



Penelitian Umkm: Analisis Keunggulan Dan Strategi Pemasaran Pada 'Seblak Teh Windy'

Arif Rakhman¹, Kholida Atiyatul Maula², Kristina³, Ovia Natalia⁴,
Ananda Putri Rachmasari⁵, Wini Puspariani⁶, Shafira Mega Ayumi⁷, Ellyza
Febriana⁸, Elita Kowiyah⁹

Universitas Singaperbangsa Karawang

Abstract

Received: 08 Agustus 2024

Revised: 12 Agustus 2024

Accepted: 22 Agustus 2024

This report documents the results of an interview with the owner of the micro, small, and medium-sized enterprise (MSME) "Seblak Teh Windy." As a producer of traditional Indonesian cuisine, Seblak Teh Windy introduces a unique innovation by combining the flavors of seblak, a traditional dish from Bandung, with a special touch of tea. The interview was conducted to gain a deeper understanding of the business journey, marketing strategies, challenges faced, and the contribution of Seblak Teh Windy to the local community. The results of the interview highlight the crucial role of MSMEs in supporting the local economy and preserving local wisdom through innovative culinary products. As a successful venture, Seblak Teh Windy serves as an inspiration for other MSMEs to continue growing and innovating in response to market dynamics. This report provides a holistic overview of Seblak Teh Windy's contribution to supporting the growth of MSMEs and sustaining Indonesia's culinary heritage.

Keywords: MSMEs, Seblak Teh Windy, Marketing Strategies.

(*) Corresponding Author:

How to Cite: Rakhman, A., Maula, K., Kristina, K., Natalia, O., Rachmasari, A., Puspariani, W., Ayumi, S., Febriana, E., & Kowiyah, E. (2024). Penelitian Umkm: Analisis Keunggulan Dan Strategi Pemasaran Pada 'Seblak Teh Windy'. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(15), 161-177.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13768794>

PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) merupakan jenis usaha yang dapat menyokong pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Adanya UMKM mampu menggerakkan perekonomian Indonesia yang lebih mandiri dengan berperan dalam menciptakan lapangan pekerjaan. Kegiatan usaha UMKM yang cukup fleksibel untuk diterapkan karena mudah beradaptasi dengan permintaan dan pasang surut pasar.

Sekarang, sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sedang mengalami pertumbuhan yang baik dan semakin meningkat setiap tahunnya. Perkembangan yang baik ini dianggap memberikan dampak positif pada sektor ekoomi Indonesia. UMKM telah terbukti efektif dalam menyerap tenaga kerja secara signifikan, menjadi solusi untuk mengurangi tingkat pengangguran.

Salah satu sumber penting dalam laporan keuangan adalah Break Even Point (titik impas). Sebenarnya, terdapat berbagai teknik analisis laporan keuangan yang lainnya, contohnya analisis perbandingan laporan keuangan, analisis tren, analisis common size, dan lain sebagainya. Dalam konteks ini, fokus pembahasan saya adalah pada teknik Break Even Point, yang bertujuan untuk menganalisis

target penjualan guna mencapai maksimalisasi pendapatan dan meminimalkan risiko.

Break even point merujuk pada kondisi di mana suatu perusahaan tidak menghasilkan keuntungan maupun mengalami kerugian dari kegiatan operasionalnya. Hal ini terjadi ketika pendapatan penjualan perusahaan sama dengan total biaya operasional yang dikeluarkan. Manfaat yang dapat diperoleh dari analisis break even point termasuk perancangan produk, penetapan harga jual per unit, penentuan jumlah produksi, optimalisasi produksi, dan perencanaan laba yang diinginkan.

Salah satu contoh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yaitu Seblak Teh Windy yang berdiri sejak tahun 2021. Seblak Teh Windy ini menjadi salah satu makanan pedas yang digandrungi masyarakat khususnya masyarakat Karawang. Seblak merupakan hidangan yang terbuat dari kerupuk yang direndam dan disajikan dengan bumbu rempah-rempah, seringkali disertai dengan sayuran dan tambahan lainnya. Awalnya berasal dari Sunda, seblak menjadi salah satu kuliner khas Jawa Barat. Panganan ini populer di kalangan generasi muda karena tidak terlalu mengenyangkan dan bukan termasuk dalam kategori makanan pokok, sehingga sering dinikmati sebagai camilan di antara waktu makan.

