
Analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP) sebagai Dasar Pengambilan Keputusan pada UMKM toko baju z.nl di *Platform* Shopee

Zinedin Ridwan Rojak ^{1*}, Muhammad Khoiro Nazed ², Achmad Nauval Pratama ³, Anggi Cahya Maulana ⁴, Farhan Abdillah Fauzi Suhara ⁵

Universitas Bina Sarana Informatika ^{1,2,3,4,5}

Jl. Kamal Raya No.18, RT.6/RW.3, Cengkareng Tim., Kecamatan Cengkareng, Jakarta Barat 11730

Email Korespondensi: zndnrdsn12@email.com

ABSTRAK

Perkembangan digitalisasi mendorong UMKM *fashion* untuk memanfaatkan *platform e-commerce* seperti Shopee sebagai sarana pemasaran dan penjualan produk. Namun, tingginya biaya administrasi, biaya promosi, serta persaingan harga menyebabkan pelaku usaha menghadapi tantangan dalam mencapai laba yang optimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan *Cost-Volume-Profit* (CVP) sebagai dasar pengambilan keputusan pada UMKM toko baju z.nl di *platform* Shopee. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan *studi kasus*. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terkait biaya tetap, biaya variabel, volume penjualan, serta laba usaha. Analisis CVP dilakukan melalui perhitungan *contribution margin*, *break even point* (BEP), *margin of safety* (MOS), dan target laba (Negeri et al., 2023). Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan analisis CVP membantu UMKM dalam menentukan titik impas (BEP) pada tingkat penjualan 1.000 unit atau Rp15.000.000, sehingga pada penjualan aktual sebesar 1.500 unit UMKM mampu memperoleh laba sebesar Rp3.750.000. Analisis ini juga menjadi dasar dalam pengambilan keputusan terkait penetapan target penjualan dan perencanaan laba, harga jual, *efisiensi* biaya, dan strategi penjualan. Dengan demikian, analisis CVP dapat digunakan sebagai alat perencanaan laba yang *efektif* untuk meningkatkan keberlangsungan dan daya saing UMKM *fashion* di era digital.

Kata Kunci: Analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP), UMKM, Titik Impas (BEP), Perencanaan Laba, Pengambilan Keputusan.

ABSTRACT

The development of digitalization encourages fashion MSMEs to utilize e-commerce platforms such as Shopee as a medium for marketing and selling products. However, high administrative costs, promotional expenses, and intense price competition create challenges for businesses in achieving optimal profits. This study aims to analyze the implementation of *Cost-Volume-Profit* (CVP) analysis as a basis for decision-making in the z.nl clothing MSME on the Shopee platform. The research method used is a quantitative descriptive method with a case study approach. Data were collected through observation, interviews, and documentation related to fixed costs, variable costs, sales volume, and business profits. CVP analysis was conducted by calculating contribution margin, break even point (BEP), margin of safety (MOS), and target profit (Negeri et al., 2023). The results indicate that the implementation of CVP analysis assists MSMEs in determining the minimum sales level, estimating expected profits, and supporting decision-making related to selling prices, cost efficiency, and sales strategies. Therefore, CVP analysis can be used as an effective profit planning tool to improve the sustainability and competitiveness of fashion MSMEs in the digital era.

Keywords: *Cost-Volume-Profit Analysis*, MSMEs, *Break-Even Analysis*, *Profit Forecasting*, *Managerial Decision Making*.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam dunia bisnis, khususnya pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Transformasi digital mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan *platform e-commerce* sebagai sarana pemasaran dan penjualan produk secara lebih luas dan efisien. Salah satu *platform marketplace* yang banyak digunakan di Indonesia adalah Shopee Indonesia atau Shopee yang menyediakan berbagai fitur penjualan, promosi, dan transaksi digital untuk mendukung aktivitas UMKM. Kehadiran *marketplace* tersebut memberikan peluang bagi UMKM *fashion* untuk meningkatkan volume penjualan dan memperluas jangkauan pasar tanpa harus memiliki toko fisik yang besar (Ratulangi, 2023).

