

Strategi Penetapan Harga dan Target Laba melalui Analisis Biaya-Volume-Laba pada UMKM Anugrah Fried Chicken

Tuti Sriwedari¹, Reghina Adella², Dhea Gysela Marpaung³, Umami Fadillah Tambunan⁴, Melati Sihombing⁵

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba pada UMKM Anugrah Fried Chicken melalui penerapan analisis biaya-volume-laba (*cost-volume-profit analysis*). Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Hasil analisis menunjukkan bahwa dengan harga jual sebesar Rp12.000 per porsi dan biaya variabel sebesar Rp7.500 per porsi, titik impas tercapai pada volume penjualan 544 porsi atau setara dengan pendapatan sebesar Rp6.528.000 per bulan. Volume penjualan aktual sebesar 900 porsi per bulan menunjukkan bahwa usaha telah melampaui titik impas dan menghasilkan laba operasional sekitar Rp2.600.000 per bulan. Temuan ini menunjukkan bahwa struktur biaya dan harga jual yang diterapkan telah efisien dan mampu menghasilkan laba positif. Penelitian ini mendukung teori Garrison, Noreen, dan Brewer (2018) bahwa analisis CVP membantu manajer memahami keterkaitan antara biaya, volume, dan laba. Secara praktis, hasil penelitian ini merekomendasikan agar pemilik usaha melakukan evaluasi berkala terhadap struktur biaya dan menggunakan analisis CVP sebagai alat perencanaan laba serta dasar pengambilan keputusan manajerial.

Kata Kunci: Biaya-Volume-Laba, Titik Impas, Strategi Harga, UMKM, Perencanaan Laba.

Abstract

This study aims to analyze the relationship between cost, sales volume, and profit in the MSME Anugrah Fried Chicken through the application of cost-volume-profit (CVP) analysis. The research employed a descriptive quantitative method with data collected through observation and interviews. The results show that with a selling price of Rp12,000 per portion and a variable cost of Rp7,500 per portion, the break-even point is achieved at a sales volume of 544 portions or equivalent to a revenue of Rp6,528,000 per month. The actual sales volume of 900 portions per month indicates that the business has exceeded the break-even point and generated an operational profit of approximately Rp2,600,000 per month. These findings suggest that the current cost structure and pricing strategy are efficient and capable of generating positive profit. This research supports the theory of Garrison, Noreen, and Brewer (2018), which states that CVP analysis helps managers understand the interrelationship among cost, volume, and profit. Practically, the findings recommend that business owners conduct regular evaluations of cost structures and utilize CVP analysis as a tool for profit planning and managerial decision-making.

Keywords: Cost-Volume-Profit, Break-Even Point, Pricing Strategy, MSMEs, Profit Planning.

¹ Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Medan, email: tutisriwedari@unimed.ac.id

² Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Medan, email: reghinaadella02@gmail.com

³ Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Medan, email: dheamarpaung14@gmail.com

⁴ Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Medan, email: fadillahummi804@gmail.com

⁵ Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Medan, email: melatisihombing271@gmail.com

PENDAHULUAN

Industri kuliner di Indonesia merupakan salah satu sektor usaha yang berkembang pesat dan memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS, 2023), subsektor penyediaan makanan dan minuman tumbuh sebesar 5,35 persen pada tahun 2023, menandakan bahwa permintaan terhadap produk kuliner masih tinggi meskipun persaingan usaha semakin ketat. Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya daya beli masyarakat dan perubahan gaya hidup yang mendorong konsumsi makanan siap saji, termasuk di kota-kota besar seperti Medan. Kondisi tersebut membuka peluang besar bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk mengembangkan bisnis kuliner berbasis inovasi dan efisiensi.

Namun, di sisi lain, meningkatnya jumlah pelaku usaha juga menimbulkan tantangan tersendiri, khususnya dalam hal pengendalian biaya dan penetapan harga jual yang kompetitif. Menurut Rahmawati (2021), salah satu permasalahan utama UMKM kuliner adalah kesulitan menentukan harga jual yang mampu menutup biaya sekaligus memberikan laba optimal. Mulyadi (2016) menegaskan bahwa pengelolaan biaya merupakan dasar dari fungsi perencanaan dan pengendalian manajerial karena informasi biaya yang akurat menjadi landasan penting dalam pengambilan keputusan harga jual dan strategi produksi.

