



Peran akuntansi manajemen dalam optimalisasi harga jual pada Cafe Cocolicious, Lombok

The role of managerial accounting in optimizing selling prices at Cafe Cocolicious, Lombok

Sri Ayu Febrianti^{1*}, Siti Reuni Inayati²

¹ Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi 45 Mataram, Mataram, Indonesia

² Universitas Gunung Rinjani, Lombok Timur, Indonesia

Abstrak

Tujuan – Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran akuntansi manajemen dalam optimalisasi harga jual pada Cafe Cocolicious Lombok dengan menggunakan informasi biaya dan margin kontribusi sebagai variabel utama.

Desain/metodologi/pendekatan – Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan desain studi kasus melalui kuesioner, yang diisi oleh 15 responden yang terlibat langsung dalam proses operasional dan penetapan harga. Data dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, dan regresi linier berganda.

Temuan – Hasil penelitian menunjukkan bahwa informasi biaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap optimalisasi harga jual. Selain itu, margin kontribusi juga berpengaruh positif dan signifikan, sehingga evaluasi margin tiap menu menjadi pertimbangan penting dalam pengambilan keputusan harga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan akuntansi manajemen dapat mendukung keputusan strategis penetapan harga jual pada usaha cafe.

Keterbatasan penelitian – Terdapat beberapa keterbatasan dalam studi ini yang dapat menjadi peluang bagi penelitian mendatang. Pertama, aspek generalisasi hasil masih terbatas karena studi kasus hanya dilakukan di lingkup Cafe Cocolicious Lombok. Kedua, dari sisi cakupan model, penelitian baru menitikberatkan pada parameter informasi biaya dan margin kontribusi, sehingga masih terdapat ruang untuk menyertakan variabel lain yang relevan dengan strategi penetapan harga. Terakhir, metode penggalan data yang bersifat kaku melalui kuesioner tertutup mengakibatkan belum terakomodasinya perspektif responden secara komprehensif dibandingkan dengan menggunakan pendekatan wawancara mendalam.

Implikasi – Penelitian ini menegaskan pentingnya bagi pengelola cafe untuk mengoptimalkan penggunaan informasi biaya dan margin kontribusi secara sistematis dalam penetapan harga agar tetap kompetitif dan meningkatkan profitabilitas.

Kebaruan – Kebaruan penelitian ini terletak pada pengkajian peran akuntansi manajemen, khususnya informasi biaya dan margin kontribusi dalam optimalisasi harga jual pada sektor jasa cafe. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang banyak berfokus pada sektor manufaktur atau UMKM secara umum, penelitian ini menekankan pengambilan keputusan harga secara strategis pada usaha cafe berskala kecil.

Kata Kunci: Akuntansi Manajemen, Informasi Biaya, Margin Kontribusi, Optimalisasi Harga Jual, Cafe.

Abstract

Purpose – This study aims to analyze the role of managerial accounting in optimizing selling prices at Cafe Cocolicious Lombok, using cost information and contribution margin as the main variables.

Design/methodology/approach – The research method used is quantitative, with a case study design and a questionnaire administered to 15 respondents directly involved in the operational and pricing processes. The data were analyzed using validity and reliability tests, as well as multiple linear regression analysis.

Findings – The results show that cost information has a positive and significant effect on selling price optimization. In addition, contribution margin also has a positive and significant effect, making the evaluation of each menu's margin an important consideration in pricing decisions. The findings indicate that implementing managerial accounting can support strategic decision-making when setting selling prices in café businesses.

Research limitations – Several limitations in this study may provide opportunities for future research. First, the generalizability of the results remains limited because the case study was conducted only at Cafe Cocolicious Lombok. Second, in terms of model coverage, the study only focused on cost information and contribution margin parameters, leaving room to include other variables relevant to pricing strategies. Finally, the rigid data collection method using a closed questionnaire did not fully capture the respondents' perspectives, compared with an in-depth interview approach.

Implications – This study emphasizes the importance of café managers systematically optimizing the use of cost information and contribution margin in pricing decisions to remain competitive and enhance profitability.

Novelty – The novelty of this research lies in its examination of the role of management accounting, specifically cost information and contribution margin in optimizing selling prices in the cafe service sector. Unlike previous research, which has focused on the manufacturing sector or MSMEs in general, this study emphasizes strategic pricing decision-making in small-scale cafe businesses.

Keywords: Managerial Accounting, Cost Information, Contribution Margin, Selling Price Optimization, Cafe.

Histori Artikel:

Diterima: 2 Februari 2026, Direvisi: 28 Februari 2026, Disetujui: 2 Maret 2026, Dipublikasikan: 1 April 2026.

*Penulis Korespondensi:

aditzfa85@gmail.com

DOI:

<https://doi.org/10.60036/jbm.1079>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam menggerakkan roda perekonomian Indonesia. Kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja bukan hanya penting bagi Indonesia, tetapi juga menjadi faktor krusial dalam perekonomian banyak negara di dunia (Anjelina et al., 2025). Bisnis *cafe* merupakan salah satu bidang UMKM yang sedang berkembang pesat karena bergerak di sektor kuliner yang populer dan terus berkembang, didukung oleh gaya hidup masyarakat yang gemar nongkrong dan dapat dimulai dengan modal relatif ringan. *Cafe* tidak hanya berfungsi sebagai tempat konsumsi makanan dan minuman, tetapi juga sebagai ruang sosial untuk menjadi lokasi pertemuan bisnis, tempat bersosialisasi, berdiskusi, bekerja secara digital, hingga menjadi ruang yang ekspresi bagi berbagai komunitas, yang menuntut pengelolaan operasional yang efektif dan efisien (Syuhada et al., 2023). Kondisi ini menuntut pelaku usaha *cafe* untuk menerapkan strategi bisnis yang efektif dalam menjaga profitabilitas sekaligus mempertahankan daya saing. Penetapan harga jual produk merupakan salah satu aspek penting dalam strategi bisnis yang tidak sekadar didasarkan pada intuisi, tetapi harus diperkuat oleh data dan analisis akuntansi manajemen yang akurat.

