

## ANALISIS COST-VOLUME-PROFIT (CVP) SEBAGAI ALAT MANAJERIAL DALAM MEMBUAT KEPUTUSAN BISNIS

<sup>1</sup>Achmad Fauzi,<sup>2</sup>Alen Dwi Setyo, <sup>3</sup>Muhammad Fauzan Zaen, <sup>4</sup>Rakha Randyka Prihartono, <sup>5</sup>Raymond Peres Johannes Loi, <sup>6</sup>Valentino Juliano Jawa Napa, <sup>7</sup>Yusron Rizki

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup>

<sup>1</sup>[achmad.fauzi@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto:achmad.fauzi@dsn.ubharajaya.ac.id) , <sup>2</sup>[alendwi09@gmail.com](mailto:alendwi09@gmail.com) , <sup>3</sup>[muhfauzaen@gmail.com](mailto:muhfauzaen@gmail.com)  
, <sup>4</sup>[rakharandyka85@gmail.com](mailto:rakharandyka85@gmail.com) , <sup>5</sup>[raymondjohanes17@gmail.com](mailto:raymondjohanes17@gmail.com) ,  
<sup>6</sup>[valentinojuliano58@gmail.com](mailto:valentinojuliano58@gmail.com) , <sup>7</sup>[akyusronid@gmail.com](mailto:akyusronid@gmail.com)

**\*Corresponding Author**

---

### ARTICLE INFO

Keywords: Analisis *Cost-Volume-Profit*, Titik Impas, Strategi Penetapan Harga, Strategi Pemasaran

Received : 29, May

Revised : 21, June

Accepted: 29, June

©2024 The Author(s): This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRAK

Analisis Cost-Volume-Profit (CVP) merupakan alat manajerial yang sangat penting dalam membantu perusahaan membuat keputusan bisnis yang lebih terinformasi dan akurat. Analisis ini memberikan wawasan mendalam tentang hubungan antara biaya, volume penjualan, dan profitabilitas, yang sangat penting bagi manajer dalam merencanakan dan mengendalikan operasi bisnis. CVP memungkinkan manajer untuk menentukan titik impas, menetapkan harga yang optimal, dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk memaksimalkan keuntungan. Selain itu, CVP memiliki peran signifikan dalam perencanaan strategis jangka panjang, termasuk diversifikasi produk dan ekspansi pasar. Meskipun memiliki keterbatasan seperti asumsi biaya dan harga yang konstan, CVP tetap berharga ketika digabungkan dengan alat analisis lainnya. Dengan memahami dan mengatasi keterbatasan ini, perusahaan dapat meningkatkan proses pengambilan keputusan, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kinerja dan keberlanjutan bisnis.

---

### PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis yang kompetitif dan dinamis, keputusan manajerial yang tepat waktu dan berdasarkan data yang akurat sangat penting untuk memastikan kelangsungan dan pertumbuhan perusahaan. Salah satu alat analisis yang sangat berguna dalam membantu manajer membuat keputusan strategis adalah Analisis Cost-

Volume-Profit (CVP). Mowen et al (2017:160) menyatakan analisis Cost- Volume-Profit (CVP) merupakan analisis yang digunakan untuk memperkirakan bagaimana perubahan biaya (baik biaya variabel maupun tetap), volume penjualan, dan harga jual mempengaruhi laba perusahaan. CVP merupakan teknik akuntansi manajerial yang membantu mengidentifikasi hubungan antara biaya, volume produksi atau penjualan, dan profitabilitas perusahaan.

Analisis CVP memungkinkan manajer untuk mengevaluasi bagaimana perubahan dalam biaya tetap, biaya variabel, harga jual, dan volume penjualan mempengaruhi keuntungan perusahaan. Dalam konteks ini, CVP tidak hanya membantu dalam pengambilan keputusan jangka pendek tetapi juga dalam perencanaan strategis jangka panjang. Sebagai contoh, melalui analisis titik impas, perusahaan dapat menentukan tingkat penjualan minimum yang harus dicapai untuk menutupi semua biaya yang ada. Informasi ini sangat penting dalam perencanaan anggaran dan strategi pemasaran.

Lebih lanjut, CVP juga memainkan peran kunci dalam pengambilan keputusan terkait dengan diversifikasi produk, perluasan pasar, dan investasi dalam teknologi baru. Dengan menggunakan model CVP, manajer dapat melakukan simulasi berbagai skenario bisnis untuk menilai dampak potensial dari berbagai keputusan yang diambil. Hal ini sangat membantu dalam mengurangi risiko dan meningkatkan akurasi perencanaan bisnis.

Namun demikian, penerapan CVP juga memiliki keterbatasan yang harus dipahami oleh para manajer. Misalnya, CVP mengasumsikan bahwa biaya dan harga tetap konstan dalam jangka waktu tertentu, padahal dalam kenyataan bisnis, fluktuasi harga dan biaya sering terjadi. Oleh karena itu, analisis CVP harus digunakan bersamaan dengan alat analisis lainnya untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran analisis Cost-Volume-Profit sebagai alat manajerial dalam pembuatan keputusan bisnis. Melalui pemahaman yang lebih mendalam tentang konsep dan penerapan CVP, diharapkan para manajer dapat meningkatkan efektivitas pengambilan keputusan mereka, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada peningkatan kinerja dan keberlanjutan perusahaan.

#### **Rumusan masalah:**

1. Bagaimana cara menentukan titik impas suatu perusahaan dengan

- menggunakan Analisis CVP?
2. Bagaimana analisis CVP dapat membantu perusahaan dalam memaksimalkan Keuntungan?
  3. Bagaimana analisis CVP dapat membantu dalam pengambilan keputusan strategi?

