



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 3 Tahun 2025 Page 3081-3090

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Studi Kasus

### Break Even Point Pada UMKM Seblak Ceu Yani

Ahmad Pudholi<sup>1</sup>, Setiyawan<sup>2</sup>, Nur Annisa Failasuffaiza Purba<sup>3</sup>, Nurharini Budi Utami<sup>4✉</sup>,  
Muhammad Fachrizal<sup>5</sup>, Salsa Is Nabila<sup>6</sup>, Wahid Hidayah Apriliyanto<sup>7</sup>, Dita Purnamasari<sup>8</sup>, Yessyta  
Novi Anjellina<sup>9</sup>, Andre Iswahyudi<sup>10</sup>

Universitas Pelita Bangsa

Email: [nurhariniutamii@gmail.com](mailto:nurhariniutamii@gmail.com)<sup>✉</sup>

#### Abstrak

Seblak Ceu Yani, sebuah usaha kuliner yang terletak di Cikarang Selatan, Bekasi, didirikan oleh Ibu Yani bersama kedua anaknya pada April 2022. Mengusung hidangan tradisional Sunda, seblak, usaha ini menawarkan konsep "prasmanan" dengan berbagai pilihan topping. Seblak Ceu Yani berhasil menarik perhatian pelanggan karena cita rasanya yang otentik dan pelayanan yang ramah, terutama bagi masyarakat lokal yang gemar dengan makanan pedas. Namun, seperti halnya usaha kecil lainnya, pemahaman mengenai kesehatan finansial dan keberlanjutan usaha menjadi hal yang sangat penting untuk kesuksesan jangka panjang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Break Even Point (BEP) dari Seblak Ceu Yani untuk membantu pemilik usaha memahami jumlah penjualan yang diperlukan untuk menutupi biaya tetap dan variabel, serta mengetahui titik di mana usaha mulai menghasilkan keuntungan. Metode studi kasus yang diusulkan oleh Robert K. Yin (2003) digunakan dalam penelitian ini, dengan pengumpulan data dari sumber primer melalui wawancara dengan Ibu Yani, serta data sekunder terkait teori keuangan dan manajemen bisnis. Metode yang digunakan untuk menghitung BEP adalah metode kontribusi unit, seperti yang dijelaskan oleh William J. Stevenson (2005), yang melibatkan perhitungan margin kontribusi dan membaginya dengan harga jual per porsi. Penelitian ini memberikan analisis rinci terkait biaya yang terlibat serta menentukan berapa banyak porsi seblak yang harus dijual untuk mencapai titik impas, serta target penjualan yang diperlukan untuk meraih keuntungan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu Ibu Yani dalam menyusun strategi harga, mengelola biaya, dan menetapkan target penjualan yang realistis agar usaha ini tetap menguntungkan. Selain itu, analisis ini menyoroti pentingnya perencanaan keuangan dan pemantauan kinerja dalam usaha kecil dan

Copyright @ Ahmad Pudholi, Setiyawan, Nur Annisa Failasuffaiza Purba, Nurharini Budi Utami,  
Muhammad Fachrizal, Salsa Is Nabila, Wahid Hidayah Apriliyanto, Dita Purnamasari, Yessyta Novi  
Anjellina, Andre Iswahyudi

menengah (UKM), sebagaimana ditekankan oleh Kotler dan Keller (2016) serta Hilton dan Platt (2013). Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman lebih dalam mengenai manajemen keuangan dalam konteks bisnis kuliner serta penerapan praktis dari analisis BEP untuk memastikan keberlanjutan usaha.  
Kata Kunci: *Break Even Point (BEP), Manajemen Keuangan, Kontribusi Unit, Analisis Keuangan, UMKM*