LANDASAN TEORI

A. Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM)

1. Definisi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki definisi yang bervariasi dalam berbagai literatur, sesuai dengan pendekatan yang diambil oleh berbagai instansi, lembaga, bahkan undang-undang. Menurut Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), definisi UMKM adalah sebagai berikut:

- a. Usaha mikro merujuk pada kegiatan ekonomi produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi produktif mandiri yang dilakukan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari Usaha Menengah atau Usaha Besar, dengan memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- c. Usaha Menengah, di sisi lain, adalah kegiatan ekonomi produktif mandiri yang dilakukan oleh individu atau badan usaha yang tidak termasuk anak perusahaan atau cabang dari Usaha Kecil atau Usaha Besar, dengan memenuhi jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Di berbagai negara atau tingkat global, terdapat variasi definisi yang berbeda mengenai Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sesuai dengan karakteristik khusus masing-masing negara, antara lain:

- a. World Bank: UKM merupakan usaha yang total pekerja \pm 30 orang, pendapatan per tahun US\$ 3 juta dan total aset tidak lebih US\$ 3 juta.
- b. Di Amerika: UKM merupakan industri yang tidak rata-rata di sektornya dan memiliki pekerja kurang dari 500 orang.

- c. Di Eropa: UKM merupakan Usaha yang melibatkan 10-40 pekerja dan pendapatan tahunan sekitar 1-2 juta Euro dianggap sebagai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Jika jumlah pekerja kurang dari 10, usaha tersebut diklasifikasikan sebagai usaha rumah tangga. Di Jepang, UMKM merujuk pada industri manufaktur dan ritel/jasa dengan melibatkan 54-300 pekerja dan modal sekitar ¥ 50 juta hingga ¥ 300 juta.
- d. Di Korea Selatan: UKM merupakan usaha dengan jumlah pekerja ≤ 300 orang dan aset \leq US\$ 60 juta.
- e. Di beberapa Asia Tenggara: UKM Usaha ini melibatkan jumlah pekerja sebanyak 10-15 orang di Thailand, 5-10 orang di Malaysia, dan 10-99 orang di Singapura, dengan modal sekitar \pm US\$ 6 juta.

2. Karakteristik Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia

Ciri-ciri kewirausahaan merujuk pada sifat-sifat yang melekat pada individu yang terlibat dalam Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penilaian terhadap ciri-ciri kewirausahaan, sebagaimana didefinisikan oleh Meredith et al. (2000), mencakup keyakinan diri, orientasi terhadap tugas dan hasil, keterampilan mengambil risiko, kepemimpinan, keorisinilan, dan pandangan masa depan.

Sementara itu, kompetensi kewirausahaan mengacu pada pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan yang diperlukan oleh pelaku UMKM untuk mencapai kinerja yang unggul. Penilaian kompetensi kewirausahaan, menurut pandangan Baum et al. (2001), melibatkan evaluasi terhadap pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan yang dimiliki oleh individu tersebut.

Dalam karakteristik UMKM ada empat alasan yang menjelaskan posisi strategis UMKM di Indonesia.

- a. UMKM tidak butuh modal yang besar seperti perusahaan besar yang memberikan hasil pembentukan usaha ini tidak sesulit usaha besar.
- b. Pekerja yang dibutuhkan tidak mewajibkan pendidikan formal tertentu.
- c. Banyak berlokasi di desa dan tidak membutuhkan prasarana seperti perusahaan besar.
- d. UMKM diakui mempunyai ketahanan yang kuat ketika Indonesia mengalami krisis ekonomi.

B. Akuntansi Biaya

1. Definisi Akuntansi Biaya

Menurut Dunia dan Wasilah (2012:4), akuntansi biaya merupakan bagian dari akuntansi manajemen yang lebih menekankan pada proses penentuan biaya dan pengendalian biaya terkait dengan produksi barang. Secara keseluruhan, akuntansi biaya berperan sebagai sistem yang menyediakan informasi yang diperlukan oleh manajemen untuk mengelola perusahaan mereka. Fungsi ini memberikan kontribusi yang signifikan dalam perencanaan, pengendalian laba, penetapan harga pokok produk dan jasa, serta mendukung pengambilan keputusan manajemen. Sebagai akuntansi yang ditujukan untuk memberikan informasi biaya kepada manajemen, baik itu biaya produksi maupun non-produksi, akuntansi biaya melibatkan proses pencatatan, pengelompokan, rangkuman, dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk atau jasa, dengan metode tertentu, serta penafsiran terhadap informasi tersebut.. Akuntansi biaya menghasilkan informasi biaya untuk memenuhi berbagai macam tujuan (Mulyadi, 2016:23).

Secara garis besar bahwa akuntansi biaya merupakan bagian dari akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen. Dalam hal ini akuntansi biaya harus memenuhi karakteristik akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen. Akuntansi biaya dapat diterapkan baik dalam perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa.