#### PENELITIAN TERDAHULU

Tabel Penelitian Terdahulu yang relevan

No	Arthur (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Riset Terdahulu
1	Ak, S., & Witekso, W. (2021)	Penerapan Analisis Cost-Volume-Profit (Cvp) Sebagai Alat Perencanaan Laba Dan Penetapan Harga Jual Pada Pt. Realita Masyarakat Airlangga Mojokerto.	Hasil riset menunjukkan bahwa setelah penerapan CVP, volume penjualan meningkat dari 5.000 unit menjadi 6.000 unit, dan pendapatan naik dari Rp30.000.000 menjadi Rp36.000.000. Laba perusahaan juga mengalami peningkatan dari Rp5.000.000 menjadi Rp6.000.000. Meskipun total biaya tetap dan variabel tidak berubah, penerapan analisis CVP berhasil meningkatkan laba perusahaan tanpa perlu menaikkan harga jual produk, yang tetap pada Rp6.000 per unit. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemanfaatan analisis CVP dapat membantu perusahaan dalam perencanaan yang lebih efektif dan meningkatkan profitabilitas melalui pemahaman yang lebih baik tentang hubungan antara biaya, volume, dan laba.
2	Asih, H. M., & Eng, C. K. (2021)	Cost-volume-profit analysis for uncertain capacity planning: A case study paper.	Hasil riset menunjukkan bahwa dengan menggunakan CVP, perusahaan dapat lebih efektif dalam mengelola ketidakpastian kapasitas produksi dan permintaan pasar. Analisis ini membantu mengidentifikasi titik impas dan margin kontribusi dalam berbagai skenario kapasitas, memungkinkan perencanaan yang lebih adaptif dan responsif terhadap perubahan. Studi kasus ini mengungkapkan bahwa CVP dapat menjadi alat yang sangat berguna dalam pengambilan keputusan strategis, terutama dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan penuh ketidakpastian, sehingga meningkatkan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan profitabilitas meskipun menghadapi fluktuasi kapasitas.

3	Babiak, N., & Krutous, N. (2021)	CVP analysis in the conditions of multi-product production as a tool of operational controlling.	Hasil riset menunjukkan bahwa pengelolaan sumber daya intelektual yang efektif, termasuk pengetahuan, keterampilan, dan inovasi, menjadi kunci keberhasilan perusahaan di era ekonomi berbasis pengetahuan. Studi ini menemukan bahwa perusahaan yang berinvestasi dalam pengembangan dan pengelolaan sumber daya intelektual dapat meningkatkan daya saing, efisiensi operasional, dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar. Penggunaan teknologi informasi dan
---	----------------------------------	--	---

			komunikasi (TIK) serta strategi kolaboratif untuk berbagi pengetahuan juga terbukti penting dalam meningkatkan produktivitas dan inovasi. Secara keseluruhan, riset ini menegaskan pentingnya manajemen sumber daya intelektual yang terintegrasi dan berkelanjutan untuk mencapai keunggulan kompetitif dalam ekonomi modern.
4	Ditoananto, A., & Purwanti, L. (2023)	Analisis Cost Volume Profit (CVP) Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Usaha Onotaki Dalam Situasi Ekonomi Masa Pandemi Covid-19.	Hasil riset menunjukkan bahwa penerapan CVP membantu usaha Onotaki dalam memahami hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba, sehingga dapat membuat keputusan yang lebih tepat dalam menghadapi penurunan permintaan dan gangguan operasional. CVP memungkinkan Onotaki untuk menentukan titik impas dan margin kontribusi, sehingga dapat merancang strategi penetapan harga dan pengendalian biaya yang lebih efektif. Penelitian ini mengungkap bahwa melalui penggunaan CVP, usaha Onotaki mampu mempertahankan profitabilitas meskipun menghadapi tantangan ekonomi yang signifikan selama pandemi.
5	Guo, Y. (2022).	Enterprise Management Decision and Financial Management Based on Dynamic Cost Volume Profit Model.	hasil riset menunjukkan bahwa model CVP dinamis dapat memberikan wawasan yang lebih fleksibel dan real-time dalam pengambilan keputusan manajemen dan keuangan, terutama dalam kondisi pasar yang berubah-ubah. Model ini memungkinkan perusahaan untuk lebih responsif terhadap perubahan biaya dan volume, sehingga dapat mengoptimalkan profitabilitas. Namun, karena alasan yang tidak dijelaskan dalam penarikan, hasil dan kesimpulan dari penelitian ini tidak dapat dianggap valid atau dapat diterapkan.
6	Hassanah, A., & Daud, R. M. (2019)	Analisis Cost Volume Profit Sebagai Alat Perencanaan Laba (Studi Kasus Pada Umkm Dendeng Sapi Di Banda Aceh).	Hasil riset jurnal tentang analisis Cost-Volume-Profit (CVP) sebagai alat perencanaan laba pada UMKM dendeng sapi di Banda Aceh menunjukkan bahwa penggunaan analisis CVP secara signifikan membantu UMKM tersebut dalam perencanaan dan pengelolaan laba. Studi ini menemukan bahwa dengan memahami hubungan antara biaya, volume penjualan, dan keuntungan, UMKM dapat menentukan titik impas serta proyeksi penjualan yang diperlukan untuk mencapai target laba. Analisis CVP memungkinkan manajemen UMKM dendeng sapi untuk mengidentifikasi dan mengendalikan variabel-variabel yang mempengaruhi profitabilitas, seperti harga jual, biaya produksi,