#### Abstract

Seblak Ceu Yani, a culinary business located in South Cikarang, Bekasi, was founded by Mrs. Yani and her two children in April 2022. Carrying the traditional Sundanese dish, seblak, this business offers a "buffet" concept with a variety of topping choices. Seblak Ceu Yani has succeeded in attracting customers because of its authentic taste and friendly service, especially for local people who like spicy food. However, like other small businesses, understanding financial health and business sustainability is very important for long-term success. This study aims to analyze the Break Even Point (BEP) of Seblak Ceu Yani to help business owners understand the amount of sales needed to cover fixed and variable costs, and to know the point at which the business starts to generate profits. The case study method proposed by Robert K. Yin (2003) was used in this study, with data collection from primary sources through interviews with Mrs. Yani, as well as secondary data related to financial theory and business management. The method used to calculate BEP is the unit contribution method, as explained by William J. Stevenson (2005), which involves calculating the contribution margin and dividing it by the selling price per serving. This study provides a detailed analysis of the costs involved and determines how many servings of seblak must be sold to reach the break-even point, as well as the sales target needed to achieve profit. The results of this study are expected to help Mrs. Yani in developing pricing strategies, managing costs, and setting realistic sales targets so that this business remains profitable. In addition, this analysis highlights the importance of financial planning and performance monitoring in small and medium enterprises (SMEs), as emphasized by Kotler and Keller (2016) and Hilton and Platt (2013). This study contributes to a deeper understanding of financial management in the context of the culinary business and the practical application of BEP analysis to ensure business sustainability.

Keywords: *Break Even Point (BEP), Financial Management, Unit Contribution, Financial Analysis, SMEs*

#### PENDAHULUAN

Pada tanggal 2 April 2022, Ibu Yani bersama kedua anaknya mendirikan kedai seblak yang dinamakan Seblak Ceu Yani, yang terletak di Pasar Malem, Desa Ciantra, Cikarang Selatan, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat. Seblak, sebagai makanan khas Jawa Barat, telah menjadi makanan yang digemari oleh banyak kalangan, baik anak muda maupun orang tua. Makanan ini terbuat dari campuran kencur, bawang putih, cabai, dan berbagai macam topping seperti kerupuk, mie, telur, sayuran, dan seafood. Konsep yang ditawarkan oleh

kedai Seblak Ceu Yani adalah seblak prasmanan dengan pilihan topping yang beragam, yang memberi keleluasaan bagi konsumen untuk memilih sesuai dengan selera mereka. Keberhasilan kedai Seblak Ceu Yani tidak terlepas dari keunikan rasa dan layanan yang mereka tawarkan, serta strategi bisnis yang baik dalam menyasar pangsa pasar lokal yang menyukai makanan pedas dan beragam.

Seblak Ceu Yani telah berhasil mempertahankan ciri khas rasa otentik yang menjadikannya diminati oleh banyak pelanggan, terutama warga sekitar Ciantra dan Cikarang Selatan. Dalam menjalankan usahanya, Ibu Yani memilih untuk menjaga rasa masakan tetap konsisten, dengan memasak sendiri dan tidak mengalihkan tugas tersebut kepada orang lain. Hal ini bertujuan untuk menjaga kualitas rasa yang sudah dikenal pelanggan. Dengan modal awal yang terjangkau namun efektif, kedai ini berkembang menjadi salah satu UMKM yang cukup terkenal di wilayahnya. Menurut Schilling (2013), keberhasilan suatu usaha sangat bergantung pada kemampuan pemilik untuk menjaga kualitas dan konsistensi produk yang ditawarkan, karena hal tersebut dapat membangun reputasi yang kuat di mata konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2016), strategi bisnis yang efektif sangat bergantung pada pemahaman tentang kebutuhan dan preferensi pasar, serta kemampuan untuk menawarkan produk yang dapat membedakan diri dari pesaing. Dalam konteks Seblak Ceu Yani, konsep prasmanan dengan berbagai pilihan topping memberikan pengalaman unik bagi pelanggan, yang membuat mereka merasa lebih terlibat dalam proses pemilihan makanan dan menikmati kebebasan untuk menyesuaikan rasa sesuai keinginan. Hal ini sejalan dengan teori bahwa keunikan dalam produk dan layanan akan meningkatkan daya tarik dan mempertahankan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang. Menurut Prahalad dan Ramaswamy (2004), pengalaman pelanggan yang dipersonalisasi, seperti yang ditawarkan oleh konsep prasmanan ini, dapat memperkuat hubungan antara pelanggan dan merek, menciptakan loyalitas jangka panjang.