Akuntansi manajemen membantu manajer dalam mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data keuangan dan nonkeuangan untuk membuat keputusan yang tepat untuk mencapai tujuan perusahaan (Pramudita & Isnaini, 2023). Selain itu, akuntansi manajemen berperan sebagai sistem informasi internal yang menyediakan data biaya, kinerja, serta estimasi profit yang dapat digunakan oleh manajemen untuk mengambil keputusan strategis, termasuk dalam penentuan harga jual produk. Manajemen dapat mengidentifikasi komponen biaya

langsung dan tidak langsung melalui informasi biaya yang jelas dan komprehensif, sehingga harga jual yang ditetapkan dapat menutupi seluruh biaya sekaligus menghasilkan margin yang diharapkan. Informasi semacam ini juga membantu manajer dalam mengevaluasi profitabilitas setiap produk dan menentukan strategi penetapan harga yang mampu bersaing di pasar (Nugraha, 2025). Studi sebelumnya menunjukkan bahwa praktik akuntansi manajemen seperti penggunaan informasi biaya dan margin kontribusi memiliki peran penting dalam mendorong keputusan harga yang tepat dan optimal (Susilowati, 2023).

Penetapan harga jual yang optimal di *cafe* seperti *Cafe Cocolicious* Lombok bukan hanya tentang menambahkan *markup* terhadap biaya produksi, tetapi juga memperhatikan dinamika pasar, preferensi konsumen, dan struktur biaya yang berbeda-beda untuk setiap jenis produk. Oleh karena itu, pendekatan akuntansi manajemen yang sistematis menjadi penting dalam menyediakan informasi harga pokok, margin kontribusi, dan biaya operasional yang relevan sebagai dasar penentuan harga jual yang akurat dan mampu memaksimalkan profit (Safitri et al., 2025). Penelitian tentang penggunaan informasi akuntansi manajemen dalam konteks penetapan harga sudah banyak dibahas di sektor manufaktur dan UMKM secara umum dan lebih menekankan pada metode perhitungan harga pokok produksi seperti *full costing* dan *cost plus pricing* yang menitikberatkan pada aspek teknis perhitungan biaya tanpa mengkaji secara mendalam bagaimana informasi akuntansi manajemen dimanfaatkan sebagai dasar pengambilan keputusan strategis, khususnya dalam optimalisasi harga jual.

Penelitian oleh (Azzahra et al., 2023) lebih berfokus pada strategi pemasaran secara umum tanpa mengukur kontribusi informasi biaya secara sistematis terhadap keputusan harga jual. Selain itu, penelitian oleh (Israviana et al., 2025), (Sofiana et al., 2024) dan (Anakampun & Monika, 2025) mengkaji penerapan metode *cost plus pricing* dan *full costing* dalam menentukan harga jual pada usaha kecil dan menengah. Studi ini menyimpulkan bahwa perhitungan biaya adalah penting sebagai dasar penetapan harga, tetapi fokus penelitian terbatas pada akurasi biaya produksi dan belum menghubungkannya dengan peran informasi akuntansi manajemen dalam optimalisasi harga jual sebagai keputusan strategis. Selain itu, objek penelitian yang digunakan masih bersifat umum dan belum secara spesifik meneliti industri *cafe* yang memiliki karakteristik biaya dan struktur margin yang berbeda.

Berdasarkan kajian terhadap penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar penelitian masih berorientasi pada aspek teknis perhitungan biaya dan penentuan harga jual, sementara kajian yang menempatkan akuntansi manajemen sebagai alat strategis dalam optimalisasi harga jual, khususnya pada *cafe* masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi celah tersebut dengan mengkaji peran informasi akuntansi manajemen secara kuantitatif dalam mendukung keputusan penetapan harga jual pada *Cafe Cocolicious* Lombok.

Cafe Cocolicious Lombok juga menghadapi beberapa tantangan dalam pengelolaan usaha, khususnya terkait penetapan harga jual. Salah satu fenomena yang terjadi adalah fluktuasi harga bahan baku seperti kopi, susu, gula, dan bahan pendukung lainnya yang memiliki dampak langsung pada struktur biaya produksi. Kenaikan harga bahan baku sering tidak disesuaikan dengan harga jual, sehingga margin keuntungan menjadi menurun. Selain itu, pencatatan biaya operasional belum sepenuhnya terstruktur secara sistematis. Beberapa biaya seperti listrik, air, dan biaya operasional lainnya belum dialokasikan secara rinci ke setiap menu. Kondisi ini menyebabkan manajemen mengalami kesulitan dalam menghitung harga pokok secara akurat dan menentukan harga jual yang mencerminkan biaya yang dikeluarkan.

