

Peran Analisis *Cost-Volume-Profit* dalam Pengambilan Keputusan Jangka Pendek

Alip Maulana Afriyanto¹, Dimas Ardiansyah², Satria Saputra³, Saefullah Sahid Ibrahim⁴, Hafizh Al-Hakim⁵, Husni Mubarak⁶

¹⁻⁶Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

Alamat: Jl. Kramat Raya No. 98, Kwitang, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10450

Korespondensi penulis: alipmaulanaa15@gmail.com

Abstract; *The Cost-Volume-Profit (CVP) analysis is a vital tool in managerial accounting used to assist managers in making short-term decisions. This study aims to analyze how the application of CVP analysis provides relevant information in determining optimal sales volume, selling price, and cost structure to achieve target profit. A descriptive quantitative approach is used, based on simulation data from a medium-scale trading company. The results indicate that CVP analysis is highly beneficial in evaluating the impact of changes in fixed costs, variable costs, and selling prices on the break-even point and operational profit. By understanding the relationship between cost, volume, and profit, management can make more accurate decisions regarding production, promotion, and pricing in the short term.*

Keywords: *CVP analysis, short-term decisions, break-even point, fixed cost, variable cost, profit.*

Abstrak; Analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP) merupakan salah satu alat penting dalam akuntansi manajemen yang digunakan untuk membantu manajer dalam proses pengambilan keputusan jangka pendek. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana penerapan analisis CVP dapat memberikan informasi yang relevan dalam menentukan volume penjualan, harga jual, dan struktur biaya yang optimal guna mencapai target laba. Studi ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan data simulasi perusahaan dagang skala menengah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis CVP sangat membantu dalam mengevaluasi dampak perubahan biaya tetap, biaya variabel, dan harga jual terhadap titik impas dan laba operasional. Dengan memahami hubungan antara biaya, volume, dan laba, manajemen dapat membuat keputusan yang lebih tepat terkait produksi, promosi, dan penetapan harga dalam jangka pendek.

Kata Kunci: *Analisis CVP, keputusan jangka pendek, titik impas, biaya tetap, biaya variabel, laba*

1. PENDAHULUAN

Dalam perusahaan dagang khususnya yang bergerak dalam bidang distributor, masalah biaya tetap ataupun biaya variabel sangat mempengaruhi laba perusahaan tersebut. Salah satu biaya yang perlu dikendalikan dan diperhatikan secara serius dalam perusahaan dagang adalah biaya pemasaran. Kecenderungan untuk mengendalikan biaya pemasaran dalam dunia usaha semakin sulit dengan semakin banyaknya item biaya pemasaran. Akibatnya, perusahaan tersebut harus memiliki strategi yang efektif dan inovatif dalam merencanakan biaya pemasaran agar dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan serta memenuhi tujuan perusahaan secara keseluruhan, yaitu memperoleh laba. Dalam mencapai tujuan perusahaan tersebut, terdapat hubungan antara biaya pemasaran, volume penjualan, dan laba. Perusahaan dagang harus berusaha untuk

mengurangi biaya pemasaran tanpa mengurangi kegiatan penjualan perusahaan, sehingga diharapkan akan memperoleh laba yang optimal.

Salah satu alat analisis yang dapat digunakan untuk menghubungkan perubahan tiga variabel tersebut dalam satu kesatuan disebut analisis cost-volume-profit (CVP). Analisis cost-volume-profit dapat membantu manajer dalam memahami perilaku total biaya, total pendapatan, dan laba operasi saat perubahan terjadi dalam tingkat keluaran, harga jual, biaya variabel, atau biaya tetap. Hal tersebut diperlukan untuk membantu manajer dalam perencanaan dan pengambilan keputusan dalam menentukan laba yang optimal. Dalam pengimplementasiannya, analisis cost-volume-profit terkait dengan break-even point (titik impas). Sehubungan dengan itu, apabila perusahaan tidak mencapai hasil penjualan yang lebih besar dari hasil penjualan pada tingkat break-even point atau tidak mencapai hasil penjualan yang telah ditetapkan, maka pimpinan perusahaan harus dapat mengetahui penyebabnya dan berusaha untuk mencapai hasil penjualan yang lebih besar sehingga dapat diperoleh laba yang optimal.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara lebih mendalam peran analisis *Cost-Volume-Profit* dalam pengambilan keputusan jangka pendek, serta bagaimana penerapannya dapat membantu manajer dalam menyusun strategi yang lebih tepat dalam menghadapi tantangan operasional jangka pendek. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan wawasan praktis bagi pelaku bisnis, khususnya dalam memanfaatkan data akuntansi manajemen sebagai dasar pengambilan keputusan yang lebih rasional dan berbasis analisis. (Sapto Darmawati, 2024)

