

PELATIHAN PERHITUNGAN PULANG POKOK BAGI UMKM MAKANAN KHAS DAERAH PALEMBANG

Margarita Ekadjaja¹ & Michael Angelo Iskandar²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara, Jakarta

Email: margaritae@fe.untar.ac.id

ABSTRACT

Information regarding the break even is very important for business people as a guide for determining the prices related to determination of marketing strategies. Partners in PKM activities is a family business in the culinary field of Palembang specialties, namely pempek. Along with customer demand and the desire of the owner of Pempek X to develop its business, they plan to add their product with crackers made from fish. Pempek X must determine how many units of product to be sold to cover all expenses due to additional investment in these new products. As a solution, the PKM implementation team provided training for calculating the return on principal from multi-products to be marketed using the BEP-M method. PKM implementation activities are packaged in the form of training which begins with the implementation of a webinar to provide an understanding of the calculation of the break even, followed by mapping the amount of variable costs, fixed costs, estimates of revenue for various products marketed, and calculating the break even. The results of the PKM implementation activities can be seen from the partner's ability to calculate the return on principal both for products that have been marketed, namely pempek and the planned new product, namely fish crackers. Participation of partners can be seen from the openness of partners to provide information related to the implementation of family businesses, the activeness of partners in discussions during the implementation of webinars, and the ability of partners to calculate the return on principal for various products that will be marketed so that partners can determine minimum sales targets to gain profit as a basis for determining policies ready-to-sell product marketing.

Keywords: family businesses, break even point, variable cost, fixed cost

ABSTRAK

Informasi berkenaan dengan pulang pokok sangat penting bagi pebisnis sebagai panduan penentuan harga terkait dengan penentuan strategi pemasaran. Mitra pada kegiatan PKM merupakan bisnis keluarga di bidang kuliner makanan khas daerah Palembang yaitu pempek. Seiring dengan permintaan pelanggan dan keinginan pemilik Pempek X untuk mengembangkan bisnisnya yaitu membuat kerupuk yang berbahan baku ikan, Pempek X harus menentukan berapa unit produk yang dijual untuk menutup semua pengeluaran akibat adanya tambahan investasi atas produk baru tersebut. Sebagai solusi, tim pelaksana PKM memberikan pelatihan perhitungan pulang pokok dari multi produk yang akan dipasarkan dengan menggunakan metode BEP-M. Kegiatan pelaksanaan PKM dikemas dalam bentuk pelatihan yang diawali dengan pelaksanaan webinar untuk memberikan pemahaman perhitungan pulang pokok, dilanjutkan dengan pemetaan besaran biaya variabel, biaya tetap, perkiraan penerimaan atas berbagai produk yang dipasarkan, dan perhitungan pulang pokok. Hasil kegiatan pelaksanaan PKM terlihat dari kemampuan mitra dalam melakukan perhitungan pulang pokok baik atas produk yang sudah dipasarkan yaitu pempek maupun produk baru yang direncanakan yaitu kerupuk ikan. Partisipasi mitra terlihat dari keterbukaan mitra memberikan informasi terkait dengan pelaksanaan bisnis keluarga, keaktifan mitra dalam berdiskusi pada saat pelaksanaan webinar, dan kemampuan mitra melakukan perhitungan pulang pokok atas berbagai produk yang akan dipasarkannya sehingga mitra dapat menentukan target minimal penjualan untuk memperoleh keuntungan sebagai dasar penentuan kebijakan pemasaran produk yang siap dijual.

Kata kunci: bisnis keluarga, pulang pokok, biaya variabel, biaya tetap

1. PENDAHULUAN

Analisis situasi, Perkembangan bisnis keluarga sangat berpengaruh kepada perekonomian Indonesia. Ada tiga area yang berperan penting bagi sustainability pada bisnis keluarga, yaitu: (1) *business management* untuk menjalankan strategi dan mengimplementasikan visi, misi, serta membangun desain organisasi; (2) *family management*, merupakan kegiatan yang dilakukan oleh

anggota keluarga yang terlibat pada manajemen bisnis dalam mengendalikan kemungkinan terjadinya konflik dalam pengelolaan suatu bisnis; (3) *Ownership management* merupakan pembagian kepemilikan antar anggota yang terlibat dalam bisnis atas modal yang diinvestasikannya dan mekanisme pengawasan manajemen dalam suatu bisnis. Bisnis keluarga merupakan kegiatan usaha yang melibatkan dua orang atau lebih anggota keluarga. Misalnya seorang istri atau suami dapat bekerja sebagai seorang pemilik dan yang membuat resep untuk hidangan yang akan dijual, sedangkan anak-anak dapat bekerja sebagai pemasar dan pengelola keuangan dari bisnis tersebut.