			<p>dan volume penjualan. Dengan demikian, penerapan CVP memberikan panduan strategis dalam pengambilan keputusan, misalnya dalam penetapan harga dan pengelolaan biaya, yang pada akhirnya meningkatkan efisiensi operasional dan profitabilitas UMKM. Hasil penelitian ini menekankan pentingnya penerapan analisis CVP sebagai alat perencanaan laba yang efektif bagi UMKM dalam menghadapi persaingan pasar dan memastikan kelangsungan bisnis.</p>
7	<p>Iswara, U. S., Setyabudi, T. G., &amp; Setiadevi, S. (2023)</p>	<p>). Analisis Cost Volume Profit Dalam Upaya Merencanakan Laba Usaha Kopi Macro Coffee Roastery.</p>	<p>Hasil riset menunjukkan bahwa dengan menggunakan analisis CVP, Macro Coffee Roastery dapat menentukan titik impas dan mengidentifikasi volume penjualan yang diperlukan untuk mencapai target laba. CVP membantu dalam memahami bagaimana perubahan biaya tetap, biaya variabel, dan harga jual mempengaruhi profitabilitas. Penelitian ini menemukan bahwa melalui perencanaan yang lebih terstruktur dan pemahaman yang mendalam tentang hubungan antara biaya, volume, dan laba, Macro Coffee Roastery mampu mengoptimalkan strategi penetapan harga dan pengendalian biaya, sehingga meningkatkan kinerja keuangan dan daya saing usaha di pasar kopi yang kompetitif.</p>
8	<p>LE, O. T. T., TRAN, P. T. T., Van TRAN, T., &amp; Van NGUYEN, C. (2020)</p>	<p>Application of cost-volume- profit analysis in decision-making by public universities in Vietnam.</p>	<p>Hasil riset menunjukkan bahwa CVP digunakan oleh universitas untuk mengelola anggaran dan merencanakan program akademik secara lebih efektif. Dengan CVP, universitas dapat menentukan titik impas untuk berbagai program pendidikan, membantu mereka dalam menyeimbangkan biaya operasional dengan pendapatan dari biaya kuliah dan sumber lainnya. Studi ini menemukan bahwa penerapan CVP meningkatkan efisiensi pengelolaan sumber daya, memungkinkan universitas membuat keputusan yang lebih tepat terkait pembukaan program baru, pengaturan kapasitas kelas, dan pengelolaan biaya. Secara keseluruhan, CVP membantu universitas negeri di Vietnam dalam mengoptimalkan penggunaan dana publik dan meningkatkan kualitas pendidikan.</p>
9	<p>Malarkodi, K., &amp; Ranjitha, M. (2021)</p>	<p>An Determinant Analysis of Cost Volume Profit of EID-Parry (India) Limited Pugalur.</p>	<p>Hasil riset jurnal tentang analisis determinan Cost-Volume-Profit (CVP) pada EID-Parry (India) Limited di Pugalur mengungkapkan bahwa penerapan analisis CVP secara efektif membantu perusahaan dalam mengelola dan</p>

			<p>merencanakan laba. Studi ini menemukan bahwa pemahaman mendalam mengenai interaksi antara biaya tetap, biaya variabel, volume penjualan, dan harga jual merupakan kunci untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan. EID-Parry menggunakan analisis CVP untuk menentukan titik impas, yang membantu manajemen memahami jumlah penjualan minimum yang diperlukan untuk menutupi semua biaya. Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa analisis CVP memungkinkan perusahaan untuk membuat berbagai proyeksi skenario keuangan berdasarkan perubahan dalam biaya atau volume penjualan, sehingga memberikan dasar yang kuat untuk pengambilan keputusan strategis. Implementasi CVP juga membantu perusahaan dalam merencanakan produksi, mengoptimalkan penggunaan sumber daya, dan menetapkan harga produk yang kompetitif. Secara keseluruhan, riset ini menegaskan bahwa analisis CVP adalah alat yang vital bagi EID-Parry untuk mencapai efisiensi operasional dan memaksimalkan laba.</p>
10	<p>Mustofa, A. W., Prastika, A. W., &amp; Suhartini, D. (2022, May)</p>	<p>Analisis Cost Volume Profit (CVP) Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada UD. ZACYNDO.</p>	<p>Hasil riset menunjukkan bahwa penerapan analisis CVP memungkinkan UD. Zacyndo untuk menentukan titik impas, mengidentifikasi margin kontribusi, dan memahami dampak perubahan biaya serta volume penjualan terhadap laba. Dengan CVP, UD. Zacyndo dapat merencanakan strategi penetapan harga dan pengendalian biaya yang lebih efektif. Penelitian ini menemukan bahwa CVP membantu perusahaan dalam membuat keputusan yang lebih informasional terkait produksi dan pemasaran, sehingga meningkatkan profitabilitas dan efisiensi operasional. Kesimpulannya, CVP merupakan alat yang penting bagi UD. Zacyndo untuk mengoptimalkan kinerja keuangan dan mencapai tujuan laba yang diinginkan.</p>
11	<p>Nisa, U. K., Mursalina, M., &amp; Bastomi, M. (2023)</p>	<p>Analisis Cost Volume Profit dalam Mengoptimisasi Laba pada UMKM Cilox Tata Surya.</p>	<p>Hasil riset menunjukkan bahwa melalui CVP, UMKM ini mampu menentukan titik impas dan memahami pengaruh perubahan biaya tetap, biaya variabel, dan volume penjualan terhadap laba. CVP membantu Cilox Tata Surya dalam merencanakan strategi penetapan harga yang lebih efektif dan pengendalian biaya operasional. Penelitian ini menemukan bahwa penggunaan CVP meningkatkan kemampuan</p>

			UMKM dalam membuat keputusan bisnis yang lebih baik, seperti menentukan jumlah produksi yang optimal dan menetapkan harga jual yang kompetitif. Secara keseluruhan, CVP terbukti menjadi alat yang penting bagi Cilox Tata Surya dalam mencapai tujuan laba dan meningkatkan efisiensi operasional.
12	Nurapni, S., Ibrahim, S. S., & Djuanda, G. (2023)	Analisis Cost Volume Profit Sebagai Alat Perencanaan Laba. Penerbit Tahta Media.	disimpulkan bahwa CVP memungkinkan perusahaan untuk memahami hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba bersih. Dengan menggunakan CVP, manajer dapat membuat keputusan yang lebih tepat terkait penetapan harga, volume produksi, dan struktur biaya agar mencapai target laba yang diinginkan. Selain itu, analisis ini juga membantu dalam mengevaluasi kinerja operasional perusahaan serta mengidentifikasi titik impas (break-even point) di mana laba sama dengan biaya total. Dengan demikian, CVP dapat menjadi instrumen penting dalam pengambilan keputusan yang strategis dan taktis bagi perusahaan.
13	Nworie, G. O., Okafor, T. G., Igwebuike, C. C., & Onyali, C. I. (2023)	Utilizing Cost-Volume-Profit Analysis for Informed Decision Making in Small Business Management.	Hasil riset menunjukkan bahwa dengan menggunakan CVP, pemilik usaha kecil dapat mengidentifikasi titik impas (break-even point) dengan lebih jelas, yang membantu dalam menetapkan harga produk dan layanan, serta merencanakan strategi penjualan yang lebih efektif. Selain itu, CVP juga memungkinkan pemilik usaha untuk mengukur tingkat sensitivitas laba terhadap perubahan dalam biaya, volume penjualan, dan harga jual, sehingga meningkatkan pemahaman terhadap risiko dan peluang bisnis. Dengan demikian, jurnal tersebut menekankan pentingnya penerapan CVP sebagai alat yang informatif dalam pengambilan keputusan yang cerdas bagi manajemen bisnis kecil.
14	Okpala, K. E., & Osanebi, C. (2020)	Utilizing Cost-Volume-Profit Analysis for Informed Decision Making in Small Business Management.	Hasil riset ini mengungkap bahwa CVP membantu UKM dalam memahami hubungan antara biaya, volume penjualan, dan keuntungan. Dengan menggunakan CVP, perusahaan dapat menentukan titik impas, merencanakan volume penjualan yang diperlukan untuk mencapai target laba, serta mengidentifikasi pengaruh perubahan biaya tetap, biaya variabel, dan harga jual terhadap laba. Penelitian ini juga menemukan bahwa penerapan analisis CVP yang efektif dapat meningkatkan efisiensi operasional dan daya