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP)

Analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP) merupakan alat analisis manajerial yang digunakan untuk memahami hubungan antara biaya (cost), volume penjualan (volume), dan laba (profit). Menurut Garrison, Noreen, dan Brewer (2021), analisis CVP membantu manajemen dalam merencanakan laba dan menentukan strategi operasi jangka pendek dengan mengevaluasi bagaimana perubahan dalam volume penjualan, harga jual, biaya variabel, dan biaya tetap memengaruhi laba bersih.

CVP berasumsi bahwa semua biaya dapat diklasifikasikan menjadi biaya tetap dan biaya variabel, serta harga jual per unit, biaya variabel per unit, dan total biaya tetap

bersifat konstan dalam rentang volume yang relevan (*relevant range*). Beberapa komponen utama dalam analisis CVP antara lain: break-even point, margin kontribusi, dan operating leverage.

2.2. Pengambilan Keputusan Jangka Pendek

Pengambilan keputusan jangka pendek adalah proses memilih alternatif terbaik dalam situasi yang melibatkan periode waktu terbatas dan keputusan yang bersifat taktis. Dalam konteks manajerial, keputusan ini sering kali melibatkan pertimbangan seperti menerima atau menolak pesanan khusus, menghentikan atau melanjutkan produk, serta memaksimalkan penggunaan kapasitas produksi yang tersedia (Hansen & Mowen, 2020).

Keputusan jangka pendek cenderung didasarkan pada informasi biaya relevan, yaitu biaya yang akan berubah sebagai akibat dari alternatif yang dipilih. Analisis CVP menyediakan kerangka kerja yang sistematis untuk mengevaluasi keputusan tersebut.

2.3. Peran CVP dalam Pengambilan Keputusan Jangka Pendek

Analisis CVP memberikan informasi yang sangat berguna bagi manajemen dalam mengidentifikasi titik impas, menentukan target laba, dan mengevaluasi dampak perubahan biaya dan volume terhadap profitabilitas. Menurut Horngren et al. (2014), CVP sangat penting untuk keputusan seperti:

- a. Menentukan apakah suatu produk harus dihentikan atau dilanjutkan.
- b. Menetapkan harga jual dalam kondisi pasar tertentu.
- c. Menilai kelayakan menerima pesanan khusus di bawah harga normal.
- d. Menentukan kombinasi produk yang optimal saat terdapat keterbatasan kapasitas.

Penelitian oleh Sulistyowati (2019) menunjukkan bahwa penggunaan analisis CVP secara signifikan meningkatkan efektivitas keputusan manajerial di perusahaan manufaktur kecil dan menengah (UKM). Demikian pula, studi oleh Hidayat dan Kusuma (2021) menunjukkan bahwa akurasi dalam mengidentifikasi biaya tetap dan variabel sangat menentukan keberhasilan implementasi CVP dalam pengambilan keputusan.

2.4. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan antara lain:

- a. Amiruddin (2018) menemukan bahwa penggunaan analisis CVP membantu manajer UKM dalam menentukan strategi penetapan harga dan titik impas produksi.
- b. Rahmawati & Yusuf (2020) dalam studi kasus di perusahaan makanan menunjukkan bahwa analisis CVP mempermudah manajer dalam memilih antara beberapa alternatif produksi dalam kondisi permintaan yang fluktuatif.
- c. Wijaya (2022) menekankan pentingnya pemahaman biaya relevan dalam pengambilan keputusan jangka pendek, dan CVP digunakan sebagai kerangka dasar analisis.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan **deskriptif kuantitatif**, yang bertujuan untuk menjelaskan peran analisis Cost-Volume-Profit (CVP) dalam pengambilan keputusan jangka pendek berdasarkan data numerik dan simulasi keuangan. Pendekatan ini dipilih karena analisis CVP pada dasarnya melibatkan penghitungan-penghitungan matematis terhadap biaya, volume penjualan, dan laba, yang selanjutnya dianalisis untuk memberikan gambaran yang jelas dalam mendukung pengambilan keputusan manajerial.