Mengembangkan suatu bisnis tidak dapat instan, perlu pengetahuan dan ketrampilan baik di bidang pemasaran maupun di bidang keuangan. Dalam suatu bisnis diperlukan kesinambungan antara pemasaran atas suatu produk atau jasa dengan kegiatan pencatatan semua aktivitas keuangan bisnis. Analisis laba-volume dan biaya (*cost volume profit*) merupakan alat yang populer untuk mengetahui situasi bisnis yang terjadi.

Menurut Surya et al. (2021), analisis *cost volume profit* merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui besaran minimal penjualan yang harus dipertahankan pada suatu periode tertentu sehingga pebisnis tidak mengalami kerugian. Melalui analisis *cost volume profit*, pebisnis dapat menentukan besaran penjualan untuk mencapai keuntungan tertentu dengan melakukan analisis efek perubahan harga jual, biaya, dan volume penjualan terhadap keuntungan.

Menurut Guerreiro & Amaral (2018), secara garis besar biaya terbagi menjadi dua yaitu biaya variabel dan biaya tetap. Besaran biaya pada variabel nilainya sangat tergantung dari kuantitas yang dijual dan sebaliknya besaran biaya tetap, tidak mengikuti jumlah produksi. Jika setiap penjualan ada harga per unit dan setiap produksi ada biaya variabel per unit, maka besaran laba per unit merupakan pengurangan dari harga jual (P) dengan biaya variabel (VC) per unit. Besaran ini yang disebut dengan margin kontribusi (Rosyalia et al., 2019).

Besaran margin kontribusi dapat dinyatakan sebagai kelebihan, namun belum dapat dinyatakan sebagai untung karena masih adanya biaya tetap yang harus ditanggung perusahaan. Agar perusahaan mendapatkan pulang pokok (breakeven point), maka biaya tetap tersebut harus ditutupi dan besaran penjualan dalam unit untuk kondisi BEP dapat dicari dengan membandingkan biaya tetap dan margin kontribusi (Wiyono & Kusuma, 2017).

Informasi berkenaan dengan pulang pokok sangat penting bagi pebisnis yang dapat digunakan sebagai panduan untuk strategi penentuan harga (Kusumawardani & Alamsyah, 2020). Berkenaan dengan informasi tersebut diperlukan informasi struktur biaya. Informasi struktur biaya yang melingkupi biaya langsung dan biaya tidak langsung. Biaya langsung terhadap produksi inilah yang dapat menjadi pertimbangan utama untuk menentukan strategi harga.

Analisis BEP atau analisis pulang pokok membantu pebisnis dalam membuat suatu perencanaan besaran keuntungan yang ingin diperoleh dengan memperkirakan total penjualan, total biaya tetap, dan total biaya variabel (Supriadi & Nurulita, 2018). Berdasarkan pendekatan *variable costing* yaitu pendekatan dengan melihat perilaku biaya yang terkategori menjadi dua yaitu biaya variabel dan biaya tetap, maka besaran dari masing-masing biaya tersebut berpengaruh dalam penentuan harga jual (Santioso et al., 2020)

Mitra kegiatan PKM adalah Pempek X yang menjual makanan khas Palembang, yaitu pempek. Pempek berbahan baku ikan dan merupakan salah satu kudapan yang diminati oleh masyarakat

Indonesia. Dengan cita rasa yang unik, makanan ini cocok untuk semua generasi. Pempek X merupakan bisnis keluarga yang baru didirikan pada saat terjadi pandemi Covid yaitu tahun 2020. Lokasi usahanya berada di daerah Pademangan, Jakarta Utara dengan wilayah pemasaran Jabodetabek. Dalam menjalankan bisnisnya, pengelola bisnis Pempek X merupakan anggota keluarga sendiri. Bagian keuangan dikelola oleh dua orang anak kandung dari pemilik Pempek X.