			saing UKM di Nigeria. Namun, hambatan utama yang dihadapi adalah kurangnya pemahaman yang mendalam tentang konsep CVP di kalangan manajer UKM serta keterbatasan dalam akses terhadap pelatihan dan sumber daya yang memadai. Oleh karena itu, studi ini merekomendasikan peningkatan pelatihan dan penyuluhan tentang CVP untuk manajer UKM guna memaksimalkan potensi keuntungan mereka.
15	Rahmi, F., Hafisyah, H., Dahar, R., & Yanti, N. S. P. (2023)	Analisis Cost Volume Profit (CVP) dalam Perencanaan Laba pada UMKM Berkat Usaha.	Hasil riset jurnal mengenai UMKM Berkat Usaha, ditemukan bahwa penerapan analisis CVP mampu memberikan gambaran yang jelas tentang titik impas (break-even point) dan margin kontribusi. Dengan memahami komponen-komponen ini, UMKM dapat menentukan jumlah penjualan minimum yang diperlukan untuk menutupi semua biaya tetap dan variabel, serta merancang strategi penetapan harga yang lebih efektif. Selain itu, analisis CVP juga membantu UMKM dalam merencanakan skenario bisnis yang berbeda, mengukur dampak perubahan biaya dan volume terhadap laba, serta meningkatkan efisiensi operasional. Hasil riset ini menunjukkan bahwa penggunaan analisis CVP secara konsisten dapat meningkatkan profitabilitas dan daya saing UMKM Berkat Usaha dalam pasar yang dinamis.

## METODOLOGI

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur untuk mengeksplorasi peran analisis Cost-Volume-Profit (CVP) Simon et al.(2020). sebagai alat manajerial dalam pengambilan keputusan bisnis. Pendekatan kualitatif dipilih karena sifatnya yang eksploratif dan kemampuannya untuk menggali pemahaman mendalam mengenai konsep, aplikasi, serta tantangan yang dihadapi dalam penggunaan CVP di lingkungan bisnis.

Studi literatur akan dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis berbagai sumber akademis dan praktis yang relevan, termasuk buku teks, artikel jurnal, laporan penelitian, dan publikasi bisnis. Proses ini akan melibatkan identifikasi, evaluasi, dan sintesis informasi dari literatur yang ada untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif tentang penerapan CVP. Penelitian ini akan mencakup literatur yang membahas teori dasar CVP, studi kasus tentang penerapan CVP di berbagai industri, serta artikel yang mengkritisi dan menyoroti keterbatasan alat analisis ini.

Langkah pertama dalam metodologi ini adalah melakukan penelusuran literatur secara sistematis melalui database akademik seperti Google Scholar, JSTOR, dan ProQuest. Artikel dan sumber yang relevan akan diseleksi

berdasarkan kriteria inklusi seperti relevansi dengan topik penelitian, reputasi jurnal atau penerbit, serta tahun publikasi untuk memastikan informasi yang diperoleh adalah yang terbaru dan paling relevan.

Setelah mengumpulkan literatur yang memadai, langkah berikutnya adalah melakukan analisis konten. Analisis ini akan fokus pada identifikasi tema utama, pola, dan hubungan yang muncul dari literatur yang dikaji. Hasil analisis ini akan digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan dan untuk mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana CVP dapat diterapkan secara efektif dalam konteks bisnis nyata.

Selain itu, untuk memperkaya pemahaman dan validitas penelitian, akan dilakukan triangulasi data dengan membandingkan temuan dari berbagai sumber literatur. Ini akan membantu memastikan bahwa interpretasi dan kesimpulan yang diambil adalah akurat dan berdasarkan bukti yang kuat. Dengan pendekatan kualitatif dan studi literatur ini, diharapkan penelitian dapat memberikan wawasan mendalam mengenai manfaat, aplikasi, dan tantangan dalam penggunaan analisis CVP sebagai alat manajerial, serta memberikan rekomendasi praktis bagi manajer dalam membuat keputusan bisnis yang lebih informatif dan strategis.

## **PEMBAHASAN**

### **1. Penerapan Analisis Cost Volume Profit dalam Perusahaan**

Menurut Sumarni (2020) Perencanaan laba atau optimalisasi profitabilitas adalah pengembangan dari suatu rencana kerja untuk operasi perusahaan yang dinyatakan dalam suatu perhitungan. Perencanaan laba berguna membantu manajemen dalam perencanaan, penganggaran dan pengambilan keputusan baik jangka pendek maupun jangka panjang demi tercapainya tujuan perusahaan.

Analisis Cost-Volume-Profit (CVP). merupakan alat penting yang digunakan oleh perusahaan untuk memahami hubungan antara biaya, volume penjualan, dan keuntungan. Salah satu penerapan utama CVP adalah dalam menentukan titik impas (break-even point), yaitu titik di mana total pendapatan perusahaan sama dengan total biaya, sehingga perusahaan tidak mengalami laba maupun rugi. Mengetahui titik impas sangat penting bagi manajer karena memberikan dasar untuk merencanakan volume penjualan minimum yang diperlukan untuk menutupi semua biaya.

Untuk menentukan titik impas, perusahaan harus memahami komponen biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya yang tidak berubah dengan perubahan volume produksi atau penjualan, seperti sewa gedung dan gaji staf manajemen. Sementara itu, biaya variabel berubah secara langsung dengan volume produksi, seperti biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung. Dengan menggunakan formula titik impas, yaitu total biaya tetap dibagi dengan harga jual per unit dikurangi biaya variabel per unit, perusahaan dapat menghitung jumlah unit yang harus dijual untuk mencapai titik impas.