2. Tujuan Akuntansi Biaya

Menurut Mulyadi (2016:7) Akuntansi biaya memiliki 3 tujuan utama sebagai berikut:

a. Penentuan harga pokok produk

Dalam rangka mencapai tujuan menetapkan harga pokok produk, akuntansi biaya melakukan pencatatan, pengelompokan, dan penyusunan ringkasan biaya-biaya yang terkait dengan pembuatan produk atau penyediaan jasa.

b. Pengendalian biaya

Sebelum melakukan pengendalian biaya, perlu dilakukan penentuan biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk menghasilkan satu unit produk.

c. Pengambilan keputusan khusus

Keputusan khusus yang melibatkan masa depan memerlukan informasi yang relevan dengan konteks waktu yang akan datang. Oleh karena itu, informasi yang terkait dengan pengambilan keputusan khusus selalu berfokus pada aspek masa depan.

Sedangkan lebih lanjut menurut Siregar (2018:12) mengungkapkan bahwa tujuan Akuntansi biaya digunakan untuk mengalkulasi biaya produksi selama periode tertentu, yang kemudian harga pokok penjualannya akan diadu dengan pendapatan untuk menghitung laba.

3. Klarifikasi Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya dirancang salah satunya untuk kepentingan manajer dalam sebuah perusahaan. Karena manajer mengambil keputusan hanya untuk perusahaannya sendiri, maka kriteria penting informasi akuntansi biaya adalah relevansi informasi bagi pengambil keputusan. Dulu, akuntansi biaya dianggap sebagai alat untuk menghitung nilai persediaan yang tercantum dalam laporan posisi keuangan dan harga pokok penjualan yang tercatat dalam laporan laba-rugi. Saat ini, akuntansi biaya dapat memberikan dukungan signifikan kepada fungsi manajemen. Pengumpulan, penyajian, dan analisis informasi terkait biaya membantu manajemen dalam menyusun anggaran, mengendalikan proses, menetapkan harga, menentukan laba, memilih alternatif dalam pengambilan keputusan, serta mengelola biaya dalam konteks lingkungan teknologi yang canggih. (Siregar, 2018:10).

Lebih lanjut menurut Ahmad (2014:9) hubungan akuntansi biaya dengan akuntansi keuangan tercermin pada tujuan akuntansi biaya untuk penentuan harga pokok produk dan sekaligus menentukan nilai persediaan. Dari perspektif akuntansi manajemen, akuntansi biaya membantu manajemen dalam menetapkan biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk menghasilkan satu unit produk, sejumlah produk, dan tingkat kegiatan khusus.

C. Analisis Break even point (BEP)

1. Definisi *Break even point* (BEP)

Hansen dan Mowen (2006:274) mendefinisikan titik impas sebagai titik di mana total pendapatan setara dengan total biaya, yaitu titik di mana laba mencapai nol. Sementara itu, Garrison, et al (2006:325) menjelaskan bahwa break even point,

atau titik impas, merujuk pada tingkat penjualan di mana laba mencapai nol. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa break even point adalah kondisi di mana sebuah perusahaan tidak memperoleh keuntungan dan juga tidak mengalami kerugian dari kegiatannya operasinya, karena hasil penjualan yang diperoleh perusahaan sama besarnya dengan total biaya yang dikeluarkan perusahaan.

2. Analisis *Break even point* (BEP)

Carter dan Usry (2006:272) menjelaskan bahwa analisis titik impas digunakan untuk menentukan tingkat penjualan produk yang dibutuhkan agar dapat menutup semua biaya yang terjadi selama suatu periode tertentu. Analisis titik impas merupakan teknik yang membantu menetapkan suatu titik, baik dalam bentuk nilai rupiah maupun satuan, untuk perencanaan tingkat keuntungan. Hal ini melibatkan hubungan antara penerimaan total, biaya total, dan laba total perusahaan pada berbagai tingkat output.

Menurut Kasmir (2012:385), manfaat yang diperoleh dalam break even point adalah:

- Membuat desain produk.
- Penetapan harga jual per satuan.
- Mentukan jumlah produksi atau.
- Memaksimalkan jumlah produksi.
- Menentukan perencanaan laba yang diinginkan.

3. Penentuan Tingkat *Break even point* (BEP)

Untuk menentukan titik impas, dapat dilakukan melalui pendekatan grafis dan matematis. Dalam pendekatan grafis, langkahnya melibatkan penggambaran variabel-variabel yang mempengaruhi titik impas, seperti biaya total (yang mencakup biaya tetap dan biaya variabel) serta pendapatan total. Pendekatan matematis juga dapat digunakan sebagai metode alternatif.

$$\text{BEP (rupiah)} = \frac{FC}{\left(1 - \left(\frac{V}{S}\right)\right)}$$

$$\text{BEP (Satuan)} = \frac{FC}{(S - VC)}$$

Dimana:

FC = fixed cost (biaya tetap),

VC = variable cost (biaya variabel),

S = sales (penjualan).