Gambar 1

Produk yang dihasilkan mitra



Gambar 1 menunjukkan aneka jenis pempek yang diproduksi oleh mitra seperti lenjer, kapal selam, pastel dan adaan. Mitra akan memproduksi pempek sesuai pesanan pelanggan.

Permasalahan, Seiring dengan permintaan pelanggan mitra dan keinginan pemilik Pempek X untuk mengembangkan usahanya, yaitu membuat kerupuk yang berbahan baku ikan, maka pempek X harus melakukan perhitungan berapa unit produk baru tersebut harus dijual untuk menutup semua pengeluaran yang diakibatkan adanya tambahan investasi pada produk baru seperti tambahan investasi mesin pembuat kerupuk dan penambahan bahan baku pembuatan produk baru. Tim pelaksana PKM Untar berdiskusi dengan mitra untuk membantu dalam mengatasi permasalahan mitra dengan cara melakukan perhitungan pulang pokok dari multi produk yang akan dipasarkan oleh mitra, yaitu pempek dan kerupuk ikan.

Adapun metode yang akan digunakan untuk menghitung pulang pokok dari multi produk yang akan dipasarkan oleh mitra yaitu metode BEP-M. Hal yang mendasari pemilihan metode BEP-M karena hampir semua bisnis memiliki beragam penawaran, dimana setiap penawaran dapat memiliki harga jual dan biaya variabel yang berbeda.

Tim pelaksana PKM membantu mitra untuk memberikan solusi bagi permasalahan, dengan rumusan permasalahan sebagai berikut : (1) Berapa nilai pulang pokok dari seluruh produk yang dipasarkan oleh mitra ? (2) Berapa nilai pulang pokok masing-masing produk pempek dan kerupuk ikan yang dipasarkan oleh mitra ?

Solusi dan Luaran, Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra, tim pelaksana PKM membantu mitra dalam melakukan penilaian pulang pokok dari produk-produk yang dipasarkan dengan tujuan mitra dapat mengetahui berapa unit produk yang harus dipasarkan supaya tidak mengalami kerugian. Hal ini didasarkan pada pernyataan Huikku et al. (2017) yaitu dalam perencanaan keuangan, pebisnis harus memperhitungkan seluruh biaya yang dikeluarkan terkait dengan pemasaran suatu produk dan memperkirakan penerimaan dari pemasaran produk dalam suatu periode.

Dalam kegiatan ini, tim pelaksana PKM membantu mitra sebagai berikut : (1) memetakan biaya dan tetap dan biaya variabel yang dibebankan dari kegiatan produksi mitra; (2) memetakan perkiraan penjualan; (3) menganalisa pada tingkat penjualan berapa mitra akan mendapatkan titik impas dan pada saat penjualan berapa, mitra dapat memperoleh keuntungan.

Sebagai luaran, hasil dari kegiatan PKM ini dipublikasikan pada Seminar Nasional Serina V tahun 2022 yang diselenggarakan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Tarumanagara.

2. METODE PELAKSANAAN PKM

Kegiatan pelaksanaan PKM dikemas dalam bentuk pelatihan, yang terbagi menjadi tiga tahapan. Tahapan pertama, tim pelaksana PKM memberikan pemahaman kepada mitra mengenai teknik perhitungan titik pulang pokok dalam bentuk webinar. Dalam tahapan ini, tim pelaksana PKM berdiskusi dengan mitra untuk menentukan jadwal dan media yang akan digunakan dalam webinar, selanjutnya tim pelaksana PKM mempersiapkan modul pelatihan yang interaktif. Evaluasi keberhasilan pelaksanaan webinar diukur dari kemampuan mitra untuk menghitung pulang pokok dari bisnis yang dijalankannya.

Tahapan kedua, tim pelaksana PKM membantu mitra untuk memetakan biaya-biaya yang dibutuhkan untuk memproduksi produk dan memperkirakan penerimaan atas penjualan produk yang akan diperoleh mitra pada periode tertentu. Evaluasi keberhasilan pelatihan pada tahap kedua diukur dari kemampuan mitra dalam menghitung penerimaan dan pengeluaran dari kegiatan bisnisnya selama periode tertentu.