Selain menentukan titik impas, analisis CVP juga membantu perusahaan dalam memaksimalkan keuntungan dengan memberikan wawasan tentang

bagaimana perubahan dalam harga jual, biaya variabel, dan volume penjualan mempengaruhi laba. Dengan menganalisis skenario yang berbeda, manajer dapat membuat keputusan yang lebih baik terkait strategi penetapan harga, pengendalian biaya, dan volume produksi. Misalnya, jika perusahaan mempertimbangkan untuk menurunkan harga jual untuk meningkatkan volume penjualan, CVP dapat digunakan untuk mengevaluasi apakah peningkatan penjualan tersebut cukup untuk mengimbangi penurunan margin keuntungan per unit.

Lebih jauh lagi, CVP dapat membantu dalam pengambilan keputusan strategis seperti diversifikasi produk dan ekspansi pasar. Dengan menggunakan model CVP, perusahaan dapat melakukan simulasi berbagai skenario untuk melihat dampaknya terhadap profitabilitas. Hal ini memungkinkan manajer untuk membuat keputusan yang lebih informatif dan mengurangi risiko finansial. Misalnya, jika perusahaan mempertimbangkan untuk memperkenalkan produk baru, analisis CVP dapat digunakan untuk menentukan berapa banyak produk yang harus dijual untuk mencapai titik impas dan seberapa besar potensi keuntungan yang dapat diperoleh.

Secara keseluruhan, penerapan analisis Cost-Volume-Profit memberikan alat yang kuat bagi perusahaan untuk merencanakan dan mengoptimalkan operasi bisnis mereka. Dengan memahami titik impas dan bagaimana variabel biaya dan volume penjualan saling berinteraksi, perusahaan dapat membuat keputusan yang lebih baik untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan keuntungan.

## 2. Efektifitas Analisis Cost-Volume-Profit Dalam Manajemen Perusahaan

Analisis Cost-Volume-Profit (CVP) sangat efektif dalam membantu manajemen membuat keputusan tentang penetapan harga produk dan strategi pemasaran karena menyediakan kerangka kerja yang jelas untuk memahami bagaimana perubahan dalam biaya, volume penjualan, dan harga jual mempengaruhi keuntungan perusahaan. Dengan menggunakan analisis CVP, manajer dapat menentukan harga jual yang optimal untuk mencapai tujuan keuangan perusahaan, seperti target laba atau volume penjualan tertentu. (Yanto, 2020).

Pertama, dalam penetapan harga produk, CVP memungkinkan manajer untuk mengidentifikasi dampak dari berbagai tingkat harga pada profitabilitas. Dengan menghitung margin kontribusi per unit (harga jual dikurangi biaya variabel per unit), manajer dapat mengevaluasi berapa banyak setiap unit yang dijual berkontribusi terhadap menutupi biaya tetap dan menghasilkan keuntungan. Ini membantu dalam menetapkan harga yang tidak hanya kompetitif di pasar tetapi juga menguntungkan bagi perusahaan. Misalnya, jika biaya tetap tinggi, perusahaan mungkin perlu menetapkan harga yang lebih tinggi atau mencari cara untuk mengurangi biaya variabel untuk mencapai margin kontribusi yang memadai.

Kedua, CVP juga membantu dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Dengan memahami hubungan antara harga, volume penjualan, dan biaya, manajer dapat merancang kampanye pemasaran yang bertujuan untuk

meningkatkan volume penjualan tanpa mengorbankan margin keuntungan. Analisis CVP dapat digunakan untuk melakukan simulasi berbagai skenario pemasaran, seperti diskon harga atau promosi penjualan, untuk melihat bagaimana perubahan tersebut mempengaruhi total penjualan dan profitabilitas. Misalnya, jika perusahaan mempertimbangkan untuk memberikan diskon harga, CVP dapat membantu menentukan berapa banyak tambahan volume penjualan yang diperlukan untuk menutupi pengurangan margin per unit akibat diskon tersebut.

Selain itu, CVP dapat digunakan untuk menilai efektivitas berbagai saluran distribusi dan strategi pemasaran. Dengan mengevaluasi biaya dan kontribusi margin dari masing-masing saluran atau strategi, manajer dapat memutuskan alokasi sumber daya yang paling efisien. Misalnya, jika satu saluran penjualan memiliki biaya variabel yang lebih rendah tetapi volume penjualan yang lebih tinggi, perusahaan mungkin memilih untuk mengalokasikan lebih banyak sumber daya ke saluran tersebut untuk memaksimalkan keuntungan.

Secara keseluruhan, analisis Cost-Volume-Profit memberikan alat yang penting bagi manajer untuk membuat keputusan yang lebih terinformasi dan strategis mengenai penetapan harga dan pemasaran. Dengan menyediakan wawasan tentang bagaimana berbagai faktor biaya dan penjualan saling berinteraksi, CVP membantu perusahaan mengoptimalkan strategi bisnis mereka untuk mencapai tujuan keuangan yang diinginkan.

### **3. Pengaruh Perubahan Biaya Tetap, Biaya Variabel, Dan Volume Penjualan Terhadap Profitabilitas Perusahaan**

Analisis Cost-Volume-Profit (CVP) menyediakan wawasan penting tentang bagaimana perubahan dalam biaya tetap, biaya variabel, dan volume penjualan dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Setiap elemen ini berperan dalam menentukan titik impas dan tingkat laba yang dapat dicapai perusahaan. Dengan memahami interaksi antara faktor-faktor ini, manajer dapat membuat keputusan yang lebih informatif untuk meningkatkan kinerja keuangan.

#### **a) Pengaruh Perubahan Biaya Tetap**

Biaya tetap adalah biaya yang tidak berubah dengan perubahan volume produksi atau penjualan dalam jangka waktu tertentu, seperti sewa gedung, gaji staf manajemen, dan biaya asuransi. Ketika biaya tetap meningkat, titik impas perusahaan juga akan meningkat, artinya perusahaan perlu menjual lebih banyak unit untuk menutupi biaya tetap yang lebih tinggi. Sebaliknya, jika biaya tetap dapat dikurangi, titik impas akan menurun, memungkinkan perusahaan untuk mencapai profitabilitas dengan volume penjualan yang lebih rendah. Dengan demikian, pengendalian biaya tetap sangat penting untuk menjaga fleksibilitas dan meningkatkan margin keuntungan.

