



Terbit online pada laman web jurnal: <http://wartaandalas.lppm.unand.ac.id/>

Warta Pengabdian Andalas

Jurnal Ilmiah Pengembangan dan Penerapan Ipteks

ISSN (Print) 0854-655X | ISSN (Online) 2797-1600

Incubation of Culinary Products in Solok City as a Transit City in an Effort to Increase MSME Income which has an Impact on Increasing Original Regional Income

Inkubasi Produk Kuliner Kota Solok Sebagai Kota Transit dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan UMKM yang Berdampak pada Peningkatan Pendapatan Asli Daerah

Silmi¹, Duma Putri Tama², Eka Candra Lina^{2*}

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Andalas, Kampus Limau Manis, Padang, 25163. Indonesia

²Fakultas Pertanian, Universitas Andalas, Kampus Limau Manis, Padang, 25163. Indonesia

*Corresponding author: eka_candra@agr.unand.ac.id

Received: July 18, 2024

Accepted: December 17, 2024

Published: December 30, 2024

Keywords:

BEP, culinary products, increased turnover, MOS

ABSTRACT

This community service aims to increase the income of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Solok City through coaching 10 superior MSMEs under the auspices of the Solok City Tourism Office. The primary focus of this activity is on regional culinary products, namely Sobalari (Solok Bareh Lamak Onigiri) and Sopirang (Solok Pinyaram Pisang), which were developed by the Solok Belibis Creative (Sobiskraf) culinary team. Previously, they marketed the Sobalari and Sopirang products without calculating the even Point (BEP) and Margin of Safety (MOS), so MSMEs had difficulty determining the level of profit or loss. By socializing the concept of BEP and MOS calculations, this activity provided training and assistance to MSME players from the Sobiskraf culinary team. The results of practicing the BEP and MOS calculations show that there have been significant changes in determining the selling price of Sobalari and Sopirang products, which has positively impacted increasing MSME turnover. Implementing this more measurable financial strategy improves the welfare of MSMEs and contributes to increasing Solok City's Original Regional Income (ORI).

Kata Kunci:

BEP, MOS, peningkatan omset, produk kuliner

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Solok melalui pembinaan 10 UMKM unggulan yang berada di bawah naungan Dinas Pariwisata Kota Solok. Fokus utama kegiatan ini adalah pada produk kuliner khas daerah, yaitu Sobalari (Solok Bareh Lamak Onigiri) dan Sopirang (Solok Pinyaram Pisang), yang dikembangkan oleh tim kuliner Solok Belibis Kreatif (Sobiskraf). Sebelumnya, produk Sobalari dan Sopirang dipasarkan tanpa perhitungan *Break Event Point* (BEP) dan *Margin of Safety* (MOS), sehingga UMKM kesulitan menentukan tingkat keuntungan atau kerugian. Kegiatan ini memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM tim kuliner Sobiskraf. Hasil dari kegiatan praktek perhitungan BEP dan MOS menunjukkan adanya perubahan signifikan dalam penentuan harga jual produk Sobalari dan Sopirang, yang berdampak positif pada peningkatan omset UMKM. Penerapan strategi keuangan yang lebih terukur ini tidak hanya meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM tetapi juga berkontribusi pada peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Solok.

PENDAHULUAN

Kota Solok merupakan salah satu kota di Sumatera Barat yang memiliki potensi besar dalam sektor kuliner lokal. Sebagai kota yang dilalui banyak wisatawan, baik dari dalam maupun luar Sumatera, Kota Solok berpeluang untuk memanfaatkan sektor kuliner sebagai daya tarik utama bagi pengunjung. Produk-produk kuliner unggulan seperti Sobalari (Solok Barih Lamak Onigiri) dan Sopirang (Solok Pinyaram Pisang), yang dikembangkan oleh tim kuliner Solok Belibis Kreatif (Sobiskraf), memiliki potensi besar untuk menjadi ikon kuliner daerah dan berkontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Solok. Namun, keterbatasan dalam hal manajemen usaha, pemasaran, dan strategi pengembangan produk menyebabkan UMKM di Kota Solok belum mampu memaksimalkan potensinya.

Permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM di Kota Solok adalah kurangnya pemahaman mengenai aspek manajemen keuangan, khususnya dalam menghitung *Break Even Point* (BEP) dan *Margin of Safety* (MOS). Kedua konsep ini sangat penting bagi pelaku UMKM untuk menentukan titik impas usaha dan margin aman dalam penentuan harga produk. Tanpa pemahaman yang memadai tentang BEP dan MOS, UMKM akan kesulitan menentukan harga jual yang tepat dan cenderung tidak mengetahui apakah usaha mereka sudah menguntungkan atau justru mengalami kerugian. Produk kuliner khas seperti Sobalari dan Sopirang, yang telah memiliki daya tarik dari segi cita rasa dan keunikan, seharusnya dapat dipasarkan dengan lebih efektif jika didukung oleh manajemen keuangan yang baik.

Terdapat permasalahan dalam bidang pengelolaan usaha kuliner di Kota Solok, yaitu kurangnya penerapan metode manajemen keuangan yang berbasis analisis BEP dan MOS. Selama ini, pelaku UMKM kuliner di Kota Solok cenderung mengelola usaha secara tradisional, dengan pendekatan harga jual yang belum berbasis analisis finansial. Hal ini menyebabkan potensi keuntungan yang bisa diperoleh belum optimal, dan daya saing produk kuliner khas Kota Solok belum dapat bersaing dengan produk kuliner dari daerah lain. Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, diharapkan pelaku UMKM dapat memahami pentingnya analisis BEP dan MOS untuk membantu mereka menetapkan harga jual yang sesuai, sehingga dapat meningkatkan keuntungan dan mempertahankan keberlanjutan usaha.

