



Analisis Cost–Volume–Profit (CVP) dalam Pengambilan Keputusan Harga Jual Dan Efisiensi Biaya Pada UMKM Kuliner

Cost–Volume–Profit (CVP) Analysis in Pricing Decisions and Cost Efficiency in Culinary MSMEs

Andi Asari^{1*}, M. Adriansyah², Irfan Rahman Hamdani³, Ruhendi⁴

Manajemen, Fakultas Ilmu Ekonomi, STIE Pasim Sukabumi

Email : andiasyari09@gmail.com^{1*}, rayensabcd@gmail.com², irfangordhat@gmail.com³, ruhendiskom@gmail.com⁴

Article Info

Article history :

Received : 26-02-2026

Revised : 28-02-2026

Accepted : 02-03-2026

Pulished : 04-03-2026

Abstract

Cost–Volume–Profit (CVP) analysis is an essential managerial accounting tool that supports pricing decisions and cost efficiency strategies, particularly in Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). This study aims to examine the role of CVP analysis in determining appropriate selling prices and improving cost efficiency in culinary MSMEs. The research uses a descriptive quantitative method with financial data analysis, including cost classification, contribution margin, and break-even point. The findings indicate that CVP analysis helps MSMEs identify optimal pricing strategies and evaluate cost structures effectively. By understanding the relationship between cost, volume, and profit, business owners can minimize risks and enhance profitability. The study concludes that CVP analysis is a practical approach to support sustainable business growth and decision-making in MSMEs..

Keywords: *CVP Analysis, Pricing Strategy, Cost Efficiency, MSMEs*

Abstrak

Analisis Cost–Volume–Profit (CVP) merupakan salah satu alat akuntansi manajerial yang penting dalam mendukung pengambilan keputusan, khususnya dalam penentuan harga jual dan efisiensi biaya pada UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran CVP dalam menentukan harga jual yang optimal serta meningkatkan efisiensi biaya pada UMKM kuliner. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan analisis data laporan keuangan, meliputi pengklasifikasian biaya, margin kontribusi, dan break-even point. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis CVP mampu membantu pelaku usaha dalam menentukan harga jual yang kompetitif serta mengendalikan biaya secara lebih efektif. Dengan memahami hubungan antara biaya, volume, dan laba, pelaku UMKM dapat meminimalkan risiko dan meningkatkan profitabilitas usaha. Oleh karena itu, CVP dapat menjadi alat strategis dalam mendukung pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.

Kata Kunci : Analisis CVP, Harga Jual, Efisiensi Biaya, UMKM

PENDAHULUAN

UMKM kuliner merupakan salah satu sektor yang berkembang pesat di Indonesia. Tingginya persaingan dalam industri ini menuntut pelaku usaha untuk memiliki strategi yang tepat, terutama dalam menentukan harga jual dan mengelola biaya. Kesalahan dalam menetapkan harga dapat menyebabkan kerugian atau menurunnya daya saing usaha.

Banyak UMKM masih menetapkan harga berdasarkan perkiraan tanpa perhitungan yang matang. Hal ini menyebabkan ketidaksesuaian antara biaya yang dikeluarkan dan pendapatan yang



diperoleh. Oleh karena itu, diperlukan suatu alat analisis yang mampu membantu pelaku usaha dalam mengambil keputusan yang lebih rasional.

Analisis Cost–Volume–Profit (CVP) menjadi salah satu solusi yang dapat digunakan. CVP membantu dalam memahami hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba, sehingga dapat digunakan untuk menentukan harga jual yang tepat serta mengidentifikasi efisiensi biaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana CVP dapat digunakan dalam pengambilan keputusan harga jual dan efisiensi biaya pada UMKM kuliner.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Data yang digunakan berupa data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan UMKM kuliner.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui:

1. Studi dokumentasi laporan keuangan
2. Studi literatur dari jurnal dan buku terkait

Teknik analisis meliputi:

1. Klasifikasi biaya (biaya tetap & variabel)
2. Perhitungan margin kontribusi
3. Analisis Break-Even Point (BEP)
4. Analisis sensitivitas harga dan biaya

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Struktur Biaya

Berdasarkan hasil analisis laporan keuangan UMKM kuliner, struktur biaya terbagi menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap meliputi sewa tempat usaha, biaya listrik dasar, serta gaji pegawai tetap yang jumlahnya tidak berubah meskipun volume produksi mengalami perubahan. Sementara itu, biaya variabel terdiri dari bahan baku utama, bahan pendukung, kemasan, serta tenaga kerja langsung yang besarnya sangat dipengaruhi oleh jumlah produksi.