#### **b) Pengaruh Perubahan Biaya Variabel**

Biaya variabel adalah biaya yang berubah secara proporsional dengan volume produksi atau penjualan, seperti biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung. Perubahan dalam biaya variabel per unit akan langsung mempengaruhi margin kontribusi per unit (harga jual dikurangi biaya variabel per unit). Jika biaya variabel meningkat, margin kontribusi per unit akan menurun, yang

berarti perusahaan harus menjual lebih banyak unit untuk mencapai titik impas dan mempertahankan tingkat profitabilitas yang diinginkan. Sebaliknya, jika biaya variabel dapat ditekan, margin kontribusi akan meningkat, sehingga lebih mudah bagi perusahaan untuk mencapai dan melampaui titik impas.

c) Pengaruh Perubahan Volume Penjualan

Volume penjualan adalah jumlah unit produk yang dijual perusahaan dalam periode tertentu. Peningkatan volume penjualan biasanya berdampak positif pada profitabilitas karena setelah titik impas tercapai, setiap unit tambahan yang terjual akan menambah keuntungan bersih perusahaan (dengan asumsi harga jual dan biaya tetap konstan). Sebaliknya, penurunan volume penjualan dapat menyebabkan perusahaan kesulitan menutupi biaya tetap dan variabel, sehingga mengurangi profitabilitas atau bahkan mengakibatkan kerugian. Oleh karena itu, strategi peningkatan volume penjualan, seperti melalui kampanye pemasaran yang efektif atau perluasan pasar, sangat penting untuk mendukung profitabilitas jangka panjang.

d) Interaksi Antara Faktor-Faktor

Analisis CVP menunjukkan bahwa perubahan dalam satu faktor seringkali mempengaruhi faktor lainnya. Misalnya, jika perusahaan memutuskan untuk menurunkan harga jual untuk meningkatkan volume penjualan, analisis CVP dapat membantu manajer menghitung berapa banyak tambahan unit yang perlu dijual untuk menutupi penurunan margin per unit. Selain itu, perubahan dalam struktur biaya tetap atau variabel dapat mempengaruhi keputusan penetapan harga dan strategi pemasaran. Dengan memahami hubungan kompleks ini, manajer dapat merancang strategi bisnis yang lebih holistik dan adaptif.

Secara keseluruhan, analisis CVP memberikan panduan yang komprehensif bagi manajer untuk mengevaluasi bagaimana perubahan dalam biaya tetap, biaya variabel, dan volume penjualan akan mempengaruhi profitabilitas. Dengan menggunakan alat ini, perusahaan dapat membuat keputusan yang lebih strategis untuk mengoptimalkan kinerja keuangan dan mencapai tujuan bisnis yang diinginkan.

e) Keterbatasan Penggunaan Analisis Cost Volume Profit

Pemahaman yang baik tentang keterbatasan ini dan cara mengatasinya dapat membantu dalam membuat keputusan yang lebih akurat dan informatif.

a) Asumsi Biaya dan Harga Konstan

Salah satu keterbatasan utama dari analisis CVP adalah asumsi bahwa biaya tetap, biaya variabel per unit, dan harga jual per unit tetap konstan. Dalam kenyataannya, biaya dan harga seringkali berfluktuasi karena berbagai faktor seperti inflasi, perubahan harga bahan baku, dan dinamika pasar. Untuk mengatasi keterbatasan ini, manajer dapat melakukan analisis sensitivitas untuk memahami bagaimana perubahan dalam biaya dan harga akan mempengaruhi hasil CVP. Dengan mensimulasikan berbagai skenario biaya

dan harga, manajer dapat mempersiapkan rencana kontingensi dan membuat keputusan yang lebih fleksibel dan adaptif.

b) Tidak Mempertimbangkan Skala Ekonomi

CVP biasanya tidak memperhitungkan efek skala ekonomi, yaitu pengurangan biaya per unit yang dapat terjadi saat volume produksi meningkat. Skala ekonomi dapat mengurangi biaya tetap dan variabel per unit ketika perusahaan memperbesar skala produksinya. Untuk mengatasi keterbatasan ini, manajer dapat memperluas analisis CVP dengan memasukkan variabel tambahan yang memperhitungkan perubahan dalam biaya saat skala produksi meningkat. Dengan demikian, analisis dapat memberikan gambaran yang lebih realistis tentang keuntungan potensial dari peningkatan volume produksi.

c) Asumsi Lini Produk Tunggal

CVP sering kali diasumsikan berlaku untuk lini produk tunggal atau produk yang homogen, yang tidak selalu mencerminkan kenyataan bisnis dengan berbagai produk. Perusahaan yang memiliki beberapa produk dengan struktur biaya dan harga jual yang berbeda mungkin mengalami kesulitan dalam menerapkan CVP secara langsung. Untuk mengatasi masalah ini, manajer dapat melakukan analisis CVP secara terpisah untuk setiap lini produk atau menggunakan rata-rata tertimbang untuk biaya dan harga jual, yang mencerminkan proporsi penjualan dari setiap produk. Pendekatan ini dapat memberikan wawasan yang lebih akurat tentang kontribusi setiap produk terhadap keseluruhan profitabilitas perusahaan.

d) Tidak Memperhitungkan Perubahan Kapasitas

Analisis CVP juga sering tidak memperhitungkan perubahan kapasitas produksi, seperti investasi dalam peralatan baru atau perubahan dalam tenaga kerja, yang dapat mempengaruhi biaya tetap dan variabel. Untuk mengatasi keterbatasan ini, manajer dapat memasukkan analisis kapasitas ke dalam perencanaan CVP. Dengan mempertimbangkan bagaimana perubahan dalam kapasitas produksi akan mempengaruhi biaya dan output, perusahaan dapat merencanakan investasi dan pengembangan kapasitas dengan lebih baik.

e) Keterbatasan Jangka Pendek

CVP lebih efektif untuk analisis jangka pendek karena asumsi-asumsi yang mendasarinya mungkin tidak bertahan dalam jangka panjang, di mana perubahan dalam teknologi, regulasi, dan kondisi pasar dapat mempengaruhi biaya dan harga. Untuk mengatasi keterbatasan ini, manajer dapat menggabungkan CVP dengan alat perencanaan strategis jangka panjang lainnya, seperti analisis SWOT atau peramalan keuangan, untuk mendapatkan gambaran yang lebih holistik tentang kesehatan dan arah perusahaan.