Analisis perubahan laba terhadap perubahan volume penjualan (operating leverage)
Simulasi keputusan jangka pendek
Rasio Margin Kontribusi
Margin Kontribusi per unit dan total
Break Even Point (BEP) dalam unit dan rupiah

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

PT Sukses Niaga Sejahtera (SNS) merupakan perusahaan dagang berskala menengah yang bergerak di bidang distribusi alat tulis kantor (ATK) di wilayah Jawa Barat. Produk utama yang dijual antara lain pulpen, pensil, penghapus, dan buku tulis. Perusahaan memiliki struktur biaya tetap yang signifikan, termasuk biaya sewa gudang, gaji staf administrasi, dan penyusutan kendaraan distribusi. Selain itu, biaya variabel mencakup harga pokok barang dagang, ongkos kirim variabel, dan komisi penjualan.

Untuk keperluan analisis ini, data keuangan bulan Maret 2025 digunakan sebagai dasar simulasi:

- a. Harga jual per unit (rata-rata semua produk): Rp20.000
- b. Biaya variabel per unit: Rp12.000
- c. Biaya tetap per bulan: Rp80.000.000
- d. Volume penjualan aktual bulan Maret: 12.000 unit

4.1. Analisis Cost-Volume-Profit (CVP)

Margin Kontribusi (Contribution Margin)

Margin kontribusi per unit = Harga jual per unit – Biaya variabel per unit = Rp20.000 – Rp12.000 = Rp8.000

Margin kontribusi total = 12.000 unit × Rp8.000 = Rp96.000.000

Laba Operasi

Laba operasi = Margin kontribusi total – Biaya tetap
= Rp96.000.000 – Rp80.000.000 = Rp16.000.000

4.2. Titik Impas (Break-Even Point / BEP)

BEP unit = Biaya tetap ÷ Margin kontribusi per unit
= Rp80.000.000 ÷ Rp8.000 = 10.000 unit

BEP rupiah = BEP unit × Harga jual per unit
= 10.000 × Rp20.000 = Rp200.000.000

Artinya, perusahaan harus menjual minimal 10.000 unit atau memperoleh pendapatan sebesar Rp200 juta untuk mencapai titik impas (tidak untung dan tidak rugi).

4.3. Simulasi Pengambilan Keputusan Jangka Pendek

Skenario 1: Permintaan Pesanan Khusus

Perusahaan menerima tawaran pesanan khusus sebanyak 3.000 unit dari instansi pemerintah, dengan harga jual Rp15.000 per unit. Pesanan ini tidak memengaruhi penjualan reguler dan biaya tetap tidak berubah. Apakah pesanan ini sebaiknya diterima?

Analisis:

- Harga jual per unit pesanan khusus: Rp15.000

- Biaya variabel per unit tetap: Rp12.000
- Margin kontribusi per unit pesanan khusus = Rp15.000 – Rp12.000 = Rp3.000
- Total margin kontribusi = 3.000 × Rp3.000 = Rp9.000.000

Karena margin kontribusi positif dan tidak ada tambahan biaya tetap, maka pesanan sebaiknya diterima. Margin kontribusi sebesar Rp9 juta akan menambah laba operasional perusahaan.

4.4. Skenario 2: Penurunan Harga Jual untuk Meningkatkan Volume Penjualan

Manajemen mempertimbangkan menurunkan harga jual dari Rp20.000 menjadi Rp18.000 untuk mendorong peningkatan volume penjualan dari 12.000 unit menjadi 14.500 unit. Apakah strategi ini menguntungkan?

Margin kontribusi per unit baru = Rp18.000 – Rp12.000 = Rp6.000

Total margin kontribusi baru = 14.500 × Rp6.000 = Rp87.000.000
Laba operasi baru = Rp87.000.000 – Rp80.000.000 = Rp7.000.000

Perbandingan	dengan	laba	sebelumnya:
Sebelumnya	laba	=	Rp16.000.000
Dengan	penurunan	harga	= Rp7.000.000

→ **Laba menurun Rp 9.000.000**

Kesimpulan:

Meskipun volume penjualan naik, **penurunan harga jual menyebabkan penurunan margin kontribusi**, sehingga laba justru lebih kecil. Strategi ini **tidak disarankan**, kecuali ada pertimbangan jangka panjang lain seperti ekspansi pasar.

C. Skenario 3: Peningkatan Biaya Tetap karena Ekspansi Gudang

Perusahaan mempertimbangkan menyewa gudang tambahan untuk meningkatkan kapasitas distribusi. Biaya tetap akan meningkat menjadi Rp95.000.000 per bulan.

Target penjualan tetap 12.000 unit. Apakah ekspansi ini masih menguntungkan?