Sumber: Riyanto (2010:364)

METODE OBSERVASI

A. Lokasi Observasi dan Wawancara

Observasi dilakukan di UMKM Seblak Teh Windy, yang beralamat di JL. HS.Ronggo Waluyo No. 103, Sukaharja, Telukjambe Timur, Karawang, Jawa barat, 41362. Observasi dilakukan pada tanggal 23 November 2023 pukul 13.00 s/d selesai.

B. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara yang dilakukan langsung dengan pemilik usaha Seblak Teh Windy, wawancara ini dilakukan secara

terbuka antara pemilik usaha dengan observer. Pengumpulan data dilakukan dengan apa yang telah diketahui penulis dan apa yang disampaikan oleh pemilik usaha.

C. Observasi

Dalam observasi dan wawancara ini dapat digunakan penulis untuk mengetahui bagaimana cara melakukan usaha dan berwirausaha.

D. Catatan Lapangan

Dalam observasi, catatan lapangan yaitu berupa hasil wawancara antara penulis dengan pemilik usaha Seblak Teh Windy seputar usaha yang dimilikinya.

E. Dokumentasi

Dokumentasi dalam observasi dan wawancara berupa pengambilan sampel foto terkait dengan usaha Seblak Teh Windy.

F. Tim Kerja dan Narasumber Kegiatan Acara

Narasumber : Teh Windy Purnamasary pemilik usaha seblak

Pewawancara : Kristina, Ovia Natalia Saragi, Wini Puspariani, Shafira Mega Ayumi, Elita Kowiyah, Ellyza Febriana, Ananda Putri Rachmasari

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil dan Sejarah Usaha

1. Profil Usaha

Jenis usaha	: Makanan seblak
Nama usaha	: Seblak Teh Windy
Tahun berdirinya usaha	: 2021
Nama pemilik	: Teh Windy Purnamasari
Alamat usaha	: JL. HS.Ronggo Waluyo No. 103, Sukaharja, Telukjambe Timur, Karawang, Jawa barat, 41362



Gambar 1. Produk Seblak Teh Windy



Gambar 2. Teh Windy dengan tempat usahanya

2. Profil Usaha

Seblak Teh Windy adalah sebuah usaha yang berlokasi di JL. HS.Ronggo Waluyo No. 103, Sukaharja, Telukjambe Timur, Karawang, Jawa Barat, 41362. Seblak Teh Windy, sesuai namanya usaha ini dimiliki oleh Teh Windy Purnamasari yang berdiri sejak tahun 2021. Alasan dibangunnya usaha ini adalah karena Teh Windy pemilik usaha memiliki hobi memasak, dan juga karena adanya pandemi covid-19 yang mengharuskan Teh Windy membangun usaha untuk menghidupi kehidupan sehari-hari. Pada awal berdirinya usaha Seblak Teh Windy hanya memproduksi seblak dengan beberapa varian topping saja, tetapi semakin berkembang usahanya kini seblak Teh Windy memiliki lebih dari 20 jenis topping seblak yang digunakan.

Dengan berjalannya waktu Seblak Teh Windy mulai berkembang dengan pesat, dimulai dengan yang dulunya dari tahun 2021 diproduksi sendiri, saat ini Seblak Teh Windy sudah memiliki lebih dari 10 karyawan. Awalnya hanya memproduksi menggunakan satu kompor, saat ini sudah menggunakan 6 kompor (12 Tungku) untuk produksi. Seblak Teh Windy bisa menjual 400 sampai dengan 800 porsi tiap harinya.

B. Pemasaran

Pemasaran produk dari Seblak Teh Windy ini dilakukan secara offline dan online. Untuk pemasaran produk yang secara offline di jual di rumah pribadi Teh Windy sendiri dengan sistem seblak prasmanan. Sedangkan untuk pemasaran produk secara online, melalui aplikasi Instagram dan Tiktok serta di jual di aplikasi seperti Go-food dan Grab-food. Teh Windy juga menjual seblak dalam kemasan yang sudah siap saji melalui online shop.