Di tengah meningkatnya persaingan bisnis digital, UMKM dituntut untuk mampu mengelola biaya operasional dan menentukan strategi penjualan yang tepat agar memperoleh laba yang optimal. Namun, banyak pelaku usaha masih menghadapi kendala dalam pengelolaan keuangan, terutama dalam memahami hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba usaha. Pada platform *e-commerce*, pelaku usaha tidak hanya menanggung biaya produksi, tetapi juga biaya administrasi *marketplace*, biaya promosi iklan, potongan voucher, serta biaya layanan lainnya yang dapat memengaruhi tingkat profitabilitas usaha. Kondisi tersebut menyebabkan pengambilan keputusan bisnis sering kali dilakukan tanpa perencanaan laba yang matang (Hermawan & Ramadhan, 2021).

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk membantu perencanaan laba dan pengambilan keputusan adalah analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP). Analisis CVP merupakan alat akuntansi manajemen yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba perusahaan. Melalui analisis ini, perusahaan dapat mengetahui titik impas atau *Break Even Point* (BEP), *contribution margin*, *margin of safety*, serta target laba yang ingin dicapai. Informasi tersebut sangat penting bagi manajemen dalam menentukan harga jual, mengendalikan biaya, dan merencanakan strategi penjualan yang efektif (Belmo & Neno, 2020).

UMKM toko baju z.nl merupakan salah satu usaha *fashion* yang memanfaatkan platform Shopee sebagai media utama penjualan produk. Dalam menjalankan aktivitas usahanya, toko z.nl menghadapi berbagai tantangan seperti persaingan harga, biaya promosi, dan biaya operasional lainnya yang memengaruhi laba usaha. Oleh karena itu, diperlukan suatu analisis yang dapat memberikan gambaran mengenai kondisi keuangan usaha sehingga pemilik usaha dapat mengambil keputusan bisnis secara lebih tepat dan terukur.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis penerapan *Cost-Volume-Profit* (CVP) sebagai dasar pengambilan keputusan pada UMKM toko baju z.nl di platform Shopee. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pelaku UMKM dalam memahami pentingnya perencanaan laba dan pengendalian biaya guna meningkatkan keberlangsungan usaha dan daya saing di era digital (Al Fatah et al., 2023).

2. TINJAUAN PUSTAKA

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor usaha yang memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. UMKM mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendukung pemerataan ekonomi nasional (Kediri, 2025). Dalam perkembangannya, UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital agar dapat bersaing di era modern. Digitalisasi menjadi salah satu strategi yang digunakan UMKM untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan melalui *platform online*.

Menurut penelitian tentang digitalisasi UMKM, penggunaan *marketplace* dan *e-commerce* dapat membantu pelaku usaha dalam memasarkan produk secara lebih efektif serta menjangkau konsumen yang lebih luas (Rahmawati et al., 2022).

E-commerce merupakan sistem perdagangan elektronik yang memungkinkan proses transaksi jual beli dilakukan secara online melalui internet. Perkembangan *e-commerce* memberikan dampak positif terhadap aktivitas bisnis, terutama bagi UMKM yang memiliki keterbatasan modal dan akses pasar. Salah satu platform *e-commerce* terbesar di Indonesia adalah Shopee yang menyediakan berbagai fitur pendukung penjualan seperti promosi, *live streaming*, gratis ongkir, dan sistem pembayaran digital (Pada et al., 2024).

Pemanfaatan platform Shopee dapat meningkatkan daya saing UMKM melalui perluasan pasar dan efisiensi pemasaran. Selain itu, fitur-fitur digital pada Shopee membantu pelaku usaha meningkatkan interaksi dengan konsumen dan memperbesar peluang penjualan (Oktaviani Windra Puspita., 2022).

Analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP) merupakan metode akuntansi manajemen yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba perusahaan. Analisis ini membantu manajemen dalam merencanakan laba, menentukan harga jual, dan mengambil keputusan bisnis secara lebih efektif.

Menurut Carter, analisis CVP merupakan alat yang digunakan manajemen untuk mengetahui hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba yang diperlukan untuk mencapai target keuntungan tertentu (Nugroho, 2022).