Penelitian Rachmawati & Santoso (2020) menunjukkan bahwa penerapan konsep BEP dan MOS dalam UMKM dapat membantu pelaku usaha dalam menentukan titik impas dan margin keamanan, sehingga mereka dapat membuat keputusan bisnis yang lebih tepat. Penelitian Rachmawati & Santoso (2020) menekankan pada pentingnya pengelolaan keuangan berbasis BEP untuk meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar lokal dan nasional. Selain itu, penelitian dari Nurhayati (2019) menemukan bahwa pelaku UMKM yang memahami BEP dan MOS cenderung memiliki pendapatan yang lebih stabil dan mampu mengatasi fluktuasi harga bahan baku dengan lebih baik.

Studi oleh Fitriani dan Wijaya (2021) tentang UMKM di sektor kuliner menyimpulkan bahwa strategi harga berbasis analisis BEP dan MOS mampu meningkatkan omset UMKM hingga 30%. Dengan demikian, program pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pelatihan intensif terkait perhitungan BEP dan MOS pada pelaku UMKM kuliner di Kota Solok agar mereka dapat mengelola keuangan secara lebih profesional dan menentukan harga jual produk dengan strategi yang lebih baik.

Kerangka konseptual dalam pengabdian ini adalah pendekatan berbasis pelatihan dan pendampingan intensif kepada pelaku UMKM dalam melakukan analisis BEP dan MOS. Pelatihan ini tidak hanya mencakup teori, tetapi juga praktik langsung dalam menghitung BEP dan MOS, serta penerapannya pada produk kuliner khas yang mereka pasarkan. Pendampingan ini bertujuan agar pelaku UMKM mampu mengaplikasikan konsep

manajemen keuangan dalam pengelolaan usaha sehari-hari, serta meningkatkan kapasitas mereka dalam merencanakan strategi harga dan pemasaran yang efektif.

Signifikansi kegiatan pengabdian ini terletak pada kontribusinya dalam memberdayakan UMKM di Kota Solok agar dapat mengembangkan usahanya dengan lebih profesional dan berdaya saing. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai BEP dan MOS, pelaku UMKM diharapkan mampu meningkatkan omset usaha dan mengurangi risiko kerugian yang tidak terkontrol. Selain itu, peningkatan omset UMKM akan berdampak positif pada PAD Kota Solok melalui kontribusi pajak dan retribusi dari sektor kuliner. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan pendapatan UMKM, tetapi juga pada pembangunan ekonomi lokal yang lebih luas.

Adapun tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM kuliner di Kota Solok khususnya tim kuliner Sobiskraf tentang pentingnya perhitungan BEP dan MOS dalam menentukan harga jual produk yang optimal. Melalui program pelatihan dan pendampingan ini, diharapkan UMKM kuliner di Kota Solok dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas usaha mereka, serta mengoptimalkan potensi keuntungan yang diperoleh dari produk kuliner khas daerah. Di samping itu, program ini juga diharapkan dapat meningkatkan daya saing UMKM kuliner Kota Solok di pasar regional dan nasional, sehingga produk-produk unggulan seperti Sobalari dan Sopirang dapat dikenal lebih luas dan menjadi ikon kuliner yang dibanggakan oleh masyarakat Kota Solok.

METODE

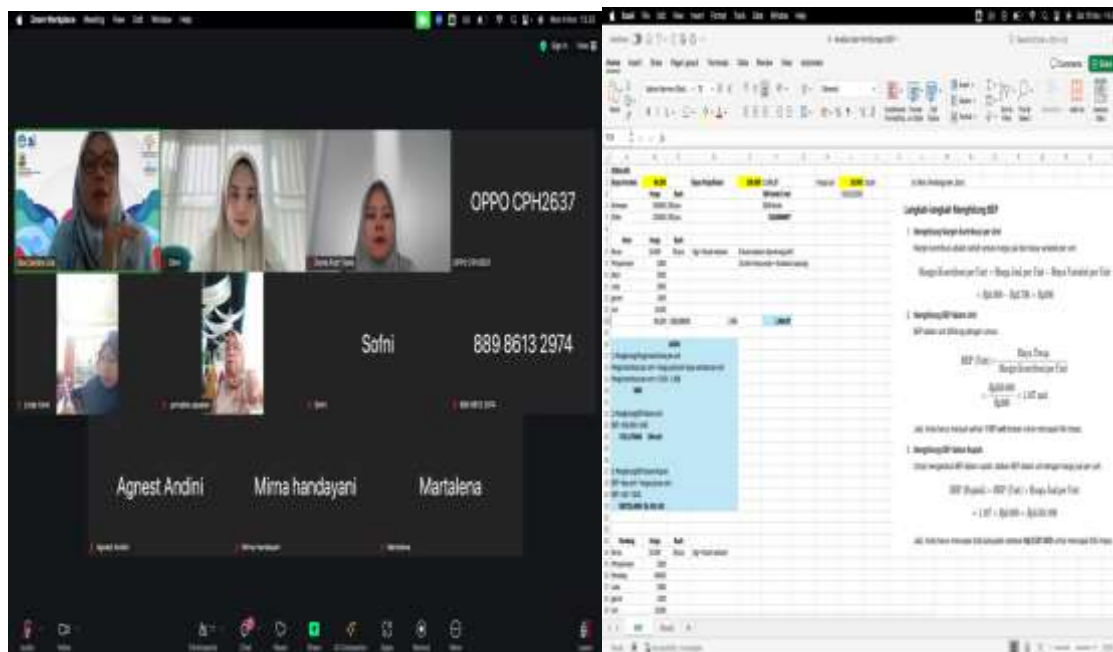
Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode deskriptif kualitatif, dengan mengumpulkan data yang sesuai dengan kondisi aktual di lapangan. Pengumpulan data awal dimaksudkan untuk mengungkapkan fakta serta mencari akar masalah terjadinya masalah ini dan bagaimana metode penyelesaian masalahnya. Metode yang digunakan adalah metode *survey* lapangan dimana pengabdian yang dilakukan langsung turun kelapangan tempat pengabdian dan mengumpulkan permasalahan dan data-data aktual yang terjadi dilapangan, seperti biaya variable, biaya tetap, harga jual per unit, total pendapatan dan data pendukung lainnya terkait usaha Sobalari dan Sopirang untuk menganalisis masalah dan mencari Solusi dari masalah yang dihadapi oleh mitra pengabdian tim kuliner Sobiskraf di Kota Solok. Dalam pengabdian ini, kami mengkaji dan mengolah data berupa pendapatan, penjualan, biaya-biaya baik berupa biaya tetap maupun biaya variabel, dan harga jual selama bulan Agustus (sebelum sosialisasi BEP dan MOS, bulan September dan bulan Oktober (sesudah sosialisasi BEP dan MOS).

