosi berbasis media sosial atau promosi internal. Dengan begitu, setiap produk mendapatkan penanganan sesuai dengan kontribusinya terhadap keuangan perusahaan, dan sumber daya perusahaan dapat dikelola secara lebih optimal.

Strategi Optimalisasi Kontribusi Margin untuk Meningkatkan Efektivitas Perencanaan Penjualan di PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk

Optimalisasi kontribusi margin merupakan salah satu langkah strategis bagi PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk dalam mencapai efektivitas perencanaan penjualan. Kontribusi margin yang optimal dapat membantu perusahaan dalam menyusun strategi penjualan yang tidak hanya berfokus pada peningkatan volume penjualan, tetapi juga memperhatikan profitabilitas dari setiap produk yang ditawarkan. Dalam konteks ini, terdapat beberapa pendekatan yang dapat diterapkan untuk mengoptimalkan kontribusi margin, termasuk analisis produk, pengendalian biaya, dan penyesuaian harga jual, yang secara keseluruhan mendukung perencanaan penjualan yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Langkah pertama dalam mengoptimalkan kontribusi margin adalah melakukan analisis mendalam terhadap produk yang ada untuk memahami kontribusi masing-masing produk terhadap laba perusahaan. Analisis ini mencakup identifikasi produk dengan kontribusi margin tinggi dan rendah, sehingga PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk dapat menentukan fokus utama dalam perencanaan penjualan. Produk dengan kontribusi margin tinggi, misalnya, bisa diutamakan dalam strategi pemasaran untuk memaksimalkan profitabilitas, sementara produk dengan margin rendah dapat dioptimalkan melalui pendekatan lain, seperti paket bundling atau promosi selektif. Dengan cara ini, perusahaan dapat mengalokasikan sumber daya pemasaran dan penjualan pada produk yang benar-benar memberikan dampak signifikan terhadap kinerja finansial. (Junianti & FoEh, 2022)

Selanjutnya, pengendalian biaya merupakan langkah krusial dalam strategi optimalisasi kontribusi margin. Biaya variabel yang tinggi sering kali menjadi penyebab rendahnya kontribusi margin suatu produk. Oleh karena itu, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk dapat mengimplementasikan efisiensi biaya dengan mengevaluasi proses produksi, memilih bahan baku yang lebih terjangkau, atau bekerja sama dengan pemasok yang menawarkan harga lebih kompetitif. Dengan menurunkan biaya variabel, perusahaan dapat meningkatkan kontribusi margin tanpa harus menaikkan harga jual yang berisiko mengurangi daya tarik produk di mata konsumen. Efisiensi biaya ini tidak hanya meningkatkan margin, tetapi juga memperkuat daya saing produk di pasar.

Strategi penyesuaian harga juga merupakan elemen penting dalam mengoptimalkan kontribusi margin. Dalam beberapa kasus, menaikkan harga jual produk dengan kontribusi margin rendah dapat menjadi solusi untuk meningkatkan profitabilitas produk tersebut. Namun, kenaikan harga harus dilakukan dengan hati-hati dan mempertimbangkan respons pasar serta sensitivitas harga konsumen. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk bisa memanfaatkan analisis harga kompetitif untuk menentukan tingkat harga yang optimal bagi produk dengan margin rendah. Misalnya, dengan sedikit menaikkan harga produk premium yang memiliki elastisitas permintaan rendah, perusahaan dapat memperbaiki margin tanpa risiko kehilangan banyak pelanggan. Strategi harga ini memungkinkan perusahaan untuk menyeimbangkan antara peningkatan margin dan daya tarik produk di pasar. (Lestari et al., 2022)

Perusahaan dapat mengintegrasikan strategi bundling atau cross-selling untuk meningkatkan kontribusi margin produk dengan memanfaatkan sinergi antara produk yang saling melengkapi. Misalnya, produk dengan margin rendah dapat dijual dalam satu paket dengan produk dengan margin tinggi. Pendekatan ini membantu mendorong konsumen untuk membeli produk yang mungkin tidak menjadi prioritas utama mereka, tetapi tetap memberikan kontribusi terhadap laba perusahaan. Dengan demikian, bundling atau cross-selling tidak hanya meningkatkan volume penjualan, tetapi juga memperbaiki kontribusi margin secara keseluruhan. Strategi ini dapat efektif diterapkan dalam perencanaan penjualan, terutama untuk produk yang memiliki hubungan erat dan bisa meningkatkan nilai total transaksi pelanggan.