Dalam konteks akuntansi manajemen, analisis biaya-volume-laba (*cost-volume-profit analysis* atau CVP) merupakan alat penting yang dapat membantu manajer memahami hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba. Garrison, Noreen, dan Brewer (2018:25) menjelaskan bahwa "*cost-volume-profit analysis helps managers understand the interrelationships among cost, volume, and profit in an organization*" (analisis CVP membantu manajer memahami keterkaitan antara biaya, volume, dan laba dalam suatu organisasi). Pendapat ini diperkuat oleh Hansen dan Mowen (2017) yang menyatakan bahwa margin kontribusi menjadi indikator utama dalam menentukan tingkat penjualan yang mampu menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba. Analisis ini sangat relevan bagi UMKM karena memberikan informasi praktis untuk menilai kinerja usaha dan merancang strategi penetapan harga secara rasional.

Sejumlah penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa penerapan analisis CVP efektif digunakan dalam pengambilan keputusan manajerial dan perencanaan laba pada sektor UMKM. Penelitian oleh Sari (2021) menemukan bahwa penerapan analisis CVP pada usaha kuliner di Surabaya membantu pelaku usaha menentukan harga jual optimal serta mengendalikan biaya produksi. Putra dan Lestari (2020) juga membuktikan bahwa analisis CVP dapat menurunkan risiko kerugian melalui strategi harga berbasis data. Selain itu, Sulastri dan Hidayat (2023) menekankan bahwa CVP menjadi alat yang relevan bagi bisnis kuliner modern karena membantu memahami dinamika biaya dan penjualan yang berubah-ubah.

Penelitian lain oleh Aprilia dan Hartono (2021) menemukan bahwa penerapan CVP pada UMKM makanan ringan meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam merencanakan laba jangka pendek secara realistis. Lestari dan Pradana (2021) juga menyoroti bahwa strategi harga yang berbasis pada hasil analisis CVP dapat memperbaiki efisiensi dan profitabilitas usaha kuliner. Hasil serupa disampaikan oleh Iskandar dan Widodo (2020), bahwa penggunaan titik impas sebagai alat perencanaan laba dapat membantu usaha kecil menengah mengoptimalkan kapasitas produksi dan mengendalikan biaya tetap. Di sisi lain, Firmansyah dan Lestari (2022) menegaskan bahwa perencanaan laba yang berbasis analisis kuantitatif, seperti CVP, berperan penting dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM di era digital.

Dalam konteks ini, UMKM Anugrah Fried Chicken sebagai usaha kuliner rumahan di Medan menghadapi tantangan yang umum dialami oleh pelaku UMKM lain, yaitu bagaimana menetapkan harga jual yang tepat agar usaha dapat mencapai target laba yang diinginkan tanpa kehilangan daya saing pasar. Kebaruan penelitian ini terletak pada penerapan analisis biaya-volume-laba secara langsung pada Anugrah Fried Chicken untuk mengukur titik impas dan merancang strategi harga berbasis data keuangan aktual. Secara akademik, penelitian ini memperkaya literatur akuntansi manajemen terapan, khususnya mengenai penerapan CVP pada skala usaha kecil di sektor kuliner. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman bagi pelaku UMKM dalam merencanakan laba, menetapkan harga jual, dan mengoptimalkan strategi pengendalian biaya agar usaha dapat bertumbuh secara berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi nyata usaha Anugrah Fried Chicken terkait struktur biaya, harga jual, dan target laba. Metode studi kasus dipilih karena penelitian ini berfokus pada satu objek usaha yang dianalisis secara mendalam. Menurut Sugiyono (2019:11), “Metode deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan hubungan antar fenomena yang diteliti.” Dengan pendekatan ini, hasil analisis diharapkan dapat memberikan gambaran realistis mengenai penerapan analisis biaya-volume-laba (cost-volume-profit analysis) pada usaha kuliner berskala kecil.

Desain penelitian ini menitikberatkan pada penerapan teori akuntansi manajemen, khususnya analisis CVP, untuk menentukan titik impas (break-even point), margin kontribusi, dan target laba. Penelitian ini tidak berfokus pada pengujian hipotesis, melainkan pada penerapan konsep analisis keuangan untuk mendukung pengambilan keputusan manajerial terkait penetapan harga jual.

Subjek dalam penelitian ini adalah pemilik sekaligus pengelola UMKM Anugrah Fried Chicken, yaitu usaha kuliner rumahan yang berlokasi di Medan. Objek penelitian difokuskan pada data keuangan usaha yang meliputi:

- 1) Biaya produksi, terdiri atas biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan overhead.
- 2) Biaya tetap dan biaya variabel, yang digunakan dalam perhitungan analisis biaya-volume-laba.
- 3) Harga jual produk, khususnya menu ayam goreng tepung yang menjadi produk utama.