Secara keseluruhan, meskipun analisis Cost-Volume-Profit memiliki keterbatasan, pemahaman yang baik tentang asumsi-asumsi yang mendasarinya dan cara mengatasi batasan-batasan tersebut dapat membantu manajer dalam membuat keputusan yang lebih akurat dan informatif. Dengan melakukan

penyesuaian dan melengkapi CVP dengan alat analisis tambahan, perusahaan dapat meningkatkan ketepatan perencanaan keuangan dan strategis mereka.

#### **f) Penggunaan Analisis Volume Profit dalam Perencanaan Jangka Panjang**

Analisis Cost-Volume-Profit (CVP) dapat digunakan sebagai alat yang efektif dalam perencanaan strategis jangka panjang untuk membantu perusahaan dalam diversifikasi produk dan ekspansi pasar. Meskipun CVP biasanya digunakan untuk analisis jangka pendek, dengan beberapa penyesuaian, CVP dapat memberikan wawasan yang berharga untuk keputusan strategis yang lebih luas.(Budiwibowo : 2012).

Dalam konteks diversifikasi produk, CVP dapat membantu perusahaan memahami implikasi finansial dari memperkenalkan produk baru. Dengan menganalisis biaya tetap dan biaya variabel yang terkait dengan produk baru, serta memperkirakan harga jual dan volume penjualan yang diharapkan, manajer dapat menghitung titik impas untuk setiap produk baru. CVP juga memungkinkan perusahaan untuk membandingkan profitabilitas produk baru dengan produk yang sudah ada. Misalnya, jika sebuah perusahaan mempertimbangkan untuk menambah lini produk baru yang memerlukan investasi besar dalam biaya tetap, CVP dapat digunakan untuk menentukan berapa banyak unit yang harus dijual untuk mencapai titik impas dan seberapa cepat investasi tersebut akan terbayar.

Selain itu, CVP dapat digunakan untuk mengevaluasi berbagai skenario harga dan volume penjualan untuk produk baru. Dengan melakukan simulasi skenario yang berbeda, manajer dapat memahami risiko dan potensi pengembalian dari diversifikasi produk, sehingga memungkinkan mereka untuk membuat keputusan yang lebih terinformasi. Ini juga membantu dalam mengidentifikasi produk mana yang memiliki margin kontribusi tertinggi dan bagaimana alokasi sumber daya dapat dioptimalkan untuk memaksimalkan keuntungan.

Menurut Malarkodi and Ranjitha (2021) Manfaat menggunakan analisis biaya volume laba adalah dapat memfasilitasi pemrosesan informasi mengenai biaya yang dikeluarkan, jumlah barang yang diproduksi, dan pendapatan perusahaan.

Dalam hal ekspansi pasar, CVP dapat membantu perusahaan menilai kelayakan finansial dari memasuki pasar baru. Analisis ini melibatkan perhitungan biaya yang akan timbul dari ekspansi, termasuk biaya tetap (seperti biaya pemasaran dan penyiapan infrastruktur) dan biaya variabel (seperti biaya distribusi dan penjualan). Dengan memperkirakan harga jual di pasar baru dan volume penjualan potensial, perusahaan dapat menentukan titik impas untuk ekspansi tersebut. Ini membantu perusahaan memahami berapa banyak penjualan yang diperlukan untuk membuat ekspansi menguntungkan.

CVP juga dapat membantu dalam menentukan strategi harga untuk pasar baru. Dengan menganalisis margin kontribusi pada berbagai tingkat harga, perusahaan dapat menetapkan harga yang kompetitif yang tetap mendukung profitabilitas. Selain itu, dengan melakukan analisis sensitivitas, perusahaan

dapat mengevaluasi dampak dari berbagai faktor pasar seperti perubahan dalam permintaan, persaingan, dan fluktuasi biaya, sehingga mempersiapkan strategi mitigasi risiko yang lebih baik.

Dalam jangka panjang, CVP dapat digunakan untuk merencanakan kapasitas dan investasi yang diperlukan untuk mendukung diversifikasi produk dan ekspansi pasar. Misalnya, jika perusahaan berencana untuk memperluas kapasitas produksinya, CVP dapat membantu menghitung biaya tetap tambahan yang akan ditanggung dan berapa banyak peningkatan volume penjualan yang dibutuhkan untuk menutupi biaya tersebut. Ini juga berguna dalam merencanakan kebutuhan sumber daya manusia, peralatan, dan fasilitas yang diperlukan untuk mendukung pertumbuhan.

Secara keseluruhan, meskipun CVP secara tradisional digunakan untuk analisis jangka pendek, dengan penyesuaian dan integrasi dengan alat analisis lainnya, CVP dapat memberikan wawasan yang berharga untuk perencanaan strategis jangka panjang. Dengan memahami bagaimana biaya, volume penjualan, dan harga saling berinteraksi, perusahaan dapat membuat keputusan yang lebih baik tentang diversifikasi produk dan ekspansi pasar, sehingga mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.

## **KESIMPULAN**

Analisis Cost-Volume-Profit (CVP) merupakan alat manajerial yang sangat berguna dalam membantu perusahaan membuat keputusan bisnis yang lebih tepat dan terinformasi. CVP memberikan wawasan mendalam tentang hubungan antara biaya, volume penjualan, dan profitabilitas, yang sangat penting bagi manajer dalam merencanakan dan mengendalikan operasi bisnis. Dengan menggunakan CVP, manajer dapat menentukan titik impas, menetapkan harga yang optimal, dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk memaksimalkan keuntungan.

Penerapan CVP memungkinkan perusahaan untuk mengevaluasi dampak dari berbagai skenario biaya dan penjualan terhadap laba. Hal ini sangat membantu dalam proses pengambilan keputusan, terutama dalam situasi di mana perusahaan menghadapi perubahan dalam biaya tetap, biaya variabel, atau volume penjualan. Dengan melakukan analisis sensitivitas, manajer dapat mempersiapkan rencana kontingensi dan menyesuaikan strategi bisnis sesuai dengan kondisi pasar yang berubah-ubah.