Margin kontribusi tetap = Rp8.000 per unit × 12.000 = Rp96.000.000
Laba operasi baru = Rp96.000.000 – Rp95.000.000 = Rp1.000.000

Kesimpulan:

Laba sangat menipis. Jika tidak diiringi dengan peningkatan volume penjualan, maka ekspansi ini **berisiko tinggi**. Perusahaan sebaiknya menunda ekspansi atau memastikan pasar tambahan sebelum menambah biaya tetap.

Dari studi kasus di atas, dapat disimpulkan bahwa **analisis CVP sangat membantu manajemen dalam mengevaluasi dampak keuangan dari berbagai skenario keputusan jangka pendek**. CVP tidak hanya mengungkap seberapa besar laba yang akan diperoleh, tetapi juga memberikan wawasan mengenai sensitivitas laba terhadap perubahan biaya dan volume.

Beberapa pembelajaran penting yang dapat ditarik:

- **Pesanan khusus dengan harga rendah tetap dapat menguntungkan** selama margin kontribusi tetap positif dan tidak menambah biaya tetap.
- **Penurunan harga jual harus dianalisis secara hati-hati**, karena dapat menurunkan laba meskipun volume naik.
- **Kenaikan biaya tetap** harus diimbangi dengan pertumbuhan penjualan yang realistis untuk menjaga profitabilitas.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP) merupakan alat yang sangat penting dan relevan dalam mendukung pengambilan keputusan jangka pendek dalam perusahaan, khususnya yang berkaitan dengan perencanaan laba, penetapan harga, dan evaluasi strategi operasional.

CVP analysis mampu memberikan gambaran yang jelas mengenai hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, volume penjualan, dan laba. Melalui perhitungan margin kontribusi, titik impas (*break-even point*), serta simulasi skenario keuangan, manajemen dapat mengambil keputusan yang lebih tepat dalam menghadapi berbagai kondisi bisnis yang bersifat sementara atau mendesak.

Dari studi kasus yang dilakukan pada PT Sukses Niaga Sejahtera, diperoleh beberapa temuan utama:

- a. Pesanan khusus yang ditawarkan dengan harga lebih rendah tetap layak diterima selama memberikan margin kontribusi positif dan tidak menambah biaya tetap, karena dapat meningkatkan laba total perusahaan.
- b. Penurunan harga jual untuk meningkatkan volume penjualan tidak selalu menghasilkan keuntungan yang lebih besar. Justru, jika margin kontribusi per unit turun terlalu jauh, laba dapat menurun meskipun penjualan meningkat.
- c. Kenaikan biaya tetap seperti ekspansi gudang atau fasilitas harus dipertimbangkan secara cermat, terutama jika tidak dibarengi dengan peningkatan volume penjualan yang signifikan. CVP dapat membantu memprediksi konsekuensi finansial dari kebijakan tersebut.
- d. CVP juga membantu perusahaan untuk menetapkan batas minimal penjualan agar tidak mengalami kerugian, sehingga sangat berguna dalam menyusun strategi penjualan dan produksi.

Namun demikian, penggunaan analisis CVP perlu dilakukan dengan memperhatikan asumsi-asumsi yang mendasarinya, seperti konstan-nya harga jual, biaya per unit, dan proporsi produk, yang dalam praktiknya bisa berubah karena faktor eksternal. Oleh karena itu, hasil analisis CVP sebaiknya dijadikan alat bantu dalam pengambilan keputusan, bukan satu-satunya dasar.

Secara keseluruhan, analisis *Cost-Volume-Profit* memberikan kerangka kerja analitis yang kuat dan aplikatif untuk menghadapi tantangan jangka pendek, khususnya dalam pengelolaan keuangan operasional. Manajemen yang mampu memanfaatkan analisis ini dengan baik akan memiliki keunggulan dalam menyusun strategi yang efisien dan tepat sasaran, serta mampu merespons dinamika pasar dengan lebih adaptif dan terukur.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Luntungan, N. N., & Tinangon, J. J. (2021). Penerapan Analisis Cost Volume Profit dalam Perencanaan dan Pengambilan Keputusan Laba Optimal pada PT. Artha Mas Minahasa. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3), 1–10. <https://doi.org/10.35794/emba.v9i3.35536E-Jurnal Universitas Sam Ratulangi+1Widyantara Journal+1>
- [2] Hikmatullah, I., Harianto, F. D., Gufron, M. R., & Bastomi, M. (2023). Analisis Cost Volume Profit (CVP) Sebagai Alat Perencanaan Laba pada UMKM Ayam Broiler Ibu Ramlah. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 2(2), 241–249. <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i2.1613Literasi Sains+1etnik.rifainstitute.com+1>