Pengembangan saluran distribusi yang tepat juga dapat meningkatkan kontribusi margin produk. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk dapat mengidentifikasi saluran distribusi yang lebih efisien atau yang memberikan keuntungan lebih tinggi pada produk tertentu. Misalnya, untuk produk dengan kontribusi margin tinggi, perusahaan dapat memperluas distribusi melalui saluran premium atau eksklusif yang memberikan persepsi nilai tambah bagi konsumen. Sementara untuk produk dengan kontribusi margin rendah, distribusi dapat difokuskan pada saluran yang lebih terjangkau atau berbasis online untuk menekan biaya distribusi. Optimalisasi distribusi ini akan meningkatkan margin produk dengan menekan biaya perantara, dan secara keseluruhan membuat perencanaan penjualan lebih efektif.

Di sisi lain, inovasi produk juga merupakan bagian integral dari strategi optimalisasi kontribusi margin. Inovasi, baik dari segi fitur, kualitas, maupun pengemasan, dapat membantu PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk meningkatkan daya tarik produk dan mendorong konsumen untuk memilih produk dengan kontribusi margin tinggi. Misalnya, melalui inovasi pengemasan yang menarik, perusahaan dapat meningkatkan persepsi konsumen terhadap nilai produk dan menaikkan harga tanpa mengurangi minat beli. Inovasi ini juga dapat diterapkan pada produk dengan margin rendah, sehingga produk tersebut dapat bersaing lebih baik dan memberikan kontribusi margin yang lebih besar. Inovasi produk tidak hanya meningkatkan daya saing, tetapi juga memperluas pangsa pasar perusahaan.

Selain pendekatan-pendekatan di atas, penggunaan teknologi analitik juga sangat bermanfaat dalam mengoptimalkan kontribusi margin. Dengan memanfaatkan data analitik, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk dapat memperoleh wawasan tentang perilaku konsumen, tren pasar, dan performa produk secara real-time. Data ini membantu perusahaan dalam mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan margin produk serta menentukan strategi penjualan yang paling efektif. Misalnya, analisis data penjualan dapat menunjukkan produk mana yang paling banyak diminati di lokasi tertentu atau pada musim tertentu, sehingga perusahaan dapat menyesuaikan perencanaan penjualan dan produksi dengan lebih efisien. Dengan teknologi analitik, perencanaan penjualan dapat dilakukan dengan lebih cepat dan tepat sasaran. (Aktavian et al., 2024)

Pengelolaan hubungan dengan pelanggan (Customer Relationship Management, CRM) juga dapat mendukung optimalisasi kontribusi margin. CRM memungkinkan perusahaan untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan, memahami kebutuhan mereka, dan meningkatkan retensi pelanggan. Dengan memanfaatkan data dari sistem CRM, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk dapat mengetahui preferensi pelanggan terhadap produk tertentu dan mengarahkan mereka untuk membeli produk dengan margin lebih tinggi melalui penawaran yang personal. Strategi ini tidak hanya meningkatkan loyalitas pelanggan, tetapi juga mendorong pelanggan untuk membeli produk yang lebih menguntungkan bagi perusahaan. Dengan adanya hubungan yang baik, pelanggan cenderung lebih setia dan meningkatkan frekuensi pembelian, yang berdampak positif pada kontribusi margin.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kontribusi margin memiliki peran penting dalam meningkatkan efektivitas perencanaan penjualan di PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Dengan memaksimalkan margin melalui analisis mendalam terhadap produk, pengendalian biaya, penyesuaian harga, dan pengembangan saluran distribusi, perusahaan dapat memperkuat profitabilitas sekaligus mempertahankan daya saing di pasar. Setiap produk memberikan kontribusi yang berbeda terhadap total margin perusahaan, sehingga penting untuk fokus pada produk dengan kontribusi margin tinggi serta mengoptimalkan produk dengan margin lebih rendah melalui berbagai strategi, seperti bundling dan cross-selling.