Selain itu, CVP juga memiliki aplikasi penting dalam perencanaan strategis jangka panjang, termasuk diversifikasi produk dan ekspansi pasar. Dengan menganalisis biaya dan potensi penjualan untuk produk baru atau pasar baru, perusahaan dapat membuat keputusan yang lebih strategis tentang alokasi sumber daya dan investasi. CVP membantu manajer untuk memahami risiko dan potensi pengembalian dari berbagai inisiatif bisnis, sehingga mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan.

Namun demikian, penggunaan CVP juga memiliki keterbatasan, seperti asumsi biaya dan harga yang konstan serta kesulitan dalam penerapan pada lingkungan bisnis dengan produk yang beragam. Untuk mengatasi keterbatasan ini, manajer perlu melakukan penyesuaian dalam analisis dan menggabungkan

CVP dengan alat analisis lainnya. Dengan pendekatan yang holistik dan fleksibel, CVP tetap dapat menjadi alat yang sangat berharga dalam pengambilan keputusan bisnis.

Secara keseluruhan, analisis Cost-Volume-Profit memberikan landasan yang kuat bagi manajer dalam perencanaan dan pengendalian keuangan perusahaan. Dengan memahami dan mengatasi keterbatasan CVP, perusahaan dapat meningkatkan efektivitas pengambilan keputusan, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada peningkatan kinerja dan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ak, S., & Widekso, W. (2021). Penerapan Analisis Cost-Volume-Profit (Cvp) Sebagai Alat Perencanaan Laba Dan Penetapan Harga Jual Pada Pt. Realita Masyarakat Airlangga Mojokerto: analisis cost-volume-profit, perencanaan laba, penetapan harga jual. *eBA Journal: Journal Economic, Bussines dan Accounting*, 8(1), 22-34.
- Asih, H. M., & Eng, C. K. (2021). Cost-volume-profit analysis for uncertain capacity planning: A case study paper. In *Proceedings of the Second Asia Pacific International Conference on Industrial Engineering and Operations Management Surakarta, Indonesia*.
- Babiak, N., & Krutous, N. (2021). CVP analysis in the conditions of multi-product production as a tool of operational controlling. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*, 25(1), 11.
- Ditoananto, A., & Purwanti, L. (2023). Analisis Cost Volume Profit (CVP) Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Usaha Onotaki Dalam Situasi Ekonomi Masa Pandemi Covid-19. *Reviu Akuntansi, Keuangan, dan Sistem Informasi*, 2(1), 138-144.
- Guo, Y. (2022). Enterprise Management Decision and Financial Management Based on Dynamic Cost Volume Profit Model. *Journal of Function Spaces*, 2022.
- Hassanah, A., & Daud, R. M. (2019). Analisis Cost Volume Profit Sebagai Alat Perencanaan Laba (Studi Kasus Pada Umkm Dendeng Sapi Di Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 4(2), 190-214.
- Iswara, U. S., Setyabudi, T. G., & Setiadevi, S. (2023). Analisis Cost Volume Profit Dalam Upaya Merencanakan Laba Usaha Kopi Macro Coffee Roastery. *Journal of Management Small and Medium Enterprises (SME's)*, 16(1), 113-127.
- LE, O. T. T., TRAN, P. T. T., Van TRAN, T., & Van NGUYEN, C. (2020). Application of cost-volume-profit analysis in decision-making by public universities in Vietnam. *The Journal Of Asian Finance, Economics And Business*, 7(6), 305-316.
- Malarkodi, K., & Ranjitha, M. (2021). An Determinant Analysis of Cost Volume Profit of EID-Parry (India) Limited Pugalur. *Annals of the Romanian Society for Cell Biology*, 2315-2322.
- Mustofa, A. W., Prastika, A. W., & Suhartini, D. (2022, May). Analisis Cost Volume

- Profit (CVP) Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada UD. ZACYNDO. In Seminar Nasional Akuntansi dan Call for Paper (Vol. 2, No. 1, pp. 36-46).
- Nisa, U. K., Mursalina, M., & Bastomi, M. (2023). Analisis Cost Volume Profit dalam Mengoptimalkan Laba pada UMKM Cilox Tata Surya. *Manajemen, Bisnis dan Ekonomi*, 1(2), 82-91.
- Nurapni, S., Ibrahim, S. S., & Djuanda, G. (2023). Analisis Cost Volume Profit Sebagai Alat Perencanaan Laba. Penerbit Tahta Media.
- Nworie, G. O., Okafor, T. G., Igwebuike, C. C., & Onyali, C. I. (2023). Utilizing Cost-Volume-Profit Analysis for Informed Decision Making in Small Business Management. *Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance*, 4(2), 102-115.
- Okpala, K. E., & Osanebi, C. (2020). Utilizing Cost-Volume-Profit Analysis for Informed Decision Making in Small Business Management. *Asia-Pacific Management Accounting Journal*, 15(2), 207-240.
- Rahmi, F., Hafisyah, H., Dahar, R., & Yanti, N. S. P. (2023). Analisis Cost Volume Profit (CVP) dalam Perencanaan Laba pada UMKM Berkat Usaha. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas*, 25(2), 382-391.
- Simon, A., Septiana, T., & Suci, R. G. (2020). Analisis cost volume profit sebagai dasar perencanaan laba perusahaan yang diharapkan (studi kasus Sultan'S Barbershop). *Research in Accounting Journal (RAJ)*, 1(1), 123-131.
- Sumarni, I. (2020). Optimalisasi laba menggunakan analisis cost volume profit (pada UMKM gula habang taratau di Kecamatan Jaro Kabupaten Tabalong). *PubBis: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Publik dan Administrasi Bisnis*, 4(1), 73-81.
- Wibowo, S. B. (2012). Analisis Estimasi Cost-Volume-Profit (CVP) Dalam Hubungannya Dengan Perencanaan Laba Pada Hotel Tlogo Mas Sarangan. *Assets: Jurnal Akuntansi dan Pendidikan*, 1(1), 13-23.
- Yanto, M (2020). Penerapan Cost Volume Profit (Cvp) Sebagai Dasar Perencanaan Laba Pada Bersama Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi*, 9(2), 369-386 Cv Usaha