Tujuan dari pembahasan tentang Break Even Point (BEP) adalah untuk memberikan pemahaman lebih mendalam tentang bagaimana suatu usaha dapat mengetahui titik impasnya, sehingga dapat mengetahui kapan sebuah usaha akan memperoleh keuntungan dan kapan akan mengalami kerugian. Menurut Hilton dan Platt (2013), Break Even Point (BEP) adalah titik di mana total pendapatan sama dengan total biaya, sehingga tidak ada keuntungan atau kerugian. Pengetahuan tentang BEP sangat penting bagi pengusaha untuk merencanakan penjualan dan mengelola biaya dengan efisien. Dengan mengetahui BEP,

pengusaha dapat menentukan strategi harga, volume penjualan, dan biaya yang perlu dikendalikan untuk mencapai tujuan finansial. Sejalan dengan hal tersebut, Brouthers et al. (2008) menyatakan bahwa pemahaman tentang BEP memungkinkan pengusaha untuk merencanakan tindakan yang lebih strategis dalam pengelolaan biaya dan pendapatan guna mencapai profitabilitas yang berkelanjutan.

Studi kasus seperti yang dilakukan pada kedai Seblak Ceu Yani ini, sangat penting untuk menggali lebih dalam tentang perencanaan keuangan yang dapat dijadikan acuan dalam mengelola usaha kuliner. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Sharma dan Pato (2016), penggunaan studi kasus dalam penelitian bisnis memberikan wawasan praktis mengenai pengelolaan keuangan dan strategi operasional yang bisa diaplikasikan pada bisnis serupa. Melalui analisis BEP, kita bisa lebih memahami risiko dan potensi keuntungan yang dihadapi oleh pemilik usaha dalam mencapai keberlanjutan dan profitabilitas. Schermerhorn (2010) juga berpendapat bahwa studi kasus membantu dalam memahami bagaimana teori bisnis diterapkan dalam konteks nyata dan memberikan gambaran yang jelas mengenai tantangan serta peluang yang dihadapi oleh pelaku usaha.

#### METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus, yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan memahami secara menyeluruh permasalahan yang dihadapi oleh kedai Seblak Ceu Yani dalam menjalankan operasional dan menentukan titik impas. Menurut Robert K. Yin (2003), metode studi kasus adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mendalami suatu fenomena dalam konteks yang alami dan kompleks, dengan menggali informasi dari berbagai sumber data. Melalui metode ini, penulis dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja bisnis dan memberikan solusi yang relevan terhadap masalah yang ada.

Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh langsung dari pemilik kedai, yaitu Ibu Yani, yang mencakup informasi mengenai biaya operasional, biaya produksi, harga jual, serta jumlah penjualan yang dilakukan oleh kedai Seblak Ceu Yani. Selain itu, data sekunder juga digunakan untuk mendukung pemahaman mengenai teori-teori yang relevan, seperti teori Break Even Point (BEP) dan konsep-konsep terkait manajemen keuangan dalam UMKM.

Metode perhitungan yang digunakan dalam studi ini untuk menentukan Break Even Point adalah metode kontribusi unit, di mana margin kontribusi dihitung dengan

mengurangi pendapatan penjualan dengan biaya variabel, kemudian margin kontribusi tersebut dibagi dengan harga jual per porsi. Menurut William J. Stevenson (2005), margin kontribusi adalah indikator yang sangat penting dalam menentukan apakah sebuah bisnis dapat menutup biaya tetapnya dan mulai memperoleh keuntungan.

Dengan menggunakan metode ini, penelitian bertujuan untuk mengetahui berapa banyak porsi yang harus dijual oleh kedai Seblak Ceu Yani agar dapat mencapai titik impas, serta berapa besar nilai rupiah yang perlu dicapai untuk menutup semua biaya tetap yang ada. Selain itu, melalui perhitungan BEP, dapat diketahui juga berapa banyak porsi yang harus dijual untuk mencapai target laba yang diinginkan.