C. Peralatan dan Bahan

Berikut ini adalah rincian dari bahan baku dan peralatan yang dibutuhkan dalam pembuatan hingga penjualan produk Seblak Teh Windy :

NO	BAHAN	PERALATAN
1	Cikur	Wajan
2	Cabe	Spatula
3	Bawang putih	Kompor dan selang gas
4	Gula pasir	Capitan
5	Garam	Sealware
6	Royko	Toples
7	Jeruk nipis	Tabung gas
8	Minyak sayur	Mangkok

9	Sayur	Sendok
10	Kerupuk	Nampan
11	Mie instan	Pisau
12	Dumpling keju	
13	Dumpling ayam	
14	Dumpling cheese ayam	
15	Fishroll telur puyuh	
16	Fishroll	
17	Bola udang	
18	Bola kepiting	
19	Bola salmon	
20	Bola lobster	
21	Bola sayur	
22	Oalahan ikan	
23	Cikua	
24	Okado	
25	Otak-otak roll	
26	Crabstick roll	
27	Crabstick	
28	Stick ikan	
29	Rolade	
30	Udang	
31	Tofu	
32	Cuanki	
33	Batagor	

34	Batagor mini	
35	Lidah	
36	Mie baso	
37	Pilus cikur	
38	Kwetiaw	
39	Baso kecil	
40	Baso urat	
41	Baso sedang	
42	Baso aci	
43	Ceker	
44	Dengkul	
45	Sayap	
46	Tulang	
47	Telur	
48	Telur puyuh	
49	Mie sorodot	
50	Tahu putih	
51	Tahu kuning	
52	Tahu segitiga	
53	Tahu baso	
54	Jamur enoki	
55	Kikil	
56	Sosis merah	
57	Sosis besar	
58	Sosis ayam	
59	Sosis sapi	

D. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku yang tertera dibawah ini adalah biaya bahan baku untuk satu bulan penjualan :

NO	JENIS BAHAN BAKU	KUANTITAS KG/BKS/BAL/DUS	HARGA KG/BKS/BAL/DUS	HARGA
1	Sayur	208 kg	Rp. 16.000 / kg	Rp. 3.328.000
2	Kerupuk	20 bal	Rp. 70.000 / bal	Rp. 1.400.000
3	Mie instan	6 dus	Rp. 120.000 / dus	Rp. 720.000
4	Dumpling keju	130 bks	Rp. 29.000 / bks	Rp. 3.770.000
5	Dumpling ayam	130 bks	Rp. 29.000 / bks	Rp. 3.770.000
6	Dumpling cheese ayam	130 bks	Rp. 25.000 / bks	Rp. 3.250.000
7	Fishroll telur puyuh	130 bks	Rp. 22.000 / bks	Rp. 2.860.000
8	Fishroll	130 bks	Rp. 28.000 / bks	Rp. 3.640.000
9	Bola udang	130 bks	Rp. 30.000 / bks	Rp. 3.900.000
10	Bola kepiting	130 bks	Rp. 27.000 / bks	Rp. 3.510.000
11	Bola salmon	130 bks	Rp. 26.000 / bks	Rp. 3.380.000
12	Bola lobster	130 bks	Rp. 30.000 / bks	Rp. 3.900.000
13	Bola sayur	130 bks	Rp. 27.000 / bks	Rp. 3.510.000
14	Oalahan ikan	130 bks	Rp. 30.000 / bks	Rp. 3.900.000
15	Cikua	130 bks	Rp. 30.000 / bks	Rp. 3.900.000
16	Okado	130 bks	Rp. 28.000 / bks	Rp. 3.640.000
17	Otak-otak roll	130 bks	Rp. 26.000 / bks	Rp. 3.380.000
18	Crabstick roll	130 bks	Rp. 33.000 / bks	Rp. 4.290.000
19	Crabstick	130 bks	Rp. 32.000 / bks	Rp. 4.160.000

20	Stick ikan	130 bks	Rp. 32.000 / bks	Rp. 4.160.000
21	Rolade	130 bks	Rp. 50.000 / bks	Rp. 6.500.000
22	Udang	130 bks	Rp. 38.000 / bks	Rp. 4.940.000
23	Tofu	130 bks	Rp. 31.000 / bks	Rp. 4.030.000
24	Cuanki	15 bal	Rp. 100.000 / bal	Rp. 1.500.000
25	Batagor	10 bal	Rp. 100.000 / bal	Rp. 1.000.000
26	Batagor mini	10 bal	Rp. 100.000 / bal	Rp. 1.000.000
27	Lidah	10 bal	Rp. 100.000 / bal	Rp. 1.000.000
28	Pilus cikur	10 bal	Rp. 100.000 / bal	Rp. 1.000.000
29	Kwetiaw	78 bks	Rp. 6.000 / bks	Rp. 468.000
30	Baso kecil	78 bks	Rp. 3.000 / bks	Rp. 234.000
31	Baso urat	78 bks	Rp. 20.000 / bks	Rp. 1.560.000
32	Baso sedang	78 bks	Rp. 20.000 / bks	Rp. 1.560.000
33	Baso aci	78 bks	Rp. 17.000 / bks	Rp. 1.326.000
34	Ceker	104 kg	Rp. 20.000 / kg	Rp. 2.080.000
35	Dengkul	104 kg	Rp. 16.000 / kg	Rp. 1.664.000
36	Sayap	104 kg	Rp. 36.000 / kg	Rp. 3.744.000
37	Tulang	104 kg	Rp. 17.000 / kg	Rp. 1.768.000
38	Telur	78 kg	Rp. 26.000 / kg	Rp. 2.028.000
39	Telur puyuh	78 kg	Rp. 36.000 / kg	Rp. 2.808.000
40	Mie sorodot	78 bks	Rp. 7.000 / bks	Rp. 546.000
41	Tahu putih	78 kg	Rp. 7.000 / bks	Rp. 546.000
42	Tahu kuning	78 kg	Rp. 7.000 / bks	Rp. 546.000