Hasil analisis menunjukkan bahwa proporsi biaya variabel lebih dominan dibandingkan biaya tetap. Hal ini mengindikasikan bahwa fleksibilitas biaya cukup tinggi, namun juga membuat laba usaha sangat sensitif terhadap perubahan volume penjualan. Ketika penjualan meningkat, keuntungan dapat naik secara signifikan, tetapi ketika penjualan menurun, risiko kerugian juga meningkat. Dengan memahami struktur biaya ini, pelaku UMKM dapat lebih mudah mengendalikan pengeluaran, khususnya pada komponen biaya variabel yang memiliki kontribusi besar terhadap total biaya.

Struktur biaya pada UMKM kuliner terdiri dari:

- a. Biaya tetap: sewa tempat, listrik, gaji tetap
- b. Biaya variabel: bahan baku, kemasan, tenaga kerja langsung

Dominasi biaya variabel menunjukkan bahwa volume penjualan sangat berpengaruh terhadap keuntungan usaha.



2. Analisis Margin Kontribusi

Margin kontribusi merupakan selisih antara penjualan dan biaya variabel. Berdasarkan hasil perhitungan, margin kontribusi menunjukkan bahwa setiap unit produk yang terjual mampu memberikan kontribusi dalam menutup biaya tetap sekaligus menghasilkan laba. Semakin tinggi margin kontribusi, semakin besar kemampuan usaha dalam menghasilkan keuntungan. Dalam penelitian ini, margin kontribusi yang diperoleh tergolong cukup baik, sehingga usaha memiliki potensi untuk berkembang apabila volume penjualan ditingkatkan.

Selain itu, margin kontribusi juga dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan, seperti:

- a. Menentukan produk yang paling menguntungkan
- b. Menentukan strategi promosi
- c. Menghitung target penjualan

Hasil analisis menunjukkan bahwa harga jual yang terlalu rendah dapat menyebabkan margin kontribusi tidak mampu menutup biaya tetap. Sebaliknya, harga yang terlalu tinggi dapat menurunkan volume penjualan.

3. Analisis Break-Even Point (BEP)

Break-Even Point (BEP) merupakan titik di mana total pendapatan sama dengan total biaya, sehingga usaha tidak mengalami laba maupun rugi. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh bahwa UMKM harus mencapai tingkat penjualan tertentu untuk dapat menutup seluruh biaya operasionalnya. Informasi BEP sangat penting karena memberikan gambaran mengenai batas minimal penjualan yang harus dicapai. Jika penjualan berada di bawah BEP, maka usaha akan mengalami kerugian. Sebaliknya, jika penjualan berada di atas BEP, maka usaha mulai menghasilkan laba.

Selain itu, BEP juga dapat digunakan untuk:

- a. Menentukan target penjualan minimum
- b. Menyusun strategi pemasaran
- c. Mengukur tingkat keamanan usaha

Dalam praktiknya, semakin rendah nilai BEP, maka semakin kecil risiko usaha, karena target minimal penjualan lebih mudah dicapai.

4. Analisis Penentuan Harga Jual

Penentuan harga jual merupakan salah satu keputusan penting dalam operasional UMKM. Berdasarkan analisis CVP, harga jual seharusnya tidak hanya mempertimbangkan biaya produksi, tetapi juga target laba yang ingin dicapai.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga jual yang ditetapkan harus mampu:

- a. Menutup biaya variabel
- b. Memberikan kontribusi untuk biaya tetap
- c. Menghasilkan laba sesuai target

Jika harga terlalu rendah, maka margin kontribusi menjadi kecil dan usaha sulit mencapai laba. Sebaliknya, jika harga terlalu tinggi, maka dapat menurunkan daya beli konsumen. Oleh



karena itu, CVP membantu pelaku usaha dalam menemukan keseimbangan antara harga yang kompetitif dan keuntungan yang optimal.