Data awal dikumpulkan dengan cara membagikan link Google form yang berisikan informasi komponen-komponen yang dibutuhkan untuk menghitung BEP dan MOS pada bulan Agustus yang dibagikan pada awal bulan November. Form dibagikan melalui *WhatsApp* group kelompok tim kuliner Sobiskraf dengan total yang mengisi link adalah sebanyak 10 orang responden. Agar tim kuliner Sobiskraf tidak melakukan kesalahan saat pengisian link, maka terlebih dahulu kami melakukan pertemuan dengan Zoom Meeting untuk memberika materi terkait apa saja komponen-komponen yang dibutuhkan dalam menganalisis BEP dan MOS (CVP Analysis). Setelah data dari responden terkumpul tim pengabdian melakukan analisis perhitungan BEP dan MOS secara mandiri. Setelah hasil analisis diketahui, kami kembali mengadakan zoom meeting dengan tim kuliner sobiskraf terkait hasil analisis perhitungan BEP dan MOS (Gambar 1).

Setelah diberikan sosialisasi tentang BEP dan MOS tim kuliner Sobiskraf mendapatkan rate nilai nominal yang akurat berapa harga jual per unit yang harus dijual untuk produk Sobalari dan produk Sopirang agar dapat mencapai titik impas. Disamping

itu, tim kuliner juga mengetahui berapa total penjualan per bulan yang harus mereka capai agar usaha sopirang dan sobalari tidak mengalami kerugian.

Upaya membantu peningkatan penjualan Sobalari dan Sopirang, maka tim pengabdian mengatur strategi agar adanya peningkatan penjualan yang berdampak langsung pada peningkatan pendapatan, yaitu dengan *canvassing* ke dinas-dinas daerah di Kota Solok (Gambar 4). Tim kuliner dibagi menjadi dua kelompok untuk memproduksi Sopirang dan Sobalari, tentunya harga jual dan target penjualan telah disesuaikan dengan hasil analisis BEP dan MOS sebelumnya yang sudah dihitung.



Gambar 1. Sosialisasi BEP dan MOS by Zoom Meeting



Gambar 2. Produk Sobalari (Solok Bareh Lamak Onigiri)



Gambar 3. Produk Sopirang (Solok Pinyaram Pisang)



Gambar 4. Canvassing Produk Sobalari dan Sopirang

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang dan metode yang telah diuraikan, analisis pendapatan penjualan produk Sobalari dan Sopirang dilakukan dengan membandingkan total pendapatan sebelum dan sesudah penerapan analisis menggunakan konsep *Break Even Point* (BEP) dan *Margin of Safety* (MOS). Kegiatan pengabdian ini dimulai pada akhir bulan Agustus, sehingga data penjualan bulan Agustus digunakan sebagai data awal sebelum dilakukan perhitungan dengan menggunakan BEP dan MOS. Sementara itu, data penjualan pada bulan September dan Oktober digunakan untuk menggambarkan kondisi setelah penerapan perhitungan BEP dan MOS. Berikut adalah data perbandingan total pendapatan penjualan produk Sobalari dan Sopirang sebelum dan sesudah penerapan analisis BEP dan MOS, yang disajikan dalam tabel di bawah ini.