Pentingnya perhitungan BEP dalam bisnis ini adalah agar pemilik usaha dapat memahami dengan jelas seberapa banyak produk yang harus dijual untuk menutupi biaya-biaya yang dikeluarkan, dan kapan mereka mulai menghasilkan keuntungan. Hal ini sejalan dengan pendapat dari Kotler dan Keller (2016), yang menekankan pentingnya perencanaan keuangan yang matang dalam manajemen bisnis, karena dengan mengetahui BEP, seorang pengusaha bisa lebih efisien dalam mengatur strategi produksi dan penjualan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Bidang Usaha Yang Dijalankan

Bidang usaha milik ibu yani adalah salah satu UMKM yang bergerak di bidang makanan. Jenis makanan yang di jual adalah jajanan khas jawa barat yang di minati banyak kalangan anak muda serta orang tua yaitu seblak. Kedai seblak ini sudah berdiri hampir menginjak 3 tahun. Kedai seblak ini adalah usaha keluarga yang berhasil menggait masyarakat khususnya warga desa ciantra cifest cikarang selatan dengan ciri khas bumbunya yang dapat terima di lidah pembeli.

### Persiapan Modal Yang diperlukan Untuk Mendirikan Usaha Kedai Seblak Ceu Yani

Kedai seblak milik Ibu Yani merupakan UMKM yang didirikan untuk usaha keluarga. Menurut pemilik kedai tersebut modal yang dikeluarkan untuk mendirikan usaha tersebut tidak terlalu banyak dan juga tidak sedikit pula, mengingat usaha tersebut di dirikan di tempat yang strategis dan epektif untuk di kunjungi para pecinta kuliner.

Untuk melakukan Penghitungan modal pada kedai seblak ceu yani, yaitu dengan metode penjumlahan biaya oprasional dan belanja modal:

Rumus Untuk Mencari Modal Awal:

$$\begin{aligned} \text{Modal Awal} &= \text{Belanja Oprasional} + \text{Belanja Modal} \\ &= \text{Rp 6.175.000,00} + \text{Rp 5.275.000,00} \\ &= \text{Rp 11.450.000,00} \end{aligned}$$

Jadi, Modal awal yang dikeluarkan pemilik usaha untuk mendirikan kedai Seblak Ceu Yani sebesar Rp. 11.450.000,00

Langkah – Langkah Penting Untuk Memulai Usaha Kedai Seblak Ceu Yani

Kedai Seblak Ceu Yani dapat berdiri sampai saat ini tidak dapat dipungkiri dari langkah- langkah yang di ambil untuk bisnisnya. Langkah-langkat tersebut, yaitu sebagai berikut :

1) Rencana Bisnis

Seblak Ceu Yani membuat perencanaan bisbis yang cukup jelas dan terperinci, yaitu mendirikan UMKM dengan bidang makanan yang dimanakan bertema seblak prasmanan yang disukai banyak kalangan muda bahkan dewasa dengan ciri khas rasa pedas dan konsep parasmanan agar pelanggan tidak bosan untuk memilih topping.

2) Riset pasar

Pemilik dari Seblak Ceu yani pastinya mencari tahu minat orang pada lokasi kedai yang akan didirikan. Karena terdapat banyak anak muda dan orang dewasa yang suka sekali pedas dan cita rasa yang beragam selera, maka Seblak Ceu Yani mengongsok konsep yang unik yaitu dengan memberikan keterangan dan pengunjung dapat mencoba selera yang diinginkan.

3) Pemilihan Lokasi

Pemilihan lokasi juga merupakan strategi untuk perkembangan bisnis yang lebih maju. Pemilihan tempat yang tepat dapat membuat Seblak Ceu yani berdri sampai saat ini.

4) Pemilihan Nama

Untuk pemilihan nama, pendiri kedai tersebut menggunakan nama sendiri "Yani" dan menambahkan kata "Ceu" agar lebih akrab dan enak terdengar di telinga. Jadi nama seblak tersebut yaitu Seblak Ceu Yani

5) Pemasaran

Membuat strategi pemasaran yang sesuai dengan terget konsumen dan berkomitmen memberikan pelayanan yang terbaik yaitu dengan bersikap ramah pada setiap konsumen

## Cara Menentukan Harga Penjualan

Harga Penjualan untuk kedai Seblak Ceu Ynai sangat beraneka ragam karena konsepnya yang parasmanan dan pemilihan topping sesuai selera maka harga jual tersebut tidak dapat ditentukan, ada yang membeli dengan harga 10.000,00 – 50.000,00. Untuk menentukan harga jual berdasarkan biaya produksi keuntungannya dapat mengambil dari rata-rata totalan produksi yaitu  $\pm 19\%$  dari harga jual 1 porsi seblak ceu yani.