43	Tahu segitiga	78 kg	Rp. 9.000 / bks	Rp. 546.000
44	Tahu baso	78 kg	Rp. 27.000 / bks	Rp. 2.106.000
45	Jamur enoki	260 bks	Rp. 5.000 / bks	Rp. 1.300.000
46	Kikil	52 kg	Rp. 30.000 / kg	Rp. 1.560.000
47	Sosis merah	52/bks	Rp. 66.000 / bks	Rp. 3.432.000
48	Sosis besar	78/bks	Rp. 28.000 / bks	Rp. 2.184.000
49	Sosis ayam	78/bks	Rp. 40.000 / bks	Rp. 3.120.000
50	Sosis sapi	78/bks	Rp. 37.000 / bks	Rp. 2.886.000
JUMLAH				Rp.127.350.000

E. Biaya Tenaga Kerja Langsung

BTKL	JUMLAH	UPAH/HARI	UPAH/BULAN
Karyawan	12	Rp. 120.000	Rp. 120.000*26 hari = Rp. 3.120.000
Total			Rp. 3.120.000*12 = Rp. 37.440.000

Seblak Teh Windy memiliki 12 tenaga kerja langsung (karyawan) yang dalam satu hari diberi upah Rp. 120.000, maka biaya tenaga kerja langsung dalam satu bulannya untuk per-1 karyawan adalah Rp. 3.120.000 dan untuk total 12 karyawan biaya tenaga kerja langsung dalam satu bulan adalah Rp. 37.440.000.

F. Biaya Overhead Pabrik

1. Biaya Overhead Pabrik Variabel

a. Biaya Bahan Penolong

NO	BAHAN PENOLONG	KUAN TITAS	HARGA SATUAN	HARGA	UNTUK JANGKA WAKTU	TAKSIRAN HARGA PER BULAN
1	Bawang Putih	10 kg	Rp. 30.000/ kg	Rp. 300.000	26 Hari	Rp. 7.800.000

NO	BAHAN PENOLONG	KUAN TITAS	HARGA SATUAN	HARGA	UNTUK JANGKA WAKTU	TAKSIRAN HARGA PER BULAN
2	Cabe	15 kg	Rp. 55.000/kg	Rp. 825.000	26 Hari	Rp. 21.450.000
3	Kencur	10 kg	Rp. 20.000/kg	Rp. 200.000	26 Hari	Rp. 5.200.000
4	Minyak Goreng	15 liter	Rp. 18.000/liter	Rp. 270.000	26 Hari	Rp. 7.020.000
5	Gula Pasir	5 kg	Rp. 16.000/kg	Rp. 80.000	26 Hari	Rp. 2.080.000
6	Garam	5 kg	Rp. 10.000/kg	Rp. 50.000	26 Hari	Rp. 1.300.000
7	Royco	5 kg	Rp. 40.000/kg	Rp. 200.000	26 Hari	Rp. 5.200.000
8	Jeruk Nipis	2 kg	Rp. 20.000/kg	Rp. 40.000	26 Hari	Rp. 1.040.000
9	Gas LPJ	18 kg	Rp. 25.000/kg	Rp. 450.000	26 Hari	Rp. 11.700.000
Total Harga						Rp.62.790.000

2. Biaya Overhead Pabrik Tetap

a. Biaya Penyusutan Peralatan

NO	PERALATAN	HARGA/UNIT	NILAI SISA/UNIT (B*10%)	UMUR EKONOMIS (TAHUN)	PENYUSUTAN PER TAHUN (B-C)/D	PENYUSUTAN PER BULAN (E/12)