Tabel 1. Data Penjualan *Cafe Cocolicious* Lombok Selama Bulan Januari-Juni (Tahun 2025)

Bulan	Jumlah Terjual (Cup/Porsi)	Total Penjualan (Rp)
Januari	1.800	45.000.000

Bulan	Jumlah Terjual (Cup/Porsi)	Total Penjualan (Rp)
Februari	1.500	37.500.000
Maret	1.600	40.000.000
April	1.680	42.000.000
Mei	1.530	38.250.000
Juni	1.420	35.500.000

Sumber: Data primer

Tabel 1 menunjukkan bahwa terjadi fluktuasi dan kecenderungan penurunan terhadap volume penjualan pada periode bulan Mei-Juni meskipun harga jual relatif tetap. Hal ini mengindikasikan adanya kemungkinan ketidaksesuaian antara harga, biaya, dan daya beli konsumen yang berdampak pada ketidakstabilan pendapatan dan laba usaha. Sementara itu, struktur harga produk utama (*coconut ice cream*) dapat dilihat pada tabel 2. berikut:

Tabel 2. Struktur Biaya Per Cup/Porsi

Komponen Biaya	Biaya per unit (Rp)
Bahan baku utama	8.000
Bahan pendukung	2.000
Tenaga kerja langsung	3.000
Overhead (listrik, air, kemasan)	2.000
Total biaya produksi	15.000
Harga jual saat ini	25.000
Margin kotor	10.000

Sumber: Data primer

Berdasarkan Tabel 2, secara nominal diperoleh margin kotor cukup besar, yaitu Rp 10.000,00. Namun, setelah memperhitungkan biaya tetap bulanan seperti sewa tempat, gaji karyawan tetap, dan biaya operasional lainnya, keuntungan bersih yang diperoleh menjadi relatif tipis ketika volume penjualan mengalami penurunan.

Permasalahan lain yang dihadapi adalah harga sering disesuaikan mengikuti kompetitor tanpa mempertimbangkan struktur biaya internal. Persaingan harga yang ketat antar *cafe* di Lombok, di mana banyaknya *cafe* baru yang menawarkan harga promosi atau diskon untuk menarik pelanggan. Apabila *Cafe Cocolicious* Lombok menetapkan harga yang terlalu tinggi tanpa mempertimbangkan margin kontribusi dan daya beli konsumen, maka berpotensi kehilangan pelanggan. Namun, sebaliknya, apabila harga terlalu rendah tanpa perhitungan biaya yang tepat, maka profitabilitas usaha akan menurun. Kondisi ini menunjukkan bahwa informasi akuntansi manajemen, khususnya informasi biaya dan margin kontribusi, belum dimanfaatkan secara optimal dalam menetapkan harga jual.

Penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan karena meningkatnya persaingan industri *cafe* menuntut pengelola usaha untuk menetapkan harga jual secara lebih strategis dan berbasis data. Penerapan akuntansi manajemen, khususnya melalui pemanfaatan informasi biaya dan margin kontribusi, diharapkan dapat membantu pengelola *cafe* dalam mengoptimalkan harga jual agar tetap kompetitif dan berorientasi pada profitabilitas.

TINJAUAN PUSTAKA

Akuntansi Manajemen

Akuntansi manajemen merupakan sistem penyediaan informasi keuangan dan nonkeuangan yang digunakan manajemen untuk perencanaan, pengendalian dan pengambilan keputusan strategis. Informasi yang dihasilkan oleh akuntansi manajemen mencakup informasi

biaya, analisis margin, serta data relevan lainnya yang membantu manajemen dalam menentukan kebijakan operasional dan strategis perusahaan (Horngren *et al.*, 2021). Akuntansi manajemen dalam konteks bisnis jasa dan kuliner, berperan penting dalam membantu manajemen memahami struktur biaya, menentukan harga jual yang kompetitif, serta menjaga keberlanjutan usaha di tengah persaingan yang ketat. Oleh karena itu, akuntansi manajemen tidak hanya berfungsi sebagai alat pencatatan, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam pengambilan keputusan manajerial. Peran ini menjadi semakin penting di dalam lingkungan bisnis yang kompetitif dan dinamis.

Informasi Biaya

Salah satu komponen utama dalam akuntansi manajemen adalah informasi biaya yang berperan penting dalam mengidentifikasi, mengklasifikasikan, dan menganalisis biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Akuntansi manajemen menyediakan informasi biaya yang relevan dan akurat untuk membantu manajemen memahami struktur biaya produksi maupun biaya operasional secara menyeluruh sebagai dasar perencanaan dan pengendalian aktivitas perusahaan (Horngren *et al.*, 2021). Informasi biaya dalam konteks penetapan harga jual, menjadi dasar yang sangat penting agar harga yang ditentukan mampu menutup seluruh biaya yang dikeluarkan sekaligus memberikan laba sesuai dengan target yang diharapkan. Menurut Siregar *et al.* (2022), penetapan harga jual yang tidak didukung oleh informasi biaya yang akurat berpotensi menyebabkan harga yang terlalu rendah, yang merugikan perusahaan, atau terlalu tinggi, sehingga menurunkan daya saing. Oleh karena itu, perusahaan memerlukan metode perhitungan biaya yang tepat untuk mendukung keputusan penetapan harga.