Secara umum, analisis CVP digunakan untuk: 1. Menentukan titik impas (*Break Even Point*/BEP) 2. Menghitung margin kontribusi (*Contribution Margin*) 3. Mengukur margin of safety 4. Menentukan target laba 5. Membantu pengambilan keputusan bisnis.



Sumber: (olah peneliti, 2026)
 Gambar 1. Kerangka Berpikir

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada UMKM toko baju z.nl yang menjalankan aktivitas penjualan melalui *platform* Shopee. Metode ini digunakan untuk menggambarkan kondisi biaya, volume penjualan, dan laba usaha secara sistematis berdasarkan data yang diperoleh dari objek penelitian (Jurnal et al., 2026). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini melibatkan pengolahan data *numerik* berupa biaya tetap, biaya variabel, volume penjualan, dan laba usaha yang dianalisis menggunakan metode *Cost-Volume-Profit* (CVP) (Sa'adah & Azizah, 2023). Penelitian CVP umumnya digunakan untuk membantu perusahaan maupun UMKM dalam melakukan perencanaan laba dan pengambilan keputusan usaha (Hidayat, 2024).

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah penerapan analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP) sebagai dasar pengambilan keputusan pada UMKM toko baju z.nl. Fokus penelitian meliputi perhitungan *contribution margin*, *break even point* (BEP), *margin of safety* (MOS), dan target laba usaha (Nugroho et al., 2024). Penelitian dilakukan pada periode tahun 2025–2026 dengan menggunakan data penjualan dan biaya operasional usaha yang diperoleh dari aktivitas penjualan di *platform* Shopee.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui observasi dan wawancara dengan pemilik UMKM toko baju z.nl terkait aktivitas usaha, biaya operasional, serta strategi penjualan yang diterapkan. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari laporan penjualan, laporan biaya usaha, dokumen transaksi, serta referensi berupa buku dan jurnal yang berkaitan dengan analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP). Penggunaan data primer dan sekunder bertujuan untuk memperoleh informasi yang akurat mengenai kondisi keuangan usaha sehingga hasil penelitian dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan (Maulana, 2023).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui *observasi*, wawancara, dan dokumentasi. *Observasi* dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas operasional UMKM toko baju z.nl, khususnya proses penjualan dan pencatatan biaya usaha. Wawancara dilakukan kepada pemilik usaha untuk memperoleh informasi mengenai biaya tetap, biaya variabel, target penjualan, serta kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha di *platform* Shopee. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan laporan penjualan, catatan biaya operasional, serta data transaksi yang berkaitan dengan penelitian. Teknik pengumpulan data tersebut banyak digunakan dalam penelitian CVP karena mampu memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai kondisi keuangan usaha (Hidayat, 2024).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Biaya pendapatan z.nl toko dari bulan Januari sampai bulan Desember pada tahun 2024. Data ini diperoleh melalui wawancara langsung dengan *owner* z.nl toko pada tanggal 20 Mei 2026.

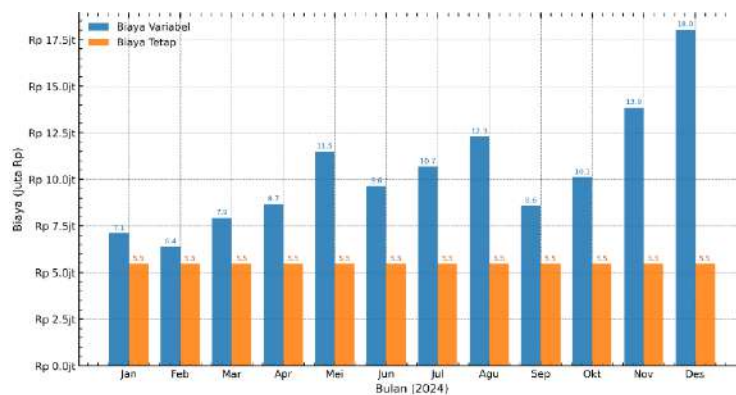
Tabel 1. Struktur Biaya UMKM Toko z.nl per Bulan Jan–Des 2024