1	Kompor(2 Tungku)dan Selang gas	Rp. 300.000/Unit	Rp. 30.000/Unit	5 Tahun	Rp. 54.000/T ahun	Rp. 4.500/Bu lan
2	Pisau	Rp. 12.000/Unit	Rp. 1.200/Unit	3 Tahun	Rp. 3.600/Ta hun	Rp. 300/Bula n
3	Wajan	Rp. 50.000/Unit	Rp. 5.000/Unit	5 Tahun	Rp. 9.000/Ta hun	Rp. 750/Bula n
4	Spatula	Rp. 30.000/Unit	Rp. 3.000/Unit	5 Tahun	Rp. 5.400/Ta hun	Rp. 450/Bula n
5	Capitan	Rp. 10.000/Unit	Rp. 1.000/Unit	3 Tahun	Rp. 3.000/Ta hun	Rp. 250/Bula n
6	Nampan	Rp. 15.000/Unit	Rp. 1.500/Unit	5 Tahun	Rp. 2.700/Ta hun	Rp. 225/Bula n
7	Mangkok	Rp. 3.000/Unit	Rp. 300/Unit	5 Tahun	Rp. 540/Tahu n	Rp. 45/Bulan
8	Sendok	Rp. 1.000/Unit	Rp. 100/Unit	5 Tahun	Rp. 180/Tahu n	Rp. 15/Bulan
9	Tabung Gas 3kg	Rp. 150.000/Unit	Rp. 15.000/Unit	5 Tahun	Rp. 27.000/T ahun	Rp. 2.250/Bu lan
10	Toples	Rp. 15.000/unit	Rp. 1.500/unit	5 Tahun	Rp. 2.700/tah un	Rp. 225/bula n
11	Sealware	Rp. 13.000/unit	Rp. 1.300/unit	5 Tahun	Rp. 2.340/tah un	Rp. 195/bula n
Total Harga		Rp. 599.000	Rp. 59.900		Rp. 110.460	Rp. 9.205

JENIS SEWA	HARGA PERBULAN	UMUR EKONOMIS (TAHUN)	HARGA PERTAHUN (C*12)
A	B	C	D
Beban Gaji	Rp. 3.120.000	1 Tahun	Rp. 37.440.000
Total			Rp. 37.440.000

b. Beban Gaji

BOP Tetap = Biaya Peralatan + Beban Gaji = Rp. 9.205 + Rp. 3.120.000 = Rp. 3.129.205

Jadi, Biaya Overhead Pabrik Peralatan Seblak Teh Windy sebesar Rp.

JENIS BOP	JUMLAH
Biaya Bahan Penolong (BOP Variabel)	Rp. 62.790.000
Biaya Penyusutan Peralatan (BOP Tetap)	Rp. 3.129.205
Total	Rp. 65.919.205

3.129.205

G. Biaya Pokok Produksi / Harga Pokok Produksi

KETERANGAN	JUMLAH
Biaya Bahan Baku Langsung	Rp. 127.350.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 37.440.000
Biaya Overhead Pabrik	Rp. 62.019.205
Total Biaya Produksi	Rp. 226.809.205

H. Penjualan

KETERANGAN	JUMLAH
Jumlah unit yang diproduksi	15.600 Porsi
Harga jual/unit	Rp. 15.000
Total biaya produksi	Rp. 234.000.000

Jadi, dalam sehari ditaksir 600 Porsi produk yang terjual dengan harga Rp. 15.000/Porsi. Dalam satu bulan 600 Porsi x 26 Hari = 15.600 Porsi, maka besarnya penjualan yang diterima dalam satu bulan oleh Seblak Teh Windy sebesar Rp. 234.000.000.

I. Perhitungan Break Event Point

KETERANGAN	(RP)
Unit yang diproduksi 15.600 Porsi @ Rp 15.000	Rp. 234.000.000
Biaya variabel	Rp. 62.790.000
Margin Kontribusi	Rp. 171.210.000
Biaya tetap	Rp. 3.129.205
Laba operasi	Rp. 168.080.795

Data Usaha Seblak Teh Windy :

PENYELESAIAN:

MARGIN KONTRIBUSI

Margin Kontribusi = Penjualan - Biaya Variabel

Margin Kontribusi = Rp. 234.000.000 - Rp. 62.790.000

Margin Kontribusi = Rp. 171.210.000

BIAYA TETAP PER UNIT

Biaya Tetap Per Unit = Biaya Tetap/Jumlah Unit yang diproduksi

Biaya Tetap Per Unit = Rp. 3.129.205/15.600 Porsi

Biaya Tetap Per Unit = 200.59 Unit

BIAYA VARIABEL PER UNIT

Biaya Variabel Per Unit = Biaya Variabel/Jumlah Unit yang diproduksi

Biaya Variabel Per Unit = Rp. 62.790.000/15.600 Porsi

Biaya Variabel Per Unit = 4.025 Unit

BEP PER UNIT

BEP Per Unit = Biaya Tetap/(Harga Per Unit – Biaya Variabel Per Unit)