Margin Kontribusi

Margin kontribusi merupakan selisih antara pendapatan penjualan dan biaya variabel yang menunjukkan kemampuan suatu produk atau jasa dalam memberikan kontribusi terhadap penutupan biaya tetap serta pembentukan laba perusahaan. Dalam akuntansi manajemen, informasi margin kontribusi digunakan sebagai alat analisis penting untuk mengevaluasi profitabilitas produk, menentukan harga jual, serta mendukung pengambilan keputusan jangka pendek yang bersifat strategis (Horngren *et al.*, 2021). Informasi margin kontribusi juga memiliki peran penting dalam pemilihan produk atau jasa yang paling menguntungkan, terutama pada perusahaan dengan variasi produk yang tinggi. Menurut Anjani (2024), manajemen dapat menggunakan margin kontribusi untuk menentukan prioritas produk, menghentikan produk yang kurang menguntungkan, serta menyusun strategi penjualan yang berorientasi pada peningkatan laba.

Optimalisasi Harga Jual

Optimalisasi harga jual merupakan proses penetapan harga yang mempertimbangkan keseimbangan antara biaya, tingkat keuntungan yang diinginkan, serta daya saing pasar. Harga jual yang optimal tidak hanya mampu menutupi seluruh biaya dan memberikan laba, tetapi juga harus dapat diterima oleh konsumen serta bersaing dengan harga produk pesaing (Horngren *et al.*, 2021). Keputusan penetapan harga jual yang efektif memerlukan dukungan informasi akuntansi manajemen yang akurat dan relevan seperti informasi biaya, margin kontribusi, serta analisis profitabilitas produk. Menurut (Maulana Laba & Rinaldi, 2026), informasi ini memungkinkan manajemen untuk melakukan evaluasi yang lebih tepat dalam menentukan harga, memilih produk prioritas, serta menyusun strategi penjualan yang meningkatkan kinerja keuangan.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Informasi Biaya Terhadap Optimalisasi Harga Jual

Informasi biaya yang akurat dan relevan merupakan salah satu komponen penting dalam akuntansi manajemen karena memungkinkan manajemen untuk memahami struktur biaya perusahaan secara menyeluruh. Pemahaman terhadap biaya produksi dan biaya operasional membantu manajemen dalam menetapkan batas minimum harga jual yang mampu menutup seluruh biaya sekaligus menghasilkan laba sesuai target (Horngren *et al.*, 2021). Dengan adanya informasi biaya yang lengkap, manajemen dapat melakukan analisis yang lebih tepat terhadap biaya variabel maupun biaya tetap, sehingga keputusan penetapan harga menjadi lebih rasional dan berbasis data.

Penelitian terdahulu seperti (Firmansyah *et al.*, 2023), (Putri & Octafian, 2024), (Thenu *et al.*, 2021), (Nusgiyanti & Jefri, 2025) menunjukkan bahwa penerapan informasi biaya berpengaruh signifikan terhadap optimalisasi harga jual, terutama melalui penggunaan metode perhitungan biaya seperti *full costing* dan *cost plus pricing*. Metode ini membantu perusahaan dalam memastikan bahwa harga jual tidak hanya menutupi biaya, tetapi juga sesuai dengan target margin keuntungan. Meskipun sebagian besar penelitian masih menitikberatkan pada aspek teknis perhitungan biaya, bukti empiris menegaskan pentingnya informasi biaya sebagai dasar pengambilan keputusan manajerial untuk menentukan harga jual yang optimal, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Informasi biaya berpengaruh positif terhadap optimalisasi harga jual pada *Cafe Cocolicious* Lombok

Pengaruh Margin Kontribusi Terhadap Optimalisasi Harga Jual

Margin kontribusi memberikan gambaran mengenai kemampuan setiap produk atau menu dalam memberikan kontribusi terhadap penutupan biaya tetap dan pembentukan laba perusahaan. Informasi margin kontribusi dalam akuntansi manajemen digunakan sebagai dasar untuk mengevaluasi kinerja produk, menentukan prioritas penjualan, serta merumuskan strategi harga yang paling menguntungkan (Horngren *et al.*, 2021). Melalui analisis margin kontribusi, manajemen dapat mengidentifikasi produk dengan tingkat kontribusi tertinggi, sehingga keputusan penetapan harga dapat diarahkan pada upaya optimalisasi laba tanpa mengabaikan daya saing pasar. Penelitian terdahulu seperti (Rozi *et al.*, 2024), (Putri *et al.*, 2024) dan (Anjani, 2024) menunjukkan bahwa margin kontribusi berpengaruh signifikan terhadap keputusan penetapan harga dan strategi penjualan, karena informasi ini memungkinkan manajemen untuk memaksimalkan profitabilitas melalui pengelolaan harga yang lebih efektif, maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H₂: Margin kontribusi berpengaruh positif terhadap optimalisasi harga jual pada *Cafe Cocolicious* Lombok

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain studi kasus karena bertujuan untuk mengukur dan menganalisis secara objektif peran akuntansi manajemen terhadap optimalisasi harga jual pada satu objek usaha secara spesifik. Desain studi kasus digunakan karena penelitian ini berfokus pada konteks internal satu unit usaha dengan karakteristik operasional, struktur biaya, dan strategi penetapan harga yang khas. Pendekatan kuantitatif dipilih agar hubungan antarvariabel dapat dianalisis secara sistematis melalui pengujian statistik, sehingga menghasilkan temuan yang terukur dan dapat diuji secara empiris.

Penelitian ini menetapkan seluruh personel *Cafe Cocolicious* Lombok yang memiliki peran dalam fungsi operasional dan formulasi harga sebagai populasi studi. Dikarenakan ukuran populasi yang cukup kecil, peneliti menerapkan metode sensus atau sampling jenuh. Melalui

pendekatan ini, setiap anggota populasi dilibatkan secara langsung sebagai subjek penelitian, sehingga diperoleh total sampel sebanyak 15 responden.