5. Analisis Efisiensi Biaya

Efisiensi biaya menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan profitabilitas usaha. Berdasarkan analisis CVP, pelaku UMKM dapat mengidentifikasi komponen biaya yang masih dapat ditekan tanpa mengurangi kualitas produk.

Beberapa strategi efisiensi yang dapat dilakukan antara lain:

- a. Mengurangi pemborosan bahan baku
- b. Memilih supplier dengan harga lebih kompetitif
- c. Mengoptimalkan penggunaan tenaga kerja
- d. Mengontrol biaya operasional harian

Dengan melakukan efisiensi biaya, margin kontribusi akan meningkat, sehingga laba yang diperoleh juga akan lebih besar.

6. Perbandingan dengan studi lain

Hasil penelitian ini sejalan dengan berbagai penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa analisis CVP efektif dalam membantu perencanaan dan pengambilan keputusan usaha. Namun, penelitian ini memiliki keunggulan karena tidak hanya berfokus pada perencanaan laba, tetapi juga pada:

- a. Penentuan harga jual
- b. Pengendalian biaya
- c. Efisiensi operasional

Dengan demikian, penelitian ini memberikan perspektif yang lebih luas dalam penerapan CVP pada UMKM, khususnya di sektor kuliner.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa analisis Cost–Volume–Profit (CVP) merupakan alat yang sangat efektif dan relevan dalam membantu pengelolaan usaha pada UMKM, khususnya dalam menentukan harga jual dan meningkatkan efisiensi biaya. Analisis CVP mampu memberikan gambaran yang jelas mengenai hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba. Informasi ini sangat penting bagi pelaku usaha dalam menyusun strategi bisnis yang lebih terarah dan berbasis data.

Melalui analisis CVP, pelaku UMKM dapat menentukan harga jual yang optimal dengan mempertimbangkan biaya produksi dan target laba. Selain itu, CVP juga membantu dalam mengetahui titik impas (break-even point), sehingga pelaku usaha dapat memahami batas minimal penjualan yang harus dicapai untuk menghindari kerugian. Dalam aspek efisiensi biaya, CVP memberikan insight mengenai komponen biaya yang dapat dikendalikan dan dioptimalkan. Dengan pengelolaan biaya yang lebih efisien, usaha dapat meningkatkan margin kontribusi dan profitabilitas secara keseluruhan.

Lebih jauh lagi, CVP juga berperan dalam mendukung pengambilan keputusan manajerial, seperti perencanaan produksi, strategi pemasaran, serta evaluasi kinerja usaha. Hal ini menjadikan



CVP tidak hanya sebagai alat analisis keuangan, tetapi juga sebagai alat strategis dalam pengembangan usaha. Oleh karena itu, dapat ditegaskan bahwa penerapan analisis Cost–Volume–Profit (CVP) sangat penting bagi UMKM, karena mampu membantu dalam meningkatkan daya saing, menjaga keberlanjutan usaha, serta mendorong pertumbuhan bisnis yang lebih optimal di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2021). Managerial Accounting. <https://www.mheducation.com/highered/product/managerial-accounting-garrison/M9781260247984.html>
- Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. (2018). Cost Accounting: A Managerial Emphasis. <https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/cost-accounting-a-managerial-emphasis/P200000003479>
- Investopedia. (2023). Cost-Volume-Profit (CVP) Analysis. <https://www.investopedia.com/terms/c/cost-volume-profit.asp>
- Jurnal Ilmiah (CVP pada UMKM). <https://jurnal.unidha.ac.id/index.php/JEBD/article/view/968>
- Mulyadi. (2016). Akuntansi Biaya. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1134245>