Metode peramalan untuk memperkirakan besaran penjualan selama periode tertentu adalah menggunakan metode kuadrat terkecil (*least square*), dengan perumusan sebagai berikut : (Rahmad et al., 2019)

$$Y = a + b x \quad (1)$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} \quad (2)$$

$$b = \frac{\sum xY}{\sum x^2} \quad (3)$$

dengan Y = jumlah permintaan, n = jumlah data, dan x = tahun

Tahap ketiga, tim pelaksana PKM melakukan simulasi hasil perhitungan pulang pokok multi produk yang dipasarkan oleh mitra dengan menggunakan metode BEP-M. Evaluasi keberhasilan diukur dari kemampuan mitra menganalisa hasil perhitungan pulang pokok atas multi produk yang dipasarkannya. Metode yang digunakan untuk menghitung pulang pokok multi produk yang dipasarkan mitra adalah metode BEP-M.

Titik pulang pokok multi produk atau seringkali disingkat BEP-M merupakan suatu analisa perhitungan dalam menentukan titik impas (keadaan dimana perusahaan tidak untung dan tidak rugi) dari berbagai macam atau variasi produk yang diproduksi oleh suatu perusahaan. Cara untuk menghitung BEP-M dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{BEP-M} = F : \sum \left[1 - \left(\frac{V_i}{P_i} \right) \right] x W_i \quad (4)$$

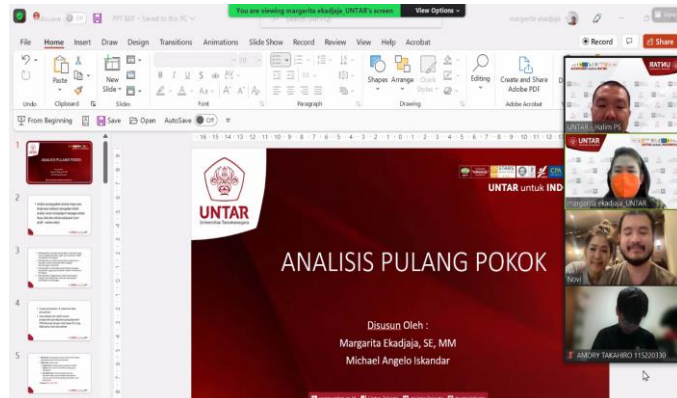
dengan F = Biaya tetap, V_i = Biaya variabel dari masing-masing produk, P_i = Harga per unit dari masing-masing produk, dan W_i = bobot dari masing-masing produk terhadap total penjualan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pelatihan dalam kegiatan PKM diawali dengan webinar melalui aplikasi zoom pada hari Jumat, 18 November 2022 pukul 15.00 sampai selesai dengan topik “Analisis Pulang Pokok”. Peserta webinar dihadiri oleh pemilik Pempek X. Materi webinar diadopsi dari Haizer, et al. (2016) meliputi : perencanaan dan pengendalian keuangan bisnis, jenis-jenis biaya dalam suatu bisnis, analisa pulang pokok kegiatan suatu bisnis, dan metode perhitungan pulang pokok multi produk.

Gambar 2

Pelaksanaan webinar



Gambar 2 menunjukkan tim pelaksana PKM memberikan pemahaman kepada mitra mengenai teknik-teknik perhitungan pulang pokok yang bertujuan mitra dapat menghitung berapa jumlah produk yang harus dipasarkan untuk menentukan kapan mitra mulai memperoleh keuntungan. Pelaksanaan webinar memberikan hasil yang memuaskan, terlihat dari kemampuan mitra dalam melakukan perhitungan pulang pokok menggunakan metode BEP-M.

Setelah pelaksanaan webinar, tim PKM membantu mitra dalam memetakan besaran biaya yang dibutuhkan untuk memproduksi produk yang dipasarkan oleh Pempek X dan memperkirakan penerimaan atas penjualan produk tersebut (terlihat pada tabel 1)

Tabel 1

Besaran biaya variabel

<i>Jenis produk</i>	<i>Biaya bahan baku per unit (dalam Rp)</i>
1. Pempek lenjer	4.000
2. Pempek kapal selam	7.000
3. Pempek pastel	3.000
4. Pempek adaan	3.000
5. Kerupuk keriting goreng	2.500
6. Kerupuk keriting panggang	2.000

Tabel 1 menunjukkan besaran biaya variabel diukur dari biaya bahan baku per unit, dimana bahan baku untuk produk pempek dan kerupuk adalah tepung sagu, ikan tenggiri, penyedap, gula, telur ayam, garam, gula merah, cuka, cabai rawit, bawang merah, ebi, bawang putih, pembungkus, gas lpg, air dan listrik. Besaran biaya bahan baku pempek kapal selam tinggi dikarenakan bentuknya yang cukup besar dan memerlukan tambahan telur ayam sebanyak satu butir per unit. Sedangkan jumlah biaya tetap per bulan diperkirakan sebesar Rp 3.000.000 yang meliputi biaya penyusutan peralatan yang digunakan dan satu orang gaji karyawan.