Penelitian ini mendayagunakan kuesioner berbasis skala Likert lima poin sebagai instrumen utama untuk mengukur variabel informasi biaya, margin kontribusi, serta optimalisasi harga jual. Pendekatan data yang digunakan meliputi:

Data Primer: Dihimpun secara langsung melalui distribusi kuesioner kepada responden terpilih.

Data Sekunder : Dikumpulkan dari dokumentasi internal kafe, termasuk struktur biaya, katalog harga menu, dan data transaksi penjualan, yang diperkuat dengan studi literatur dari buku teks serta jurnal akademik.

Tabel Operasional Variabel

Tabel 3. Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konseptual	Indikator	Skala Pengukuran
Optimalisasi Harga Jual (Y)	Tingkat efektivitas penetapan harga jual yang mencerminkan biaya, keuntungan, dan daya saing (Sofiana, 2024)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harga jual dengan biaya 2. Harga jual memberikan keuntungan 3. Daya saing harga 4. Fleksibilitas penyesuaian harga 5. Kontribusi harga jual terhadap pencapaian target laba 	Likert 1-5
Informasi Biaya (X_1)	Data akuntansi yang berkaitan dengan seluruh pengeluaran operasional yang digunakan sebagai dasar penetapan harga jual (Putri, 2024)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kejelasan informasi biaya bahan baku 2. Kejelasan informasi biaya tenaga kerja 3. Pencatatan biaya overhead secara sistematis 4. Pemanfaatan informasi biaya 5. Peran informasi biaya dalam pengendalian biaya 	Likert 1-5
Margin kontribusi (X_2)	Selisih antara harga jual dengan biaya variabel yang digunakan untuk menilai tingkat profitabilitas dan sebagai dasar pengambilan keputusan penetapan harga jual (Anjani, 2024)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perhitungan margin kontribusi per menu 2. Penggunaan margin kontribusi dalam evaluasi menu 3. Margin kontribusi sebagai dasar penentuan menu yang menguntungkan 4. Margin kontribusi digunakan dalam penyesuaian harga jual 	Likert 1-5

HASIL DAN PEMBAHASAN

Demografi Responden

Tabel 4. Demografi Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	8	53,3%
	Perempuan	7	46,7%

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase
Usia	< 25 tahun	5	33,3%
	25-30 tahun	6	40,0%
	> 30 tahun	4	26,7%
Pendidikan	SMA/SMK	7	46,7%
	Diploma	4	26,7%
	Sarjana (S1)	4	26,7%
Lama Bekerja	< 1 tahun	4	26,7%
	1-3 tahun	7	46,7%
	> 3 tahun	4	26,7%

Sumber: Data primer diolah, 2025

Penelitian ini melibatkan 15 responden, yaitu karyawan *Cafe Cocolicious* Lombok yang terlibat langsung dalam aktivitas operasional dan penetapan harga jual. Responden relatif seimbang dilihat dari jenis kelamin, yaitu 53,3% laki-laki dan 46,7% perempuan, serta sebagian besar berada pada usia produktif, yaitu 25-30 tahun sebesar 40%. Latar belakang pendidikan bervariasi mulai dari SMA/SMK sebesar 46,7%, diploma sebesar 26,7%, dan sarjana sebesar 26,7%, dengan pengalaman kerja mayoritas 1-3 tahun sebesar 46,7%. Hal ini menunjukkan bahwa ada pemahaman yang memadai terhadap aktivitas operasional *cafe*. Keberagaman demografi ini mendukung representasi data dalam menilai peran akuntansi manajemen terhadap optimalisasi harga jual.

Uji Validitas, Reliabilitas, dan Asumsi Klasik

Hasil uji validitas menunjukkan apakah instrumen penelitian (kuesioner) mampu mengukur variabel secara tepat. Item kuesioner dinyatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > \text{nilai } r_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$. Selain itu, hasil uji reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi jawaban responden berdasarkan instrumen penelitian. Hasil uji reliabilitas memperlihatkan bahwa semua variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70, sehingga dapat disimpulkan instrumen penelitian konsisten dan reliabel.

Hasil Uji Validitas

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Informasi Biaya (X_1)	X1.1	0,721	0,514	Valid
	X1.2	0,688	0,514	Valid
	X1.3	0,754	0,514	Valid
	X1.4	0,702	0,514	Valid
	X1.5	0,736	0,514	Valid
Margin Kontribusi (X_2)	X2.1	0,695	0,514	Valid
	X2.2	0,742	0,514	Valid
	X2.3	0,718	0,514	Valid
	X2.4	0,731	0,514	Valid
Optimalisasi Harga Jual (Y)	Y1	0,760	0,514	Valid
	Y2	0,734	0,514	Valid
	Y3	0,779	0,514	Valid
	Y4	0,712	0,514	Valid
	Y5	0,748	0,514	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2025

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

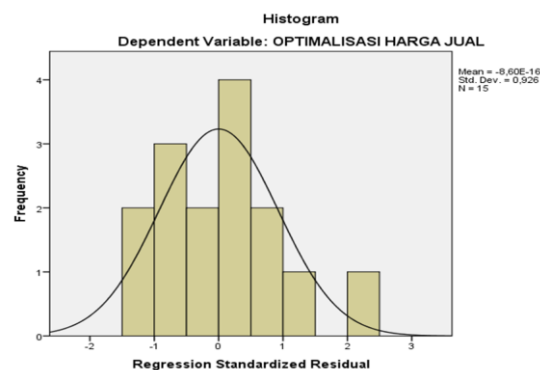
Variabel	Cronbach's Alpha	Batasan	Keterangan
Informasi Biaya (X_1)	0,842	0,70	Reliabel
Margin Kontribusi (X_2)	0,815	0,70	Reliabel
Optimalisasi Harga Jual (Y)	0,861	0,70	Reliabel