Pemilihan objek ini dilakukan secara purposif, yaitu berdasarkan pertimbangan bahwa Anugrah Fried Chicken memiliki karakteristik yang mewakili usaha kecil kuliner di Indonesia berskala rumahan, memiliki keterbatasan modal, namun berorientasi pada pertumbuhan dan laba.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu:

- 1) Data primer, diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik usaha Anugrah Fried Chicken. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai struktur biaya produksi, strategi harga, dan kendala usaha.
- 2) Data sekunder, berupa data pendukung dari literatur, jurnal ilmiah, serta laporan resmi seperti Badan Pusat Statistik (BPS) dan Kementerian Koperasi dan UKM.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan tiga cara utama:

- 1) Observasi langsung, untuk memperoleh gambaran operasional usaha dan proses produksi.

- 2) Wawancara terstruktur, menggunakan daftar pertanyaan terkait biaya, volume produksi, dan laba.
- 3) Dokumentasi, berupa catatan keuangan sederhana dan data penjualan bulanan.

Menurut Moleong (2018:132), “Data yang diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi akan lebih valid apabila dikombinasikan dengan hasil observasi lapangan.” Oleh karena itu, ketiga metode pengumpulan data ini digunakan secara terpadu agar menghasilkan analisis yang akurat dan komprehensif.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis biaya-volume-laba (cost-volume-profit analysis). Analisis ini dilakukan melalui beberapa tahap:

- 1) Klasifikasi biaya tetap dan biaya variabel, untuk menentukan elemen biaya yang digunakan dalam perhitungan.
- 2) Perhitungan margin kontribusi per unit, yaitu selisih antara harga jual dan biaya variabel per unit.
- 3) Perhitungan break-even point (BEP), menggunakan rumus:

$$BEP = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual per Unit} - \text{Biaya Variabel per unit}}$$

- 1) Analisis target laba, dengan menambahkan jumlah laba yang diinginkan ke dalam biaya tetap, kemudian membaginya dengan margin kontribusi.
- 2) Evaluasi strategi penetapan harga, dengan membandingkan beberapa skenario harga jual untuk melihat dampaknya terhadap titik impas dan laba.

Pendekatan ini sejalan dengan pandangan Garrison, Noreen, dan Brewer (2018:25) bahwa “cost-volume-profit analysis helps managers understand how changes in cost, sales volume, and price affect profit” (analisis CVP membantu manajer memahami bagaimana perubahan biaya, volume penjualan, dan harga memengaruhi laba). Melalui metode ini, penelitian dapat menghasilkan rekomendasi praktis mengenai strategi harga dan target laba yang sesuai dengan kondisi usaha Anugrah Fried Chicken.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Anugrah Fried Chicken merupakan salah satu usaha mikro kuliner yang berlokasi di Kota Medan dan berdiri pada tahun 2020. Usaha ini bergerak di bidang penjualan ayam goreng tepung (*fried chicken*) dengan berbagai varian rasa seperti original, pedas, dan barbeque. Produk tersebut memiliki daya tarik karena menyesuaikan dengan selera konsumen lokal dan ditawarkan dengan harga yang terjangkau. Dalam sebulan, rata-rata volume penjualan mencapai sekitar 900 porsi dengan harga jual normal sebesar Rp12.000 per porsi.

Sebagai UMKM berskala rumahan, *Anugrah Fried Chicken* memiliki karakteristik umum seperti keterbatasan modal, proses produksi sederhana, dan sistem pencatatan keuangan yang masih manual. Meskipun demikian, usaha ini terus berkembang berkat strategi promosi yang dilakukan melalui media sosial dan rekomendasi pelanggan. Permasalahan utama yang dihadapi adalah penentuan harga jual yang tepat agar mampu menutupi seluruh biaya dan tetap memberikan laba yang optimal.

Struktur Biaya Produksi

Struktur biaya pada *Anugrah Fried Chicken* terdiri dari dua komponen utama, yaitu **biaya tetap** dan **biaya variabel**. Biaya tetap meliputi pengeluaran yang tidak berubah meskipun volume produksi berubah, seperti sewa tempat, listrik, dan penyusutan

peralatan. Sementara biaya variabel berubah seiring dengan jumlah produksi, seperti bahan baku, minyak goreng, tepung, bumbu, dan kemasan.