Bulan	Unit Terjual	Pendapatan (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	Biaya Tetap (Rp)	Total Biaya (Rp)	Laba/Rugi Bersih (Rp)

Jan	93	10.835.000	7.082.900	5.450.000	12.532.900	-1.697.900
Feb	84	9.740.000	6.371.300	5.450.000	11.821.300	-2.081.300
Mar	103	12.145.000	7.926.700	5.450.000	13.376.700	-1.231.700
Apr	112	13.290.000	8.667.600	5.450.000	14.117.600	-827.600
Mei	148	17.620.000	11.484.700	5.450.000	16.934.700	685.300
Jun	125	14.760.000	9.631.800	5.450.000	15.081.800	-321.800
Jul	138	16.360.000	10.670.200	5.450.000	16.120.200	239.800
Agu	158	18.850.000	12.283.600	5.450.000	17.733.600	1.116.400
Sep	112	13.125.000	8.572.800	5.450.000	14.022.800	-897.800
Okt	131	15.485.000	10.103.900	5.450.000	15.553.900	-68.900
Nov	177	21.275.000	13.850.900	5.450.000	19.300.900	1.974.100
Des	228	27.720.000	18.020.700	5.450.000	23.470.700	4.249.300

Sumber : (znl.toko, 2026)

Perbandingan biaya variabel dan biaya tetap per bulan dari bulan Januari – bulan Desember pada z.nl toko. Biaya variabel adalah pengeluaran yang berubah secara proporsional mengikuti tingkat aktivitas atau produksi perusahaan, sedangkan biaya tetap adalah pengeluaran bisnis yang tidak berubah nilainya meski volume produksi atau penjualan naik-turun.



Sumber: (olah data, 2026)

Gambar 1. Perbandingan Biaya Variabel vs Biaya Tetap Per Bulan Jan – Des 2024 (sumber : z.nl toko)

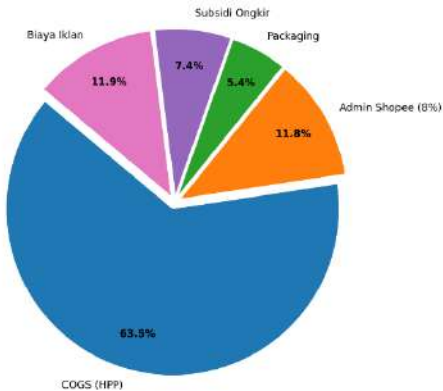
Perhitungan *Contribution Margin* dari berbagai kategori produk yang dijual di z.nl toko. *Contribution Margin* adalah selisih antara pendapatan penjualan dan biaya variabel.

Tabel 2. Perhitungan *Contribution Margin* per Kategori Produk

Produk	Harga Jual	COGS	Admin (8%)	Shopee	Packaging	Subsidi Ongkir	Total VC/Unit	CM/Unit	CMR (%)
--------	------------	------	------------	--------	-----------	----------------	---------------	---------	---------

Basic Tees	85.000	44.200	6.800	3.000	4.000	58.000	27.000	31,8%
Kemeja	135.000	67.500	10.800	4.000	5.000	87.300	47.700	35,3%
Dress	165.000	79.200	13.200	4.500	6.000	102.900	62.100	37,6%
Celana	120.000	60.000	9.600	4.000	5.000	78.600	41.400	34,5%

sumber : (znl.toko, 2026)

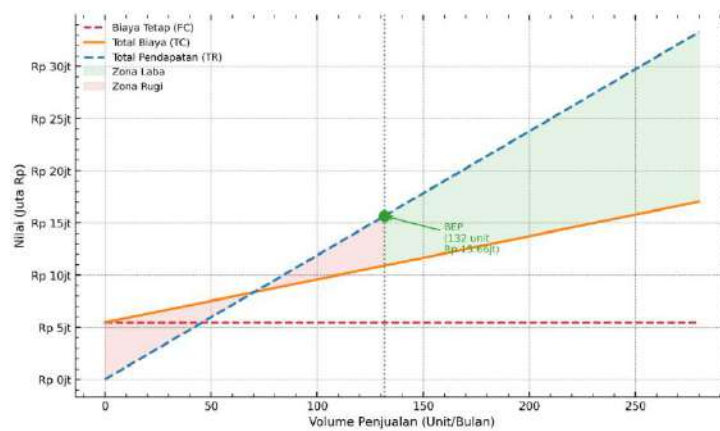


Sumber: (olah data, 2026)