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2025

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas menunjukkan hasil yang baik, di mana data memiliki distribusi normal, tidak terdapat gejala multikolinearitas, dan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Dengan demikian, data yang telah diperoleh memenuhi syarat untuk dilakukan analisis regresi linier berganda untuk menguji hipotesis penelitian. Berikut hasil uji asumsi klasik:

Hasil Uji Normalitas Histogram normalitas

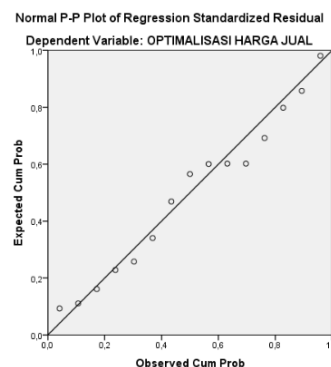


Gambar 1. Grafik Histogram

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2025

Berdasarkan gambar 1. grafik histogram diatas yang membentuk lonceng dan tidak condong ke kanan atau ke kiri, sehingga grafik histogram tersebut dinyatakan normal.

Grafik P-P Plot



Gambar 2. Grafik P-P Plot

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2025

Gambar 2 menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal tersebut. Dengan demikian, model regresi berdistribusi normal atau memenuhi syarat asumsi normalitas.

Uji Kolmogorov-Smirnov

**Tabel 7. Hasil Uji Kolmogorov Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		15
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,01838713
Most Extreme Differences	Absolute	,123
	Positive	,123
	Negative	-,104
Test Statistic		,123
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2025

Berdasarkan Tabel 7, hasil uji normalitas K-S/Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Asymp. Sig (2-tailed) = 0,200 > 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Hasil Uji Multikolinearitas

**Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a**

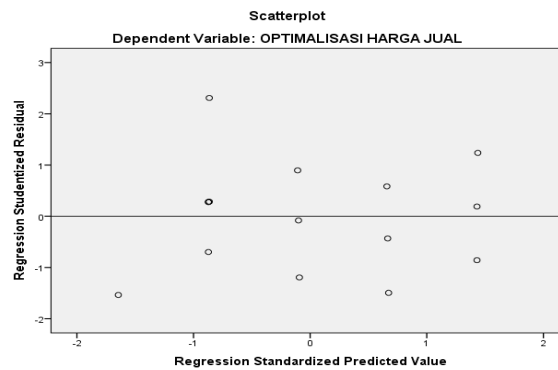
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	29,214	6,307		4,632	,001		
Informasi biaya	-,367	,280	-,424	-1,309	,215	,650	1,539
Margin kontribusi	-,004	,413	-,003	-,009	,993	,650	1,539

a. Dependent Variable: OPTIMALISASI HARGA JUAL

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2025

Berdasarkan Tabel 8, diketahui nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Hasil Uji Heterokedastisitas
Sumber: Hasil olah data SPSS, 2025

Gambar 3 menunjukkan bahwa titik-titik data menyebar di atas atau di bawah atau di sekitar angka 0, tidak berkumpul hanya di atas atau di bawah saja, tidak ada pola yang jelas (Purnomo, 2016). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R ²	Adjusted R ²
1	0,861	0,742	0,714

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2025

Tabel 9 menunjukkan bahwa model regresi memiliki R² = 0,742, yang berarti 74,2% variasi optimalisasi harga jual dapat dijelaskan oleh informasi biaya dan margin kontribusi, sedangkan 25,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti, seperti strategi pemasaran, biaya tambahan, atau kondisi pasar.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 10. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel Independen	Koefisien (B)	t hitung	Sig. (p-value)	Keterangan
Konstanta	1,125			
Informasi Biaya (X ₁)	0,432	3,215	0,007	Signifikan positif
Margin Kontribusi (X ₂)	0,376	2,987	0,011	Signifikan positif

a. Dependent variabel: Optimalisasi harga jual

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 4. diperoleh persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 1,125 + 0,432X_1 + 0,376X_2 + e$$

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa informasi biaya (X₁) dan margin kontribusi (X₂) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap optimalisasi harga jual (Y) pada Cafe Cocolicious Lombok. Koefisien regresi untuk informasi biaya yaitu B = 0,432, t hitung = 3,215 dan p = 0,007, menunjukkan bahwa setiap peningkatan pemanfaatan informasi biaya yang akurat dan sistematis akan meningkatkan efektivitas penetapan harga jual. Sementara itu, margin

kontribusi, yaitu $B = 0,376$, t hitung = 2,987, dan $p = 0,011$, terbukti signifikan, menunjukkan bahwa evaluasi margin kontribusi setiap menu menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan harga. Semakin tinggi margin kontribusi yang dianalisis, semakin optimal manajemen dapat menentukan harga jual yang menguntungkan sekaligus menjaga daya saing *cafe* di pasar.

Berdasarkan hasil analisis, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa informasi biaya (X_1) dan margin kontribusi (X_2) memiliki pengaruh terhadap optimalisasi harga jual (Y) terbukti didukung oleh data. Pengujian regresi linier berganda menunjukkan bahwa kedua variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penetapan harga jual *Cafe Cocolicious Lombok*. Hal ini berarti bahwa semakin efektif pemanfaatan informasi biaya dan evaluasi margin kontribusi, maka semakin optimal keputusan harga jual yang diambil pengelola *cafe*.