Tabel 1. Struktur Biaya Produksi

Jenis Biaya	Komponen	Nilai (Rp)	Keterangan
Biaya Variabel per Unit	Bahan baku, minyak, tepung, bumbu, kemasan, tenaga kerja	7.500	per porsi
Biaya Tetap per Bulan	Sewa, listrik, penyusutan, gaji	2.450.000	per bulan

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa total biaya variabel per unit sebesar Rp7.500, sedangkan total biaya tetap per bulan sebesar Rp2.450.000. Nilai ini menjadi dasar untuk menghitung *margin kontribusi* dan titik impas (*break-even point*) menggunakan analisis biaya-volume-laba.

Analisis Cost-Volume-Profit (CVP)

Analisis CVP digunakan untuk melihat hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba. Tahapan pertama adalah menghitung *margin kontribusi* per unit, yaitu selisih antara harga jual per unit dan biaya variabel per unit.

$$\begin{aligned} \text{Margin Kontribusi per Unit} &= \text{Harga Jual} - \text{Biaya Variabel per Unit} \\ \text{Margin Kontribusi} &= 12.000 - 7.500 = 4.500 \end{aligned}$$

Selanjutnya, dilakukan perhitungan titik impas (*break-even point* atau BEP), yaitu jumlah penjualan minimal agar usaha tidak mengalami kerugian.

$$\begin{aligned} \text{BEP (unit)} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin Kontribusi per unit}} = \frac{2.450.000}{4.500} = 544 \text{ porsi} \\ \text{BEP (rupiah)} &= 544 \times 12.000 = 6.528.000 \end{aligned}$$

Artinya, *Anugrah Fried Chicken* perlu menjual sedikitnya 544 porsi per bulan atau mencapai pendapatan sekitar Rp6.528.000 untuk berada pada posisi impas. Dengan rata-rata penjualan aktual sebesar 900 porsi per bulan, usaha ini telah melampaui titik impas dan mulai memperoleh laba operasional. Namun demikian, laba yang dihasilkan masih perlu ditingkatkan agar dapat mencapai target laba yang telah ditetapkan secara optimal.

Analisis Target Laba

Untuk mencapai laba yang diharapkan sebesar Rp4.000.000 per bulan, maka jumlah penjualan yang harus dicapai dapat dihitung dengan rumus:

$$\begin{aligned} \text{Target Penjualan (unit)} &= \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Margin Kontribusi per unit}} \\ &= \frac{2.450.000 + 4.000.000}{4.500} = 1.611 \text{ unit} \end{aligned}$$

Dengan demikian, agar target laba sebesar Rp4.000.000 dapat tercapai, *Anugrah Fried Chicken* perlu meningkatkan penjualan hingga 1.611 porsi per bulan, atau hampir dua kali lipat dari kondisi saat ini.

Analisis Strategi Penetapan Harga

Penetapan harga jual sangat berpengaruh terhadap volume penjualan dan laba yang diperoleh. Oleh karena itu, dilakukan simulasi dengan tiga skenario harga untuk mengetahui pengaruhnya terhadap titik impas dan laba:

Tabel 2. Simulasi CVP Berdasarkan Skenario Harga

Skenario	Harga Jual (Rp)	Margin Kontribusi (Rp)	BEP (unit)	Penjualan Aktual (900 porsi)	Estimasi Laba (Rp)
----------	-----------------	------------------------	------------	------------------------------	--------------------

Harga promo	11.000	3.500	700	900	700.000 laba
Harga normal	12.000	4.500	544	900	2.600.000 laba
Harga naik	13.000	5.500	445	900	3.950.000 laba

Dari hasil simulasi terlihat bahwa penetapan harga jual sebesar Rp12.000 per porsi memberikan margin kontribusi yang lebih tinggi dan menurunkan titik impas menjadi sekitar 544 porsi. Dengan rata-rata penjualan aktual mencapai 900 porsi per bulan, *Anugrah Fried Chicken* berpotensi memperoleh laba sekitar Rp2.600.000 per bulan. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan harga tidak menurunkan volume penjualan secara signifikan, melainkan mampu memperbaiki posisi keuangan dan meningkatkan profitabilitas usaha.