Optimalisasi kontribusi margin tidak hanya berdampak pada keuntungan langsung perusahaan, tetapi juga mendukung perencanaan penjualan yang lebih strategis dan berkelanjutan. Dengan strategi berbasis data dan manajemen hubungan pelanggan yang efektif, perusahaan mampu merespons perubahan pasar serta mengarahkan konsumen pada produk yang menguntungkan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk untuk terus berinovasi dalam perencanaan penjualan dan memaksimalkan potensi kontribusi margin, sehingga menciptakan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aktivian, R., Novita, A. D., & Teri, T. (2024). Optimasi Penjualan Material Stone Crusher: Analisis Margin Kontribusi di PT Danu Nusantara. *Amsir Accounting & Finance* <http://journal.stieamsir.ac.id/index.php/aafj/article/view/440>
- Anjani, P. (2024). ANALISIS MARGIN KONTRIBUSI SEBAGAI PERENCANAAN PENJUALAN PT. SIANTAR TOP TBK. *Jurnal Studi Akuntansi Pajak Keuangan*. <https://journal.bukitpengerharapan.ac.id/index.php/JUSAPAK/article/view/337>
- Fauzi, A., Panggabean, R. J., Kemarasari, D. T., & ... (2024). Optimalisasi Biaya Produksi dan Peningkatan Laba melalui Analisis Biaya Volume dan Laba. *Jurnal Bisnis Dan* <http://ogzrespublish.com/index.php/JEB/article/view/21>
- Iswara, U. S., Setyabudi, T. G., & ... (2023). Analisis Cost Volume Profit Dalam Upaya Merencanakan Laba Usaha Kopi Macro Coffee Roastery. *Journal of Management* <http://repository.stiesia.ac.id/id/eprint/6503/>
- Jainudin, M. (2019). Optimasi Produksi Paving Stone Dengan Menggunakan Metode Linier Programming Di Pt. Xxx. *JKIE (Journal Knowledge Industrial* <http://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/jkie/article/view/2058>
- Junianti, E., & FoEh, J. (2022). A OPTIMALISASI PRODUKTIVITAS DAN PENJUALAN MENGGUNAKAN METODE INTEGER PROGRAMMING. In *Jurnal Kajian Ilmiah*. <https://ejournal.ubharajaya.ac.id/index.php/JKI/article/download/1669/1301>
- Lestari, N. I. P., Mulyadi, A., & Lhutfi, I. (2022). Analisis Optimalisasi Laba UMKM BT Batik Trusmi Kabupaten Cirebon Melalui Pendekatan Kontribusi Margin Pada Laporan Keuangan 2018-2020. *Fineteach: Journal of Finance* <https://ejournal.upi.edu/index.php/fineteach/article/view/48136>
- Nisa, U. K., Mursalina, M., & Bastomi, M. (2023). Analisis Cost Volume Profit dalam Mengoptimalkan Laba pada UMKM Cilox Tata Surya. *Manajemen, Bisnis Dan* <https://ejournal.utdi.ac.id/index.php/MANISE/article/view/822>
- Palupi, Y., & Wulan, E. R. (2021). ANALISIS CVP (COST VOLUME PROFIT) SEBAGAI DASAR PERENCANAAN PENJUALAN DAN LABA YANG DIHARAPKAN PADA PT MAYORA INDAH Tbk. *Riset Akuntansi Dan Perbankan*. <http://ojs.ekuitas.ac.id/index.php/jrap/article/view/424>
- Pianda, D. (2018). *Optimasi perencanaan produksi pada kombinasi produk dengan metode linear programming*. [books.google.com. https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=Y1ptDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=analisis+kontribusi+margin+dalam+optimalisasi+perencanaan+penjualan+produk&ots=MZpG45ljUg&sig=bNs0Ok0v1R4misNBS6hwMBIjE0](https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=Y1ptDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=analisis+kontribusi+margin+dalam+optimalisasi+perencanaan+penjualan+produk&ots=MZpG45ljUg&sig=bNs0Ok0v1R4misNBS6hwMBIjE0)
- Rahmi, F., Hafisyah, H., Dahar, R., & ... (2023). Analisis Cost Volume Profit (CVP) dalam Perencanaan Laba pada UMKM Berkat Usaha. In *Jurnal Ekonomi dan* [jurnal.unidha.ac.id. http://jurnal.unidha.ac.id/index.php/JEBD/article/download/968/589](http://jurnal.unidha.ac.id)
- Rahmi, F., Sayekti, C. D. D., Dahar, R., & ... (2023). Analisis Cost Volume Profit (CVP) Sebagai Alat Perencanaan Laba pada UMKM Pempek Palembang MWR. In *Jurnal*