Gambar 2. Komposisi biaya variabel toko z.nl per kategori (sumber : z.nl toko)

4.1. Break-Even Chart Toko z.nl — CVP Analysis 2024

Grafik *break-even* menunjukkan titik perpotongan antara total *revenue* dan total *cost* pada 131,8 unit. Area di bawah BEP adalah zona rugi, sedangkan di atas BEP adalah zona laba. *Slope* total *cost* lebih landai dibanding total *revenue*, namun gap antara keduanya sangat tipis, menegaskan pentingnya efisiensi biaya dan peningkatan volume penjualan.



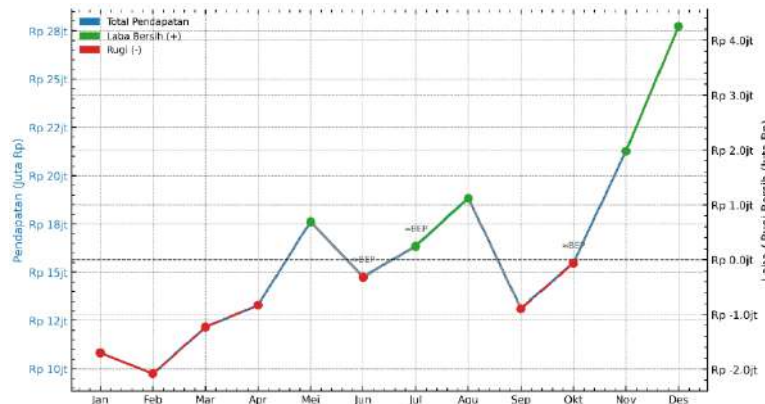
Gambar 3. Break-Even Chart Toko z.nl (sumber : znl.toko)

4.2. Target Profit dan Implikasi Manajeria

Untuk mencapai target laba Rp5 juta/bulan, toko z.nl harus menjual minimal 252,7 unit/bulan, jauh di atas rata-rata aktual (134,1 unit). Hal ini menuntut strategi agresif dalam promosi, efisiensi biaya variabel, dan diversifikasi produk margin tinggi. *Degree of operating leverage* (58,47x) menunjukkan laba sangat sensitif terhadap perubahan volume penjualan, sehingga pengelolaan risiko penurunan penjualan menjadi prioritas utama.

Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu:

Margin of safety toko z.nl (1,71%) jauh lebih rendah dibandingkan UMKM offline seperti Toko Berlian Pancing (49,86%) menandakan beban biaya *platform e-commerce* sangat signifikan. BEP toko z.nl (Rp15,66 juta) juga lebih rendah dari UMKM Berkas Usaha (Rp22,01 juta), namun margin keuntungan lebih tipis akibat biaya admin dan promosi digital.



Gambar 4. Tren Pendapatan Dan Laba Bersih (sumber : znl.toko)

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini membuktikan bahwa analisis *Cost-Volume-Profit (CVP)* sangat relevan dan krusial sebagai dasar pengambilan keputusan pada UMKM *fashion* digital di Shopee. Struktur biaya didominasi biaya variabel dan beban *platform*, margin kontribusi rata-rata 34,8%, dan BEP sangat dekat dengan penjualan aktual. *Margin of safety* yang sangat tipis (1,71%) menandakan risiko kerugian tinggi, sehingga strategi *pricing*, efisiensi biaya, dan promosi berbasis data menjadi kunci keberlanjutan usaha. UMKM *fashion* di *e-commerce* harus rutin melakukan analisis CVP untuk menyesuaikan harga, mengendalikan biaya, dan merencanakan volume penjualan secara realistis. Optimalisasi produk margin tinggi dan efisiensi biaya admin/iklan sangat disarankan. Penelitian lanjutan dapat menguji model CVP adaptif berbasis data aktual dan integrasi dengan analitik prediktif.