Temuan ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2016:49) yang menyatakan bahwa "*Pricing is the only element in the marketing mix that produces revenue; the others produce costs*" (Harga merupakan satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan; sedangkan elemen lainnya justru menimbulkan biaya). Oleh karena itu, strategi harga yang tepat dapat meningkatkan daya saing sekaligus profitabilitas usaha.

Pembahasan

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Anugrah Fried Chicken* telah mencapai kondisi keuangan yang stabil pada harga jual Rp12.000 per porsi. Berdasarkan perhitungan *cost-volume-profit analysis* (CVP), titik impas usaha ini berada pada 544 porsi per bulan atau setara dengan pendapatan sekitar Rp6.528.000. Dengan volume penjualan aktual rata-rata sebesar 900 porsi per bulan, usaha ini telah melampaui titik impas dan memperoleh laba operasional sekitar Rp2.600.000 per bulan. Kondisi ini menggambarkan bahwa struktur biaya dan harga jual yang diterapkan saat ini sudah cukup efisien untuk menutupi seluruh biaya serta memberikan keuntungan.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa *Anugrah Fried Chicken* memiliki margin kontribusi yang memadai, yaitu sebesar Rp4.500 per porsi. Margin ini memungkinkan usaha menutupi biaya tetap setiap bulan sebesar Rp2.450.000 dan tetap menghasilkan laba positif. Dengan memahami hubungan antara biaya, volume, dan laba, pemilik usaha dapat memperkirakan dampak perubahan penjualan terhadap profitabilitas, serta merancang strategi untuk mencapai target laba yang lebih tinggi di masa mendatang.

Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Sari (2021:45) yang menunjukkan bahwa penerapan analisis CVP pada UMKM kuliner di Surabaya membantu menentukan harga jual yang optimal dan mengontrol biaya produksi. Hasil yang sama juga diungkapkan oleh Putra dan Lestari (2020:118), bahwa CVP mampu mengurangi risiko kerugian melalui strategi harga yang rasional dan berbasis data. Dalam konteks *Anugrah Fried Chicken*, penerapan analisis CVP terbukti menjadi alat bantu manajerial yang sederhana namun efektif untuk mengukur kinerja usaha dan menetapkan strategi harga yang sesuai dengan struktur biaya yang dimiliki.

Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung teori yang dikemukakan oleh Garrison, Noreen, dan Brewer (2018:25) bahwa "*cost-volume-profit analysis helps managers understand the interrelationships among cost, volume, and profit in an organization*" (analisis CVP membantu manajer memahami keterkaitan antara biaya, volume, dan laba dalam suatu organisasi). Pendekatan ini memberikan gambaran yang jelas bagi pelaku UMKM dalam melakukan perencanaan laba yang realistis, menilai sensitivitas harga terhadap laba, serta menentukan volume penjualan minimum untuk mencapai target keuangan.

Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa penerapan CVP pada *Anugrah Fried Chicken* dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan strategis dalam penetapan harga dan perencanaan laba. Pemilik usaha dapat memanfaatkan informasi ini untuk mempertahankan efisiensi biaya, meningkatkan volume penjualan, dan merumuskan strategi pertumbuhan yang lebih terukur di masa depan.

Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil analisis *cost-volume-profit* pada *Anugrah Fried Chicken*, beberapa implikasi praktis dapat disampaikan sebagai berikut:

- 1) Pemilik usaha perlu melakukan evaluasi berkala terhadap struktur biaya, terutama bahan baku yang harganya fluktuatif. Pengendalian biaya secara konsisten akan membantu menjaga kestabilan margin kontribusi dan laba usaha.
- 2) Harga jual sebesar Rp12.000 per porsi dapat dipertahankan sebagai harga dasar, namun perlu disertai dengan strategi promosi atau paket penjualan agar minat beli konsumen tetap terjaga tanpa mengorbankan laba.

Analisis biaya-volume-laba (CVP) dapat dimanfaatkan sebagai alat perencanaan laba jangka pendek, khususnya dalam menyusun target penjualan, merancang strategi promosi, serta mengatur kapasitas produksi agar laba optimal dapat dicapai secara berkelanjutan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penerapan analisis biaya-volume-laba (*cost-volume-profit analysis*) pada UMKM *Anugrah Fried Chicken* memberikan pemahaman yang lebih jelas mengenai hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba. Dari hasil perhitungan diketahui bahwa dengan harga jual sebesar Rp12.000 per porsi dan biaya variabel sebesar Rp7.500 per porsi, titik impas (*break-even point*) tercapai pada volume penjualan sekitar 544 porsi atau setara dengan pendapatan sebesar Rp6.528.000 per bulan.