Hasil penelitian ini konsisten dengan prinsip akuntansi manajemen yang menekankan pentingnya informasi biaya sebagai alat pengambilan keputusan strategis. Informasi biaya yang tepat mendukung perencanaan, pengendalian, dan evaluasi kinerja perusahaan, sehingga memudahkan pengambilan keputusan harga yang efektif (Bhimani *et al.*, 2023). Horngren *et al.*, (2021) menambahkan bahwa pengelolaan biaya secara sistematis meningkatkan akurasi penetapan harga, khususnya pada usaha jasa dan UMKM. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Firmansyah *et al.*, 2023), (Putri & Octafian, 2024), (Thenu *et al.*, 2021), (Nusgiyanti & Jefri, 2025) yang menunjukkan bahwa penerapan informasi biaya berpengaruh signifikan terhadap optimalisasi harga jual. Dengan demikian, pengaruh positif informasi biaya menegaskan bahwa kualitas dan ketepatan data biaya menjadi faktor penting dalam menentukan strategi harga jual pada usaha *cafe*, sehingga manajemen dapat mengambil keputusan yang lebih terinformasi dan efektif.

Sementara itu, margin kontribusi memberikan informasi mengenai kemampuan setiap produk dalam menutup biaya tetap dan menghasilkan laba, sehingga menjadi dasar penting dalam evaluasi profitabilitas menu. Hasil penelitian sejalan dengan konsep akuntansi manajemen yang menekankan bahwa margin kontribusi merupakan alat utama dalam pengambilan keputusan jangka pendek, termasuk penetapan harga, penentuan bauran produk, dan evaluasi kinerja produk (Horngren *et al.*, 2021). Selain itu, penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rozi *et al.* (2024), Putri *et al.* (2024), dan Anjani (2024) yang menunjukkan bahwa margin kontribusi berpengaruh signifikan terhadap keputusan penetapan harga dan strategi penjualan yang dapat membantu manajemen dalam pengambilan keputusan terkait perencanaan penjualan, pengendalian biaya, dan penentuan harga jual produk. Pengelola *Cafe Cocolicious Lombok* dapat melakukan penyesuaian harga, promosi, atau pengendalian biaya secara lebih tepat dengan mengetahui menu yang memiliki margin tinggi dan rendah. Dengan demikian, pengaruh positif margin kontribusi terhadap optimalisasi harga jual menegaskan bahwa analisis margin kontribusi bukan hanya bersifat teknis, tetapi juga berfungsi sebagai instrumen strategis dalam pengambilan keputusan harga pada usaha *cafe*.

Hasil penelitian menegaskan bahwa akuntansi manajemen bukan hanya alat pengendalian biaya, tetapi juga berfungsi sebagai instrumen strategis dalam pengambilan keputusan harga. Informasi biaya membantu manajemen memahami struktur biaya, sedangkan margin kontribusi memberikan gambaran mengenai profitabilitas setiap menu. Kombinasi informasi biaya dan margin kontribusi memungkinkan manajemen untuk menetapkan harga jual yang kompetitif, berorientasi pada laba, dan sesuai dengan kondisi pasar.

SIMPULAN

Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa informasi akuntansi manajemen memiliki peran dalam optimalisasi harga jual pada *Cafe Cocolicious Lombok*. Hasil analisis mengindikasikan bahwa

informasi biaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap optimalisasi harga jual, yang berarti pemanfaatan informasi biaya yang akurat mendukung penetapan harga yang lebih tepat dan berorientasi pada laba. Selain itu, margin kontribusi juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap optimalisasi harga jual, sehingga evaluasi margin tiap menu menjadi dasar penting dalam pengambilan keputusan harga. Dengan demikian, hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa akuntansi manajemen mendukung keputusan strategis penetapan harga pada usaha cafe.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yaitu sampel yang relatif kecil ($n=15$) sebagai keterbatasan utama yang dapat memengaruhi kekuatan statistik dalam mendeteksi pengaruh antarvariabel. Sementara itu, dari sisi validitas statistik, ukuran sampel yang kecil dapat membatasi tingkat generalisasi hasil penelitian. Meskipun asumsi klasik telah terpenuhi dan hasil menunjukkan hubungan yang signifikan antara variabel, temuan lebih bersifat kontekstual dan relevan pada objek penelitian, yaitu *Cafe Cocolicious Lombok*, sehingga perlu kehati-hatian dalam menarik kesimpulan yang lebih luas. Selain itu, penelitian ini juga hanya meneliti variabel informasi biaya dan margin kontribusi, serta data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup sehingga persepsi responden belum sepenuhnya tergalikan dan penelitian dilakukan di satu lokasi *cafe*.

Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk penelitian selanjutnya, yaitu menggunakan jumlah responden yang lebih besar untuk meningkatkan validitas eksternal dan kekuatan inferensial penelitian, menambahkan variabel lain yang relevan seperti strategi pemasaran atau biaya overhead tambahan, dan mengeksplorasi penerapan akuntansi manajemen berbasis teknologi dalam optimalisasi harga jual. Dengan demikian, penelitian selanjutnya dapat memperkuat temuan empiris dan memberikan kontribusi yang lebih luas bagi pengembangan ilmu akuntansi manajemen pada sektor jasa, khususnya industri *cafe*.