A. Data Awal Sobalari Bulan Agustus**Tabel 1. Data Pendapatan Sobalari Bulan Agustus**

Bulan Agustus	Total Penjualan	Harga Jual	Total Pendapatan
Minggu – 1	20 pcs	Rp. 3.000,-	Rp. 60.000,-
Minggu – 2	35 pcs	Rp. 3.000,-	Rp. 105.000,-
Minggu – 3	40 pcs	Rp. 3.000,-	Rp. 120.000,-
Minggu – 4	30 pcs	Rp. 3.000,-	Rp. 90.000,-

Tabel 2. Data Biaya Variabel dan Biaya Tetap Bulan Agustus

Bulan Agustus	Biaya Tetap/Bulan	Biaya Variabel/Minggu
Minggu – 1	Rp. 170.000,-	Rp. 40.000
Minggu – 2	Rp. 170.000,-	Rp. 70.000
Minggu – 3	Rp. 170.000,-	Rp. 80.000
Minggu – 4	Rp. 170.000,-	Rp. 60.000

Dari data awal penjualan produk Sobalari pada bulan Agustus di atas dapat dihitung dan dianalisis sebagai berikut menggunakan alat analisis BEP dan MOS:

1. Analisis data awal penjualan Sobalari menggunakan BEP

Langkah-langkah menghitung BEP produk Sobalari bulan Agustus:

a. Menghitung margin kontribusi per unit

Margin kontribusi adalah selisih antara harga jual dan biaya variabel per unit.

Margin kontribusi per unit = Harga jual per unit – Biaya variabel per unit

Margin kontribusi per unit = Rp. 3.000 – Rp. 2.000

Margin kontribusi per unit = Rp. 1.000

b. Menghitung BEP dalam unit

$$\text{BEP (Unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin Kontribusi Per Unit}}$$

$$\text{BEP (Unit)} = \frac{\text{Rp. 170.000,-}}{\text{Rp. 1.000,-}}$$

$$\text{BEP (Unit)} = 170 \text{ unit}$$

Dari sini dapat diambil kesimpulan bahwa produk Sobalari harus dijual sebanyak 170 unit per bulan untuk mencapai titik impas.

c. Menghitung BEP dalam Rupiah

Untuk mengetahui BEP dalam rupiah, kalikan BEP dalam unit dengan harga jual per unit.

BEP (Rupiah) = BEP (Unit) X Harga jual per unit

BEP (Rupiah) = 170 unit X Rp. 3.000,-

BEP (Rupiah) = Rp. 510.000

Jadi, produk Sobalari harus mencapai total penjualan senilai Rp. 510.000 untuk mencapai titik impas.

Sedangkan total penjualan produk Sobalari pada bulan Agustus adalah:

Total Penjualan = (Total Penjualan Minggu 1 X Harga Jual Minggu 1) + (Total Penjualan Minggu 1 X Harga Jual Minggu 2) + (Total Penjualan Minggu 1 X Harga Jual Minggu 3) + (Total Penjualan Minggu 1 X Harga Jual Minggu 4)

Total Penjualan = (20 x Rp. 3.000) + (35 x Rp. 3.000) + (40 x Rp. 3.000) + (30 x Rp. 3.000)

Total Penjualan = Rp. 60.000 + Rp. 105.000 + Rp. 120.000 + Rp. 90.000

Total Penjualan = Rp. 375.000,-

Dari hasil perhitungan di atas, dapat disimpulkan bahwa pada bulan Agustus penjualan pada produk Sobalari belum mencapai titik impas, sehingga usaha mengalami kerugian sebesar Rp135.000 (Rp510.000 - Rp375.000).

2. Analisis data awal penjualan Sobalari menggunakan MOS

Perhitungan *Margin of Safety* (MOS) produk Sobalari pada bulan Agustus, dengan total penjualan di bulan Agustus adalah senilai Rp. 375.000,-. Kita dapat menghitung MOS menggunakan BEP yang sudah dihitung sebelumnya.

a. Menghitung MOS dalam Rupiah

MOS (Rupiah) = Penjualan Aktual – BEP

MOS (Rupiah) = Rp. 375.000,- - Rp. 510.000,-

MOS (Rupiah) = Rp. -135.000,-

Dikarenakan hasilnya negatif, ini berarti penjualan produk Sobalari pada bulan Agustus berada dibawah titik impas sebesar Rp. 135.000,-, sehingga produk usaha Sobalari merugi.

b. Menghitung MOS dalam persentase

Karena penjualan bulan Agustus lebih rendah dari BEP, maka MOS dalam persentase akan menunjukkan seberapa jauh usaha perlu menaikkan penjualan untuk mencapai titik impas:

$$MOS (\%) = \frac{\text{Penjualan Aktual} - \text{BEP}}{\text{BEP}} \times 100\%$$

$$MOS (\%) = \frac{\text{Rp. 375.000} - \text{Rp. 510.000}}{\text{Rp. 510.000}} \times 100\%$$

$$MOS (\%) = \frac{\text{Rp. -135.000}}{\text{Rp. 510.000}} \times 100\%$$

$$MOS (\%) = -26,47\%$$

Artinya, penjualan produk Sobalari pada bulan Agustus berada sekitar 26,47% dibawah titik impas. Kesimpulannya adalah usaha pada produk Sobalari belum mencapai titik impas dan masih membutuhkan peningkatan penjualan sebesar Rp. 135.000,-, atau sekitar 26,47% dari titik impas untuk dapat menutupi seluruh biaya dan mencapai posisi tidak merugi.