Kondisi aktual penjualan sebesar 900 porsi per bulan menunjukkan bahwa usaha ini telah melampaui titik impas dan mulai memperoleh laba operasional sekitar Rp2.600.000 per bulan. Hasil ini mengindikasikan bahwa struktur biaya dan harga jual yang diterapkan saat ini sudah cukup efisien dalam menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba positif. Dengan demikian, *Anugrah Fried Chicken* berada dalam posisi keuangan yang sehat, namun tetap perlu menjaga efisiensi biaya agar laba dapat meningkat secara berkelanjutan.

Penelitian ini mendukung teori yang dikemukakan oleh Garrison, Noreen, dan Brewer (2018) bahwa analisis CVP membantu manajer memahami keterkaitan antara biaya, volume, dan laba dalam suatu organisasi. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Sari (2021) serta Putra dan Lestari (2020), yang menunjukkan bahwa analisis CVP efektif digunakan sebagai alat perencanaan laba bagi UMKM sektor kuliner. Dengan demikian, analisis CVP terbukti dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan manajerial yang sederhana, efisien, dan mudah diterapkan oleh pelaku usaha kecil seperti *Anugrah Fried Chicken*.

Secara praktis, hasil penelitian ini merekomendasikan agar pemilik *Anugrah Fried Chicken* melakukan evaluasi rutin terhadap struktur biaya, menetapkan harga jual secara proporsional terhadap biaya dan pasar, serta memanfaatkan analisis CVP sebagai alat bantu dalam merencanakan laba dan strategi usaha.

REFERENSI

- Aprilia, N., & Hartono, A. (2021). Penerapan analisis biaya-volume-laba sebagai dasar pengambilan keputusan manajerial pada UMKM makanan ringan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 9(2), 88–96.
- Astuti, S. (2019). Analisis perencanaan laba dengan pendekatan cost-volume-profit pada usaha kecil menengah. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6(1), 23–33.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Pertumbuhan ekonomi Indonesia triwulan IV 2023*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Dewi, R. K., & Wibowo, H. (2022). Analisis biaya-volume-laba dalam pengambilan keputusan manajerial pada UMKM kuliner. *Jurnal Akuntansi & Keuangan Indonesia*, 19(1), 55–67.
- Firmansyah, R., & Lestari, W. D. (2022). Pengaruh perencanaan laba terhadap kinerja keuangan UMKM di era digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Kontemporer*, 11(3), 121–130.
- Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2018). *Managerial accounting* (16th ed.). New York, NY: McGraw-Hill Education.
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2017). *Managerial accounting* (10th ed.). Boston, MA: Cengage Learning.
- Hornigren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. (2015). *Cost accounting: A managerial emphasis* (16th ed.). Boston, MA: Pearson Education.
- Iskandar, R., & Widodo, A. (2020). Analisis titik impas sebagai alat perencanaan laba pada usaha kecil menengah. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 7(1), 45–54.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). *Laporan perkembangan UMKM Indonesia tahun 2023*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Lestari, I., & Pradana, R. (2021). Analisis struktur biaya dan strategi harga pada UMKM kuliner di Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 76–85.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyadi. (2016). *Akuntansi biaya*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Nugroho, A. (2019). Analisis CVP pada usaha kafe kecil. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(2), 80–92.
- Putra, I., & Lestari, D. (2020). Penerapan CVP dalam strategi harga kafe. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 12(1), 110–122.
- Rahmawati, L. (2021). Penerapan analisis titik impas sebagai dasar penetapan harga jual. *Jurnal Riset Akuntansi*, 10(2), 112–120.
- Sari, M. (2021). Analisis biaya-volume-laba pada UMKM kuliner. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 7(1), 40–52.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulastris, D., & Hidayat, M. (2023). Peranan analisis CVP dalam pengambilan keputusan manajerial pada bisnis kuliner modern. *Jurnal Akuntansi Terapan Indonesia*, 12(1), 33–41.
- Tanuwijaya, V., & Prasetyo, A. (2020). Pengaruh struktur biaya terhadap profitabilitas UMKM sektor makanan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 8(3), 201–210.
- Utami, N., & Prasetya, B. (2020). Strategi penetapan harga dan implikasinya terhadap profitabilitas UMKM. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*, 5(4), 210–219.

Yuliani, D., & Ramadhani, A. (2022). Strategi pricing pada UMKM makanan cepat saji di era digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(4), 145–156