Implikasi Penelitian

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah pentingnya bagi pengelola *cafe* untuk mengoptimalkan penggunaan informasi biaya dan margin kontribusi secara sistematis dalam penetapan harga agar tetap kompetitif dan meningkatkan profitabilitas. Penelitian ini menambah literatur akuntansi manajemen khususnya di sektor jasa *cafe* dengan menekankan bahwa informasi biaya dan margin kontribusi bukan hanya alat pengendalian biaya, tetapi juga instrumen penting dalam pengambilan keputusan strategis.

DAFTAR PUSTAKA

- Anakampun, Y. N., & Monika, R. M. (2025). Optimalisasi laba UMKM dengan strategi harga cost-plus pricing. *4*(1), 71–78. <https://doi.org/10.55338/jeama.v4i1.234>
- Anjani, P. (2024). Analisis margin kontribusi sebagai perencanaan penjualan PT Siantar Top, Tbk. *JUSAPAK: Jurnal Studi Akuntansi Pajak Keuangan*, *2*(2), 105–118.
- Anjelina, O., Ananda, S. D., Dinanti, T., & Noviyanti, I. (2025). Strategi adaptasi coffee shop terhadap perubahan perilaku konsumen anak muda di Pangkalpinang. *JUMBIWIRA: Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, *4*(2), 76–90. <https://doi.org/10.56910/jumbiwira.v4i2.2452>
- Azzahra, A., Isnaningsih, A., Nur F., O., Lestari, P., Febriana, P., & Sakila. (2023). Strategi penetapan harga di Point Coffee. *Journal JEAMI*, *2*(1).
- Bhimani, A., Srikant, M. D., Charles, H., & Madhav, V. R. (2023). *Management and cost accounting*. BoD-Books on Demand.

- Firmansyah, D., Mulyadi, H., & Susetyo, D. P. (2023). Penentuan harga jual: Harga pokok produksi dan ekspektasi laba. *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen)*, 9(2), 202–215. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v9i2.8808>
- Hornngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2021). *Cost accounting: A managerial emphasis*. Pearson Education.
- Israviana, S., Wijaya, L. R. P., & Puspitasari, E. Y. (2025). Penerapan metode cost plus pricing dengan pendekatan full costing dalam menentukan harga jual pada produk UMKM rumah produk herbal. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 11(6), 5480–5489. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v11i6.5113>
- Laba, I. M., & Rinaldi. (2026). Analysis of financial performance and its impact on the growth of MSMEs in the manufacturing sector in Yogyakarta. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 9(1), 1075–1090.
- Nugraha, Y. S. (2025). The role of cost structure in decision making: A systematic literature review. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 7(1), 149–165. <https://doi.org/10.35912/jakman.v7i1.4986>
- Nusgiyanti, & Jefri, R. (2025). Analisis harga pokok produksi terhadap penetapan harga jual produk di CV. ABC. *Economics and Digital Business Review*, 6(1).
- Pramudita, A., & Isnaini, W. (2023). Analisis penerapan akuntansi manajemen terhadap kinerja keuangan Alerta Cafe. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(1).
- Purnomo, R. A. (2016). *Analisis statistik ekonomi dan bisnis dengan SPSS*. CV. Wade Group.
- Putri, C. M., Nirma, E., Putri, M. R. S., & Imelda, N. (2024). Analisis kontribusi margin untuk menentukan harga jual obat Apotek Emilia. *JUSAPAK: Jurnal Studi Akuntansi Pajak Keuangan*, 2(4), 33–39.
- Putri, N. U., & Octafian, R. (2024). Analisis biaya produksi dalam menetapkan harga jual yang kompetitif. *Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 17(1). <https://doi.org/10.51903/kompak.v17i1.1840>
- Rozi, M., Syafina, L., Samri, Y., & Nasution, J. (2024). Analisis contribution margin untuk menentukan tingkat penjualan produk dalam rangka memaksimalkan. *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, dan Akuntansi*, 16(2), 350–362. <https://doi.org/10.24905/permana.v16i2.468>
- Safitri, L. A., Nababan, C. S., Sulistiana, P. N., Sofia, L., & Riesmiyantiningtias, N. (2025). Evaluasi efektivitas penerapan cost plus pricing terhadap harga jual dan margin bruto (Studi kasus pada PT. Bogor Persada Indonesia). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 5(1).
- Siregar, B., Suropto, B., & Utama, S. (2022). *Akuntansi manajemen*. Salemba Empat.
- Sofiana, V., Lestari, Q. E., Afrida, S., & Mahaerani, E. (2024). Analisis penentuan harga pokok produksi dengan metode full costing dan penentuan harga jual dengan pendekatan cost plus pricing pada UMKM Es Teh Solo Cabang Rawalumbu Kota Bekasi. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 3(4), 148–157. <https://doi.org/10.30640/digital.v3i4.3560>
- Susilowati, E. (2023). Cost management and strategic decision making: The role of managerial accounting. *Atestasi: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 6(1), 457–473. <https://doi.org/10.57178/atestasi.v6i1.855>
- Syuhada, R., Isyanto, P., & Yani, D. (2023). Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada Café & Restoran Kokok Petok di Cimalaya Wetan. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 24(1), 54–65.
- Thenu, G., Manossoh, H., & Runtu, T. (2021). Analisis harga pokok produksi dengan metode full costing dalam penetapan harga jual pada usaha Kerupuk Rambak Ayu. *Jurnal EMBA*, 9(2), 305–314.