BEP Per Unit = Rp. 3.129.205/(15.000-4.025)

BEP Per Unit = Rp. 3.129.205/10.975

BEP Per Unit = 285,12 Unit

Jadi, BEP Per Unit dari usaha Seblak Teh Windy adalah 285,12 Unit

BEP DALAM RUPIAH

BEP dalam rupiah = Biaya Tetap/1 – (Biaya Variabel)/(Harga)

BEP dalam rupiah = Rp. 3.129.205/1 – (62.790.000)/(234.000.000)

BEP dalam rupiah = Rp. 3.129.205/0,8

BEP dalam rupiah = Rp. 3.129.205 x 0,8

BEP dalam rupiah = Rp. 2.503.364

Jadi, BEP dalam rupiah dari usaha Piscok Aneka Rasa adalah sebesar Rp. 2.503.364

PENUTUP

Kesimpulan

Usaha mikro merujuk pada kegiatan produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi syarat sebagai Usaha Mikro sesuai dengan ketentuan Undang-Undang ini. Saat ini, sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mengalami pertumbuhan positif dengan

peningkatan jumlahnya setiap tahun. Pertumbuhan positif ini memberikan dampak positif pada perekonomian Indonesia. UMKM telah terbukti mampu menyerap sejumlah besar tenaga kerja, dan menjadi solusi untuk mengurangi tingkat pengangguran. Penting untuk menjaga pertumbuhan positif ini agar sektor UMKM dalam skala besar dapat membantu mengatasi permasalahan pengangguran di Indonesia. Oleh karena itu, Pemerintah Indonesia disarankan untuk mendukung dan fokus pada para pelaku UMKM, memastikan ketersediaan pemberdayaan UMKM, baik dari segi modal maupun pengembangan kapasitas usaha.

Titik impas (Break Even Point) adalah kondisi di mana sebuah perusahaan tidak menghasilkan keuntungan maupun mengalami kerugian dari kegiatan operasionalnya. Pada titik ini, pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk atau jasa sama dengan total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Manfaat dari titik impas meliputi perancangan produk, penetapan harga jual per unit, penentuan jumlah produksi, maksimalisasi produksi, dan perencanaan laba yang diinginkan.

Dalam observasi ini, Seblak Teh Windy merupakan UMKM yang bergerak di bidang kuliner dan salah satu makanan yang cukup diminati oleh masyarakat. Pada awal berdirinya, Seblak Teh Windy ini hanya memproduksi seblak dengan beberapa varian topping saja, tetapi semakin berkembang usahanya kini eblak Teh Windy memiliki lebih dari 20 jenis topping seblak yang digunakan. Dengan berjalannya waktu Seblak Teh Windy mulai berkembang dengan pesat, dimulai dengan yang dulunya dari tahun 2021 diproduksi sendiri, saat ini Seblak Teh Windy sudah memiliki lebih dari 10 karyawan. Awalnya hanya memproduksi menggunakan satu kompor, saat ini sudah menggunakan 12 kompor untuk produksi. Seblak Teh Windy bisa menjual 400 sampai dengan 800 porsi tiap harinya.

Saran

Disarankan para pelaku UMKM dapat menerima perubahan informasi yang begitu cepat agar mudah mendapatkan akses informasi bisnis yang berguna bagi usahanya dan diharapkan pemerintah dapat terus aktif memberi dukungan serta memfasilitasi sarana dan prasarana yang memadai untuk dapat membantu memasarkan produk UMKM tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Cirprandy Riopaldo Tambunan. (2023, June 27). *Kontribusi UMKM dalam Perekonomian Indonesia*. Kemenkeu.go.id.
- Sarfiah, Sudati Nur, Hanung Eka Atmaja, and Dian Marlina Verawati. "UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa." *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)* 4.2 (2019): 137-146.
- DHAMAYANTIE, Endang; FAUZAN, Rizky. Penguatan Karakteristik dan Kompetensi Kewirausahaan untuk meningkatkan kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2017, 11.1: 80-91.
- Putri, Rumanintya Lisaria. "Analisis Break Even Point Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba (Studi Kasus UMKM Batik Djyokoesomo Blitar)." *BENEFIT* 4.1 (2017): 41-54.
- BAMBANG, Riyanto. *Dasar-dasar pembelanjaan perusahaan*. Edisi Keempat, Cetakan Ketujuh, BPFE Yogyakarta, Yogyakarta, 2001, 59.