Tabel 2

Besaran harga jual, biaya variabel, dan perkiraan penjualan

<i>Jenis produk</i>	<i>Harga Jual per unit (dalam Rp)</i>	<i>Biaya Variabel per unit (dalam Rp)</i>	<i>Perkiraan penjualan per bulan</i>
1. Pempek lenjer	10.000	4.000	1.000
2. Pempek kapal selam	23.000	7.000	1.000
3. Pempek pastel	8.000	3.000	900
4. Pempek adaan	8.000	3.000	1.200
5. Kerupuk keriting goreng	7.000	2.500	600
6. Kerupuk keriting panggang	6.000	2.000	600

Tabel 2 menunjukkan harga jual per unit untuk produk pempek kapal selam paling besar nilainya dikarenakan selain bentuk pempek yang lebih besar daripada jenis pempek-pempek, juga dibutuhkan tambahan bahan baku yaitu kuning telur sebagai isi dalam satu unit pempek kapal selam. Perkiraan penjualan dihitung menggunakan metode *least square* berdasarkan data historis penjualan bulan sebelumnya.

Tabel 3

Perhitungan pulang pokok metode BEP-M

<i>Jenis produk</i> (1)	<i>P per unit (dalam Rp)</i> (2)	<i>VC per unit (dalam Rp)</i> (3)	<i>Perkiraan n penjuala n per bulan (4)</i>	<i>Penjualan per bulan (dalam Rp)</i> (5)	<i>% Penjualan</i> (6)
1. Pempek lenjer	10.000	4.000	1.000	10.000.000	0,174
2. Pempek kapal selam	23.000	7.000	1.000	23.000.000	0,399
3. Pempek pastel	8.000	3.000	900	7.200.000	0,125
4. Pempek adaan	8.000	3.000	1.200	9.600.000	0,167
5. Kerupuk keriting goreng	7.000	2.500	600	4.200.000	0,073
6. Kerupuk keriting panggang	6.000	2.000	600	3.600.000	0,063
Total				57.600.000	

<i>VC/P</i> (7)	<i>1-(VC/P)</i> (8)	<i>Weighted contribution</i> (9) = (6 x 8)
0,4	0,6	0,104
0,304	0,696	0,278
0,375	0,625	0,078
0,375	0,625	0,104
0,357	0,643	0,047
0,333	0,667	0,042
Total		0,653

Berdasarkan Tabel 3, maka dapat dilakukan perhitungan pulang pokok multi produk dengan menggunakan metode BEP-M dengan cara membagi total biaya tetap dengan total *weighted contribution* dan diperoleh hasil sebesar Rp 4.594.180,7 (dibulatkan menjadi Rp 4.594.200), yang artinya pada saat Pempek X memiliki uang sebesar Rp 4.594.200 dari hasil memasarkan multi produk (pempek dan kerupuk ikan) maka pada kondisi tersebut Pempek X berada pada pulang pokok.

Setelah diketahui pulang pokok multi produk mitra, maka dapat dilakukan perhitungan BEP masing-masing produk sebagai berikut :

1. Pempek Lenjer

$$\text{BEP (Rp)} = \text{Rp } 4.594.200 \times 0,174 = \text{Rp } 799.390,8 = \text{Rp } 799.400$$

$$\text{BEP (Q)} = \text{Rp } 799.400 : \text{Rp } 10.000 = 79,94 = 80 \text{ unit}$$
2. Pempek Kapal Selam

$$\text{BEP (Rp)} = \text{Rp } 4.594.200 \times 0,399 = \text{Rp } 1.833.085,8 = \text{Rp } 1.833.100$$

$$\text{BEP (Q)} = \text{Rp } 1.833.100 : \text{Rp } 23.000 = 79,70 = 80 \text{ unit}$$
3. Pempek Pastel

$$\text{BEP (Rp)} = \text{Rp } 4.594.200 \times 0,125 = \text{Rp } 574.275$$

$$\text{BEP (Q)} = \text{Rp } 574.275 : \text{Rp } 8.000 = 71,78 = 72 \text{ unit}$$
4. Pempek Adaan