B. Data Awal Sopirang Bulan Agustus

Tabel 3. Data Pendapatan Sopirang Bulan Agustus

Bulan Agustus	Total Penjualan	Harga Jual	Total Pendapatan
Minggu – 1	30 pcs	Rp. 3.000,-	Rp. 90.000,-
Minggu – 2	25 pcs	Rp. 3.000,-	Rp. 75.000,-
Minggu – 3	30 pcs	Rp. 3.000,-	Rp. 90.000,-
Minggu – 4	35 pcs	Rp. 3.000,-	Rp. 105.000,-

Tabel 4. Data Biaya Variabel dan Biaya Tetap Bulan Agustus

Bulan Agustus	Biaya Tetap/Bulan	Biaya Variabel/Minggu
Minggu – 1	Rp. 170.000,-	Rp. 66.000
Minggu – 2	Rp. 170.000,-	Rp. 55.000
Minggu – 3	Rp. 170.000,-	Rp. 66.000
Minggu – 4	Rp. 170.000,-	Rp. 77.000

Dari data awal penjualan produk Sopirang pada bulan Agustus diatas dapat dihitung dan dianalisis sebagai berikut menggunakan alat analisis BEP dan MOS:

1. Analisis data awal penjualan Sopirang menggunakan BEP

Langkah-langkah menghitung BEP produk Sopirang bulan Agustus:

a. Menghitung margin kontribusi per unit

Margin kontribusi adalah selisih antara harga jual dan biaya variabel per unit.

Margin kontribusi per unit = harga jual per unit – biaya variabel per unit

Margin kontribusi per unit = Rp. 3.000 – Rp. 2.200

Margin kontribusi per unit = Rp. 800-,

b. Menghitung BEP dalam unit

BEP dalam unit dihitung dengan rumus:

$$\text{BEP (Unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin Kontribusi Per Unit}}$$

$$\text{BEP (Unit)} = \frac{\text{Rp. 170.000-},}{\text{Rp. 800-},}$$

$$\text{BEP (Unit)} = 212,5 \text{ unit atau } 213 \text{ unit}$$

Dari sini dapat diambil kesimpulan bahwa produk Sobalari harus dijual sebanyak 213 unit per bulan untuk mencapai titik impas.

c. Menghitung BEP dalam Rupiah

Untuk mengetahui BEP dalam rupiah, kalikan BEP dalam unit dengan harga jual per unit

BEP (Rupiah) = BEP (Unit) X Harga Jual per Unit

BEP (Rupiah) = 213 unit X Rp. 3.000-,

BEP (Rupiah) = Rp. 639.000

Jadi, produk Sopirang harus mencapai total penjualan senilai Rp. 639.000 untuk mencapai titik impas. Sedangkan total penjualan produk Sopirang pada bulan Agustus adalah:

Total Penjualan = (Total Penjualan Minggu 1 X Harga Jual Minggu 1) + (Total Penjualan Minggu 1 X Harga Jual Minggu 2) + (Total Penjualan Minggu 1 X Harga Jual Minggu 3) + (Total Penjualan Minggu 1 X Harga Jual Minggu 4)

Total Penjualan = (30 x Rp. 3.000) + (25 x Rp. 3.000) + (30 x Rp. 3.000) + (35 x Rp. 3.000)

Total Penjualan = Rp. 90.000 + Rp. 75.000 + Rp. 90.000 + Rp. 105.000

Total Penjualan = Rp. 360.000-,

Dari hasil perhitungan di atas, dapat disimpulkan bahwa pada bulan Agustus penjualan pada produk Sopirang belum mencapai titik impas, sehingga usaha mengalami kerugian sebesar Rp.279.000-, (Rp. 639.000 – Rp. 360.000).

2. Analisis data awal penjualan Sopirang menggunakan MOS

Perhitungan *Margin of Safety* (MOS) produk Sopirang pada bulan Agustus, dengan total penjualan di bulan Agustus adalah senilai Rp. 360.000-,. Kita dapat menghitung MOS menggunakan BEP yang sudah kita hitung sebelumnya.

a. Menghitung MOS dalam Rupiah

MOS (Rupiah) = Penjualan Aktual – BEP

MOS (Rupiah) = Rp. 360.000-, - Rp. 639.000-,

MOS (Rupiah) = Rp. -279.000-,

Dikarenakan hasilnya negatif, ini berarti penjualan produk Sopirang pada bulan Agustus berada dibawah titik impas sebesar Rp. 279.000-, sehingga produk usaha Sobalari merugi.

b. Menghitung MOS dalam Persentase

Karena penjualan bulan Agustus lebih rendah dari BEP, maka MOS dalam persentase akan menunjukkan seberapa jauh usaha perlu menaikkan penjualan untuk mencapai titik impas:

$$MOS (\%) = \frac{Penjualan \text{ Aktual} - BEP}{BEP} \times 100\%$$

$$MOS (\%) = \frac{Rp. 360.000 - Rp. 639.000}{Rp. 639.000} \times 100\%$$

$$MOS (\%) = \frac{Rp. -279.000}{Rp. 639.000} \times 100\%$$

$$MOS (\%) = -43,66\%$$

Artinya, penjualan produk Sopirang pada bulan Agustus berada sekitar 43,66% dibawah titik impas. Kesimpulannya adalah usaha pada produk Sopirang belum mencapai titik impas dan masih membutuhkan peningkatan penjualan sebesar Rp. 279.000-, atau sekitar 43,66% dari titik impas untuk dapat menutupi seluruh biaya dan mencapai posisi tidak merugi.