- [3] Azzahra, U. S., Fauzi, A., Yunaz, H., Nashrulloh, S., Risqi, M., Ramadhan, M. T., & Irawan, M. R. B. (2023). Analisis Biaya Relevan dalam Pengambilan Keputusan Jangka Pendek Pasca Pandemi COVID-19. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis*, 3(3), 147–156. <https://doi.org/10.56127/jaman.v3i3.1028Admi Journal>
- [4] Oktaviani, T. A., & Suherman, E. (2024). Analisis Perencanaan Laba Melalui Cost Volume Profit (CVP): Studi Kasus UMKM Ayam Potong Deni Jaya. *ETNIK: Jurnal Ekonomi dan Teknik*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.54543/etnik.v3i1.314etnik.rifainstitute.com+1Literasi Sains+1>
- [5] Agustini, S., Lilianti, E., & Putra, A. E. (2024). Analisis Perhitungan Cost Volume Profit Sebagai Dasar Perencanaan Laba pada PT Mulia Boga Raya Tbk yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 10583–10590. <https://doi.org/10.31004/jptam.v8i1.13969JPTAM+1JPTAM+1>
- [5] Manullang, K., Steafani, R., Siahaan, R., Fani, A., & Siallagan, H. (2024). Analisis Perencanaan Laba yang Diharapkan Menggunakan Analisis Cost Volume Profit (CVP) pada PT Unilever Indonesia Tbk (2020–2022). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(2), 29703–29710. <https://doi.org/10.31004/jptam.v8i2.17689JPTAM>
- [6] Sharasanti, D. A., Puspitasari, N. P. A., & Martantina, L. (2024). Studi Kasus Penggunaan Cost Volume Profit (CVP) dalam Perencanaan Laba di Hotel XYZ Bali. *Jurnal Bina Akuntansi*, 11(2), 146–166. <https://doi.org/10.52859/jba.v11i2.624Wiyatamandala>
- [7] Mustofa, A. W., Prastika, A. W., & Suhartini, D. (2022). Analisis Cost Volume Profit (CVP) sebagai Alat Perencanaan Laba pada UD. Zacyndo. *Seminar Nasional Akuntansi dan Call for Paper*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.33005/senapan.v2i1.171senapan.upnjatim.ac.id+1Literasi Sains+1>
- [8] Rellam, D. N. E., Mawikere, L. M., & Tangkuman, S. J. (2025). Penerapan Cost Volume Profit sebagai Dasar Perencanaan Penjualan untuk Laba yang Diharapkan PT. Sumber Trijaya Lestari Cabang Tomohon. *Manajemen Bisnis dan Keuangan Korporat*, 3(1), 97–105. <https://doi.org/10.58784/mbkk.283Widyantara Journal>
- [9] Supit, M. M., Gamaliel, H., & Rondonuwu, S. N. (2023). Analisis Penerapan Target Costing dan Cost-Volume-Profit sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Pengambilan Keputusan untuk Perencanaan Laba saat Low Season pada Hotel Sintesa Peninsula Manado. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(4), 1–10. <https://doi.org/10.37385/msej.v3i4.1011journal.yrpiiku.com>
- [10] Vitantri, R., Nurazila, R., Faradiva, A., & Azmi, Z. (2025). Transformasi Akuntansi Manajemen: Pemanfaatan Teknologi Digital untuk Pengambilan Keputusan Strategis. *Evolusi Ekonomix: Jurnal Akuntansi Modern*, 7(1), 1–10. <https://journalpedia.com/1/index.php/jkm/article/view/4573Journalpedia>
- [11] Siregar, A. R., & Lubis, M. (2022). Pengaruh Analisis Cost Volume Profit terhadap Pengambilan Keputusan Manajerial pada UMKM di Medan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 10(2), 150–160.
- [12] Wulandari, D., & Prasetyo, A. (2021). Implementasi Analisis Cost Volume Profit dalam Menentukan Strategi Penetapan Harga pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 6(1), 45–55.

- [13] Ramadhani, S., & Nugroho, T. (2023). Analisis CVP sebagai Alat Perencanaan Laba pada Perusahaan Dagang di Jakarta. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 8(3), 200–210. [Literasi Sains](#)
- [14] Yuliana, M., & Santoso, B. (2020). Pengaruh Analisis Cost Volume Profit terhadap Efektivitas Pengambilan Keputusan Jangka Pendek pada Industri Makanan dan Minuman. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 11(2), 300–310.