REFERENSI

- Al Fatah, A., Syarif, A., Jambi, U., & Jambi Coresponding Author, M. (2023). Analisis Penerapan Cost Volume Profit (Cvp) Dalam Meningkatkan Laba Pada Usaha Gubuk Nenas (Studi Kasus Riset Kewirausahaan pada UMKM Gubuk Nenas di Desa Mendalo Darat). *Jurnal Dinamika Manajemen*, 11(1), 25–33.
- Belmo, K., & Neno, S. (2020). 332925-Analisis-Biaya-Volume-Laba-Sebagai-Alat-3E504776. *Jurnal Managemen*, 13(3), 289.
- Hermawan, A. K., & Ramadhan, M. R. (2021). Document (4).Pdf. In *EduBase : Journal of Basic Education: Vol. Vol. 2 No. (pp. 9–62)*.
- Hidayat, R. (2024). Analisis Cost Volume Profit (CVP) sebagai Metode Manajemen Laba pada UMKM Madu Asy-Syifa. 3(2), 134–145. <https://doi.org/10.55123/mamen.v3i2.3549>
- Jurnal, G., Wantira, E., Ridwan, R., & Pekerti, R. D. (2026). Analisis Penerapan Cost-Volume-Profit (CVP) pada Perencanaan Laba di Alma Network Solution Cost-Volume-Profit (CVP). Analisis CVP merupakan alat analisis yang menyoroti hubungan. 6(2015).
- Kediri, T. A. (2025). *Jurnal manajemen dan akuntansi*. 13(2), 89–99.
- Maulana, A. (2023). ANALISIS COST-VOLUME-PROFIT (CVP) UNTUK PERENCANAAN LABA PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) KASA NYAMUK BIMA PERIODE 2022 Skripsi Dibuak Oleh. April.
- Negeri, P., Psdku, M., Fitriawati, D., Bakhtiar, Y., & Fitriani, D. W. I. R. (2023). Vol . 12 No . 02 Oktober 2023 IMPLEMENTASI COST VOLUME PROFIT (CVP) SEBAGAI DASAR PERENCANAAN LABA Oleh Jurusan Akuntansi DARA FITRIAWATI , YOHAN BAKHTIAR , DWI RAHMA FITRIANI. 12(02), 55–61.

- Nugroho, A. (2022). *Perencanaan Laba Dengan Analisis Cost Volume Profit Pada Toko Online Zona Fashion ID*. 1–33.
- Nugroho, A., Setiawan, D. E., Sarumaha, F., Fauzi, R., & Pamulang, U. (2024). *ANALISIS BIAYA, VOLUME, LABA UNTUK PERENCANAAN LABA*. 6(1), 13–20.
- Oktaviani Windra Puspita. (2022). *JURNAL CEMERLANG : Pengabdian pada Masyarakat ECOBRICK DAN ECOPRINT JURNAL CEMERLANG : Pengabdian pada Masyarakat*. 7(1), 30–45.
- Pada, L., Cahaya, C. V., Di, D., & Sekayu, K. (2024). *Article info*. 2(1), 114–125.
- Rahmawati, M. I., Ardini, L., Lestariningsih, M., & Shabrie, W. S. (2022). Digitizing UMKM by Strengthening Shopee E-Commerce at UMKM in Wonokromo District, Surabaya City. *Mujtama' Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 35–42.
- Ratulangi, U. S. (2023). Analisis Cost-Volume-Profit Sebagai Alat Perencanaan Laba pada UMKM. *Jurnal LPPM Ekosistem Budaya Dan Komunitas (Sinta 4)*, 7, 12263–12270.
- Sa'adah, L., & Azizah, I. A. (2023). Analisis Cvp (Cost Volume Profit) Untuk Perencanaan Laba Pada Cv. Zam-Zam Collection Kabupaten Jombang. *Jurnal Investasi*, 9(3), 169–177. <https://doi.org/10.31943/investasi.v9i3.282>