C. Data Sobalari Sesudah Sosialisasi BEP dan MOS (Bulan September dan Oktober)

Tabel 5. Data Pendapatan Rata-rata Sobalari September dan Oktober

Bulan Agustus	Total Penjualan	Harga Jual	Total Pendapatan
Minggu – 1	40 pcs	Rp. 3.300-,	Rp. 132.000-,
Minggu – 2	45 pcs	Rp. 3.300-,	Rp. 148.500-,
Minggu – 3	40 pcs	Rp. 3.300-,	Rp. 132.000-,
Minggu – 4	30 pcs	Rp. 3.300-,	Rp. 99.000-,

Tabel 6. Data Biaya Variabel dan Biaya Tetap Rata-rata Sobalari September dan Oktober

Bulan Agustus	Biaya Tetap/Bulan	Biaya Variabel/Minggu
Minggu – 1	Rp. 170.000-,	Rp. 80.000
Minggu – 2	Rp. 170.000-,	Rp. 90.000
Minggu – 3	Rp. 170.000-,	Rp. 80.000
Minggu – 4	Rp. 170.000-,	Rp. 60.000

Dari data awal penjualan produk Sobalari pada bulan September dan Oktober diatas dapat dihitung dan dianalisis sebagai berikut menggunakan alat analisis BEP dan MOS:

1. Analisis data penjualan Sobalari menggunakan BEP

Langkah-langkah menghitung BEP produk Sobalari bulan September dan Oktober:

a. Menghitung Margin Kontribusi Per Unit

Margin kontribusi adalah selisih antara harga jual dan biaya variabel per unit.

Margin Kontribusi Per Unit = Harga Jual per Unit – Biaya Variabel per Unit

Margin Kontribusi Per Unit = Rp. 3.300 – Rp. 2.000

Margin Kontribusi Per Unit = Rp. 1.300-,

b. Menghitung BEP dalam Unit

BEP dalam unit dihitung dengan rumus:

$$BEP (\text{Unit}) = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin Kontribusi Per Unit}}$$

$$BEP (\text{Unit}) = \frac{Rp. 170.000-,}{Rp. 1.300-,}$$

$$BEP (\text{Unit}) = 130,7 \text{ unit atau } 131 \text{ unit}$$

Dari sini dapat diambil kesimpulan bahwa produk Sobalari harus dijual sebanyak 131 unit per bulan untuk mencapai titik impas.

c. Menghitung BEP dalam Rupiah

Untuk mengetahui BEP dalam rupiah, kalikan BEP dalam unit dengan harga jual per unit.

BEP (Rupiah) = BEP (Unit) X Harga Jual per Unit

BEP (Rupiah) = 131 unit X Rp. 3.300-,

BEP (Rupiah) = Rp. 432.300

Jadi, produk Sobalari harus mencapai total penjualan senilai Rp. 432.300 untuk mencapai titik impas. Sedangkan total penjualan rata-rata produk sobalari pada bulan September dan Oktober rata-rata adalah:

Total Penjualan = (Total Penjualan Minggu 1 x Harga Jual Minggu 1) + (Total Penjualan Minggu 1 x Harga Jual Minggu 2) + (Total Penjualan Minggu 1 x Harga Jual Minggu 3) + (Total Penjualan Minggu 1 x Harga Jual Minggu 4)

Total Penjualan = (40 x Rp. 3.300) + (45 x Rp. 3.300) + (40 x Rp. 3.300) + (30 x Rp. 3.300)

Total Penjualan = Rp. 132.000 + Rp. 148.500 + Rp. 132.000 + Rp. 99.000

Total Penjualan = Rp. 511.500-,

Dari hasil perhitungan di atas, dapat disimpulkan bahwa pada bulan September dan Oktober rata-rata penjualan pada produk Sobalari telah mencapai titik impas, sehingga usaha mengalami keuntungan sebesar Rp. 79.200 (Rp.511.500 – Rp.432.300).

2. Analisis data awal penjualan Sobalari menggunakan MOS

Perhitungan *Margin of Safety* (MOS) produk Sobalari pada bulan September dan Oktober, dengan total rata-rata penjualan di bulan September dan Oktober adalah senilai Rp. 511.500-,. Kita dapat menghitung MOS menggunakan BEP yang sudah kita hitung sebelumnya.

a. Menghitung MOS dalam Rupiah

MOS (Rupiah) = Penjualan Aktual – BEP

MOS (Rupiah) = Rp. 511.500-, - Rp. 432.300-,

MOS (Rupiah) = Rp. 79.200-,

Dikarenakan hasilnya positif, ini berarti penjualan rata-rata produk Sobalari pada bulan September dan Oktober berada diatas titik impas sebesar Rp. 79.200-, sehingga produk usaha Sobalari ber laba.

b. MOS dalam Persentase

Karena rata-rata penjualan bulan September dan Oktober lebih tinggi dari BEP, maka MOS dalam persentase akan menunjukkan seberapa persen usaha mencapai penjualan diatas titik impas:

$$MOS (\%) = \frac{\text{Penjualan Aktual} - \text{BEP}}{\text{BEP}} \times 100\%$$

$$MOS (\%) = \frac{\text{Rp. 511.500} - \text{Rp. 432.300}}{\text{Rp. 432.300}} \times 100\%$$

$$MOS (\%) = \frac{\text{Rp. 79.200-},}{\text{Rp. 432.300}} \times 100\%$$

$$MOS (\%) = 18,32\%$$

Artinya, rata-rata penjualan produk Sobalari pada bulan September dan Oktober berada sekitar 18,32% diatas titik impas. Kesimpulannya adalah usaha pada produk Sobalari melampaui titik impas sekitar 18,32% sehingga mengalami keuntungan sebesar 18,32%.