$$\text{BEP (Rp)} = \text{Rp } 4.594.200 \times 0,167 = \text{Rp } 767.231,4 = \text{Rp } 767.300$$

$$\text{BEP (Q)} = \text{Rp } 767.300 : \text{Rp } 8.000 = 95,91 = 96 \text{ unit}$$
5. Kerupuk keriting goreng

$$\text{BEP (Rp)} = \text{Rp } 4.594.200 \times 0,073 = \text{Rp } 335.376,6 = \text{Rp } 335.400$$

$$\text{BEP (Q)} = \text{Rp } 335.400 : \text{Rp } 7.000 = 47,91 = 48 \text{ unit}$$
6. Kerupuk keriting panggang

$$\text{BEP (Rp)} = \text{Rp } 4.594.200 \times 0,063 = \text{Rp } 289.434,6 = \text{Rp } 289.500$$

$$\text{BEP (Q)} = \text{Rp } 289.500 : \text{Rp } 6.000 = 48,25 = 49 \text{ unit}$$

Tabel 4

Hasil perhitungan pulang pokok

<i>Jenis produk</i>	<i>BEP (dalam Rp)</i>	<i>BEP Q (dalam unit)</i>
1. Pempek lenjer	799.400	80
2. Pempek kapal selam	1.833.100	80
3. Pempek pastel	574.275	72
4. Pempek adaan	767.300	96
5. Kerupuk keriting goreng	335.400	48
6. Kerupuk keriting panggang	289.500	49

Berdasarkan Tabel 4, maka diketahui pada saat penjualan produk Pempek X sebesar BEP Q unit, artinya Pempek X tidak mengalami keuntungan maupun kerugian (balik modal). Dengan diketahui BEP Q masing-masing unit produk yang akan dipasarkan, sangat membantu mitra dalam menentukan berapa unit masing-masing produk Pempek X harus dijual sehingga memperoleh keuntungan, selain itu membantu Pempek X dalam menentukan strategi pemasaran dari bisnisnya tersebut.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan kegiatan pelaksanaan PKM dalam memberikan pelatihan perhitungan pulang pokok bagi Pempek X sebagai mitra PKM berjalan dengan baik. Hal ini terlihat dari kemampuan mitra dalam melakukan perhitungan pulang pokok atas produk yang sudah ada yaitu pempek dan atas produk baru yang direncanakan dipasarkan yaitu kerupuk ikan. Partisipasi mitra dalam kegiatan pelaksanaan PKM terlihat dari keterbukaan mitra terhadap informasi bisnis keluarga, keaktifan mitra dalam berdiskusi pada saat pelaksanaan webinar, dan kemampuan mitra melakukan perhitungan pulang pokok atas berbagai produk yang akan dipasarkannya sehingga mitra dapat menentukan target minimal penjualan untuk memperoleh keuntungan sebagai dasar penentuan kebijakan pemasaran produk yang siap dijual.

4. KESIMPULAN

Analisis titik pulang pokok merupakan alat penentu untuk menetapkan kapasitas yang harus dimiliki oleh sebuah bisnis dalam memperkirakan besar keuntungan yang ingin dicapai. Tujuan menentukan nilai titik pulang pokok adalah untuk menemukan sebuah titik, dalam satuan mata uang dan unit yang didasari fungsi biaya sama dengan fungsi pendapatan.

Mitra kegiatan PKM adalah Pempek X yang menjual makanan khas Palembang, yaitu pempek. Lokasi usahanya berada di daerah Pademangan, Jakarta Utara dengan wilayah pemasaran Jabodetabek. Permasalahan yang terjadi adalah Pempek X ingin memasarkan produk baru yaitu kerupuk ikan, namun berapa unit produk baru yang harus dijual? Tujuannya adalah untuk menutup semua pengeluaran yang diakibatkan adanya tambahan investasi pada produk baru seperti tambahan investasi mesin pembuat kerupuk dan penambahan bahan baku pembuatan produk baru.