D. Data Sopirang Sesudah Sosialisasi BEP dan MOS (Bulan September dan Oktober)

Tabel 7. Data Pendapatan Rata-rata Sopirang September dan Oktober

Bulan Agustus	Total Penjualan	Harga Jual	Total Pendapatan
Minggu – 1	45 pcs	Rp. 3.300-,	Rp. 148.500-,
Minggu – 2	50 pcs	Rp. 3.300-,	Rp. 165.000-,
Minggu – 3	55 pcs	Rp. 3.300-,	Rp. 181.500-,
Minggu – 4	40 pcs	Rp. 3.300-,	Rp. 132.000-,

Tabel 8. Data Biaya Variabel dan Biaya Tetap Rata-rata Sopirang September dan Oktober

Bulan Agustus	Biaya Tetap/Bulan	Biaya Variabel/Minggu
Minggu – 1	Rp. 170.000,-	Rp. 99.000
Minggu – 2	Rp. 170.000,-	Rp. 110.000
Minggu – 3	Rp. 170.000,-	Rp. 121.000
Minggu – 4	Rp. 170.000,-	Rp. 88.000

Dari data awal penjualan produk Sopirang pada bulan September dan Oktober diatas dapat dihitung dan dianalisis sebagai berikut menggunakan alat analisis BEP dan MOS:

1. Analisis data penjualan Sopirang menggunakan BEP

Langkah-langkah menghitung BEP produk Sopirang bulan September dan Oktober:

a. Menghitung Margin Kontribusi Per Unit

Margin kontribusi adalah selisih antara harga jual dan biaya variabel per unit.

Margin Kontribusi Per Unit = Harga Jual per Unit – Biaya Variabel per Unit

Margin Kontribusi Per Unit = Rp. 3.300 – Rp. 2.200

Margin Kontribusi Per Unit = Rp. 1.100,-

b. Menghitung BEP dalam Unit

BEP dalam unit dihitung dengan rumus:

$$\text{BEP (Unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin Kontribusi Per Unit}}$$

$$\text{BEP (Unit)} = \frac{\text{Rp. 170.000,-}}{\text{Rp. 1.100,-}}$$

$$\text{BEP (Unit)} = 154,5 \text{ unit atau } 155 \text{ unit}$$

Dari sini dapat diambil kesimpulan bahwa produk Sopirang harus dijual sebanyak 155 unit per bulan untuk mencapai titik impas.

c. Menghitung BEP dalam Rupiah

Untuk mengetahui BEP dalam rupiah, kalikan BEP dalam unit dengan harga jual per unit.

BEP (Rupiah) = BEP (Unit) X Harga Jual per Unit

BEP (Rupiah) = 155 unit X Rp. 3.300,-

BEP (Rupiah) = Rp. 511.500

Jadi, produk Sopirang harus mencapai total penjualan senilai Rp. 511.500 untuk mencapai titik impas. Sedangkan total penjualan rata-rata produk sopirang pada bulan September dan Oktober rata-rata adalah:

Total Penjualan = (Total Penjualan Minggu 1 x Harga Jual Minggu 1) + (Total Penjualan Minggu 1 x Harga Jual Minggu 2) + (Total Penjualan Minggu 1 x Harga Jual Minggu 3) + (Total Penjualan Minggu 1 x Harga Jual Minggu 4)

Total Penjualan = (45 x Rp. 3.300) + (50 x Rp. 3.300) + (55 x Rp. 3.300) + (40 x Rp. 3.300)

Total Penjualan = Rp. 148.500 + Rp. 165.000 + Rp. 181.500 + Rp. 132.000

Total Penjualan = Rp. 627.000,-

Dari hasil perhitungan di atas, dapat disimpulkan bahwa pada bulan September dan Oktober rata-rata penjualan pada produk Sopirang telah mencapai titik impas, sehingga usaha mengalami keuntungan sebesar Rp. 115.500 (Rp.627.000 – Rp.511.500).

2. Analisis data penjualan Sopirang menggunakan MOS

Perhitungan MOS produk Sopirang pada bulan September dan Oktober, dengan total rata-rata penjualan adalah senilai Rp. 627.000,-. Kita dapat menghitung MOS menggunakan BEP yang sudah dihitung sebelumnya.

a. Menghitung MOS dalam Rupiah

MOS (Rupiah) = Penjualan Aktual – BEP

MOS (Rupiah) = Rp. 627.000-, -- Rp. 511.500-,

MOS (Rupiah) = Rp. 115.500-,

Dikarenakan hasilnya positif, ini berarti penjualan rata-rata produk Sopirang pada bulan September dan Oktober berada diatas titik impas sebesar Rp. 115.500-, sehingga produk usaha Sobalari ber laba.

b. Menghitung MOS dalam persentase

Karena rata-rata penjualan bulan September dan Oktober lebih tinggi dari BEP, maka MOS dalam persentase akan menunjukkan seberapa persen usaha mencapai penjualan diatas titik impas:

$$MOS (\%) = \frac{Penjualan\ Aktual - BEP}{BEP} \times 100\%$$

$$MOS (\%) = \frac{Rp. 627.000 - Rp. 511.500}{Rp. 511.500} \times 100\%$$

$$MOS (\%) = \frac{Rp. 115.500-,}{Rp. 511.500} \times 100\%$$

$$MOS (\%) = 22,58\%$$

Artinya, rata-rata penjualan produk Sopirang pada bulan September dan Oktober berada sekitar 22,58% diatas titik impas. Kesimpulannya adalah usaha pada produk Sopirang melampaui titik impas sekitar 22,58% sehingga mengalami keuntungan sebesar 22,58%.