Solusi yang diberikan tim pelaksana PKM adalah memberikan pelatihan perhitungan pulang pokok pada Pempek X. Pelatihan dibagi menjadi tiga tahapan, yaitu tahap pertama mengadakan webinar untuk memberikan pemahaman perhitungan pulang pokok; tahap kedua memetakan besaran biaya-biaya dan memperkirakan besaran penerimaan dari berbagai produk yang dipasarkan mitra; dan tahap ketiga melakukan perhitungan pulang pokok dari berbagai produk yang dipasarkan mitra.

Berdasarkan hasil yang diperoleh, BEP Q masing-masing unit produk yang akan dipasarkan, sangat membantu mitra dalam menentukan berapa unit masing-masing produk Pempek X harus dijual sehingga memperoleh keuntungan, selain itu membantu Pempek X dalam menentukan strategi pemasaran dari bisnisnya tersebut.

Hasil kegiatan pelaksanaan PKM terlihat dari kemampuan mitra dalam melakukan perhitungan pulang pokok atas produk yang sudah ada yaitu pempek dan atas produk baru yang direncanakan yaitu kerupuk ikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kegiatan pelaksanaan PKM memberikan hasil yang memuaskan, hal tersebut tercapai dikarenakan adanya partisipasi mitra dalam kegiatan pelaksanaan PKM yang terlihat dari keterbukaan mitra terhadap informasi bisnis keluarga, keaktifan mitra dalam berdiskusi pada saat pelaksanaan webinar, dan kemampuan mitra melakukan perhitungan pulang pokok atas berbagai produk yang akan dipasarkannya sehingga mitra dapat menentukan target minimal penjualan untuk memperoleh keuntungan sebagai dasar penentuan kebijakan pemasaran produk yang siap dijual.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Tarumanagara yang telah mendanai kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan nomor PKM100Plus-2022-2-194-SPK-KLPPM/UNTAR/XI/2022. Terima kasih kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membantu dalam administrasi kegiatan PKM ini.

REFERENSI

- Guerreiro, R., & Amaral, J. V. (2018). Cost-based price and value-based price: are they conflicting approaches? *Journal of Business and Industrial Marketing*, 33(3), 1-17. <https://doi.org/10.1108/JBIM-04-2016-0085>.
- Haizer Jay, Barry Render, Paul Griffin. (2016). *Operations Management*. Second Canadian Edition. New Jersey: Pearson.

- Huikku, J., Hyvönen, T., & Järvinen, J. (2017). The role of a predictive analytics project initiator in the integration of financial and operational forecasts. *Baltic Journal of Management*, 12(4), 427-446. <https://doi.org/10.1108/BJM-05-2017-0164>.
- Kusumawardani, A., & Alamsyah, M. I. (2020). Analisis perhitungan BEP (break even point) dan margin of safety dalam penentuan harga jual pada usaha kecil menengah. *Jurnal Ilmu Keuangan Dan Perbankan (JIKA)*, 9(2), 118-130. <https://doi.org/10.34010/jika.v9i2.2911>.
- Rahmad, C., Wibowo, R. S., & Puspitasari, D. (2019). Peramalan Penjualan Daging Sapi Menggunakan Metode Trend Least Square. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Terapan*, 6(1), 7-11. <https://doi.org/10.25047/jtit.v6i1.104>.
- Rosyalia, S., Korawijayanti, L., & -, H. (2019). Pemanfaatan analisis biaya volume laba sebagai alat dalam perencanaan laba pada PT Inko Java Semarang. *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (AKUNBISNIS)*, 2(1), 20-32. <https://doi.org/10.32497/akunbisnis.v2i1.1522>.
- Santioso, L., Salim, S., Daryatno, A. B., & Bangun, N. (2020). Variable costing sebagai alternatif costing untuk meningkatkan kualitas keputusan penentuan harga produk. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 2(2). <https://doi.org/10.24912/jbmi.v2i2.7265>.
- Supriadi, A., & Nurulita, S. (2018). Analisis break even point sebagai dasar perencanaan laba pada gedung serba guna politeknik caltex Riau. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Bisnis*, 11(1), 31-41.
- Surya, Fadwiwati, A. Y., & Rosdiana. (2021). Break-even point analysis and feasibility of livestock business Kampung Unggul Balitnak-Sentul Selected (KUB-SenSe) chicken farm in Talango Village, Kabila District, Bone Bolango Regency. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 788(1), 1-5. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/788/1/012198>.
- Wiyono, G. dan Kusuma, H. (2017). *Manajemen Keuangan Lanjutan: Berbasis Corporate Value Creation*, edisi pertama. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.