E. Perbandingan Pendapatan Usaha Sebelum dan Sesudah Sosialisasi BEP dan MOS

Tabel dibawah ini menunjukkan perbandingan pendapatan usaha dari produk Sobalari dan produk Sopirang sebelum dan sesudah dilakukannya sosialisasi BEP dan MOS serta tingkat penjualan dari produk sobalari dan produk sopirang sebelum dan sesudah dilakukannya sosialisasi marketing dengan cara canvassing kepada tim kuliner Sobiskraf Kota Solok.

Tabel 9. Perbandingan Harga Jual dan Tingkat Pendapatan Pada Usaha Sobalari dan Sopirang Sebelum dan Sesudah Sosialisasi BEP dan MOS serta Canvassing

Produk	Harga Jual (Rp)		Total Penjualan (unit)		Total Pendapatan (Rp)	
	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah
Sobalari	3.000	3.300	125	155	375.000	511.500
Sopirang	3.000	3.300	120	190	360.000	627.000

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwasanya ada peningkatan harga jual Sobalari dan Sopirang dari harga jual Rp. 3.000 menjadi Rp. 3.300-, per unit. Kemudian pada total penjualan dapat dilihat bahwasanya ada peningkatan penjualan pada produk Sobalari dari 125 unit menjadi 155 dan peningkatan penjualan pada produk Sopirang dari 120 unit menjadi 190 unit setelah dilakukan canvassing ke dinas-dinas daerah Kota Solok. Selanjutnya, peningkatan juga terjadi pada total pendapatan usaha Sobalari dan Sopirang masing-masing meningkat dari Rp. 375.000-, dan Rp. 360.000-, menjadi Rp. 511.500 dan Rp. 627.000-,. Peningkatan penjualan berkisar sekitar 26,69% untuk Sobalari dan 42,59% untuk Sopirang.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan sejak bulan Agustus hingga November memberikan dampak positif yang signifikan terhadap mitra, yaitu tim kuliner Sobiskraf, khususnya dalam pengelolaan dan pemasaran produk Sopirang dan Sobalari. Berdasarkan hasil kegiatan, terdapat tiga poin utama yang menjadi kesimpulan penting dari program ini.

Pertama, terjadi peningkatan harga jual produk Sopirang dan Sobalari. Peningkatan ini merupakan hasil dari analisis menggunakan Break Even Point (BEP) dan Margin of Safety (MOS), yang menunjukkan bahwa harga jual sebelumnya menyebabkan kerugian bagi pelaku usaha. Dengan adanya perhitungan yang lebih matang, mitra dapat menetapkan harga jual yang optimal untuk setiap produk, sehingga memastikan usaha mencapai keuntungan yang layak. Langkah ini juga memberikan kepercayaan diri bagi mitra untuk terus mengelola keuangan mereka secara lebih strategis.

Kedua, peningkatan penjualan produk juga berhasil dicapai melalui penerapan strategi pemasaran canvassing. Strategi ini memungkinkan mitra menjangkau konsumen potensial secara langsung, memperkenalkan produk mereka kepada pasar yang lebih luas, dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap keunikan serta kualitas produk lokal Kota Solok. Dengan demikian, pemasaran tidak hanya berfungsi untuk meningkatkan volume penjualan, tetapi juga memperkuat brand awareness produk Sopirang dan Sobalari di masyarakat.

Ketiga, peningkatan penjualan dan penyesuaian harga jual berdampak langsung pada peningkatan pendapatan tim kuliner Sobiskraf. Pendapatan yang signifikan ini tidak hanya menyelesaikan masalah keuangan mitra tetapi juga memberikan dorongan bagi mereka untuk terus mengembangkan usaha mereka. Program pengabdian ini telah memberikan solusi praktis yang berdampak nyata terhadap keberlanjutan bisnis mitra.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada mitra pengabdian, tim kuliner Sobiskraf Kota Solok, Dinas Pariwisata Kota Solok dan Dinas-Dinas Kota Solok yang sudah mendukung kegiatan ini sehingga dapat berjalan dengan baik. Dan ucapan terima kasih terkhusus kepada seluruh tim pengabdian dosen dan tim pengabdian mahasiswa atas kontribusi dan kerjasamanya sehingga kegiatan ini berjalan dengan lancar. Kemudian kami juga mengucapkan terimakasih kepada LPPM Universitas Andalas yang mendanai kegiatan ini dari awal sampai dengan akhir.

DAFTAR PUSTAKA

- Fitriani, A., & Wijaya, R. (2021). Strategi Harga Berbasis Analisis Break Even Point pada UMKM Kuliner. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(3), 45-56.
- Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2018). *Managerial Accounting*. New York: McGraw-Hill Education.
- Ghozali, I., & Chariri, A. (2017). *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education.
- Nurhayati, L. (2019). Analisis Break Even Point dan Margin of Safety pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 15(2), 123-132.

- Nurhayati, L. (2019). Analisis Penggunaan Teknologi Digital dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(2), 45-56.
- Rachmawati, Y., & Santoso, T. (2020). Penerapan Break Even Point untuk Meningkatkan Keuntungan UMKM di Sektor Kuliner. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 10(4), 67-75.
- Supriyono, R. A. (2016). *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suryani, T. (2018). *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
-

@2024 Silmi *et al.*

This is an open access article licensed under the terms of a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>).