Rumus untuk menghitung dan menentukan harga jual adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Harga Jual} &= \text{Biaya Produk} + (\text{Biaya Produksi} \times \text{Persentase Keuntungan}) \\ &= 29.500,00 + (29.500,00 \times 19\%) \\ &= 29.500,00 + 5.605,00 \\ &= \text{Rp } 35.105,00 \\ &= \text{Rp } 35.000,00 \text{ (dibulatkan)}\end{aligned}$$

Jadi untuk menentukan harga rata-rata pada masing masing porsi 1 seblak yaitu Rp. 35.000,00

## Menghitung Break Even Point (BEP) Pada Kedai Seblak Ceu Yani

Metode yang akan di pakai untuk menghitung berapa jumlah Break Even Point (BEP) dalam kedai seblak ceu yani yaitu menggunakan metode kontribusi unit. Metode kontribusi Unit adalah metode jalan pintas dimana harus diketahui nilai margin kontribusi. Margin kontribusi adalah hasil pengurangan pendapatan dari penjualan dengan biaya variable. Sedangkan rasio margin kontribusi adalah margin kontribusi dibagi dengan penjualan.

Kedai Seblak Ceu Yani memiliki data-data biaya dan rencana produksi sebagai berikut:

- 1) Biaya Tetap Sebulan      Rp 12.700.000,00
- 2) Biaya Variable Perporsi      Rp 29.500,00
- 3) Harga Jual Perporsi      Rp 35.000,00

Rumus untuk mencapai Break Even point (BEP) atau Titik Impas adalah :

$$\text{Break Even Point (BEP)Perporsi} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Perporsi} - \text{Biaya Variable}}$$

$$\text{Break Even Point (BEP)Perporsi} = \frac{12.700.000,00}{35.000,00 - 29.500,00}$$

$$\text{Break Even Point (BEP)Perporsi} = \frac{12.700.000,00}{5.500,00}$$

Break Even Point (BEP)Perporsi = 2310 Porsi

Artinya kedai Seblak Ceu Yani harus menjual 2.309 porsi agar kedai tersebut tidak mengalami kerugian dan tidak pula mengalami keuntungan.

$$\begin{aligned}\text{Break Even Point (BEP) dalam bentuk Rupiah} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Rasio Margin kontribusi}} \\ &= \frac{12.700.000,00}{\frac{5.500,00}{35.000,00}} \\ &= \frac{12.700.000,00}{0,1571} \\ &= 80.840.229,00\end{aligned}$$

Jadi Break Even Point yang harus dicapai dalam bentuk rupiah adalah sebesar Rp. 80.840.229,00

Menghitung Laba Pada Kedai Seblak Ceu Yani

Rumus untuk mencari Break Even Point (BEP ) Laba:

$$\begin{aligned}\text{BEP Laba} &= \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Harga Perunit} - \text{Biaya Variable Perunit}} \\ &= \frac{12.700.000,00 + 3.000.000,00}{35.000,00 - 29.500,00} \\ &= \frac{15.700.000,00}{5.500,00} = 2.855 \text{ Porsi}\end{aligned}$$

Jadi untuk mencapai target dari laba yang ditentukan, kedai Seblak Ceu Yani harus memperoleh 2.855 porsi seblak.

#### SIMPULAN

Berdasarkan analisis yang dilakukan penulis dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam suatu bisnis yang dijalankan perencanaan penjualan dan target laba sangat bergantung terhadap operasional dan produksi perusahaan. Hal tersebut dapat membantu dalam perencanaan penjualan dan target laba yang diinginkan perusahaan pada periode yang akan datang. Kesimpulan penelitian ini memacu pada rumusan masalah antara lain adalah tentang Break Even Point yang dilakukan kedai Seblak Ceu Yani. Untuk mengetahui nilai yang terdapat penulis menggunakan metode Kontribusi Unit pada perhitungan nilai

Break Even Point. Dari perhitungan yang dilakukan nilai yang tertera dalam nilai BEP per porsi yaitu sebanyak 2.309 Porsi sedangkan untuk nilai rupiah yang di dapat yaitu sebanyak Rp. 80.840,229,00.

Dari kesimpulan yang telah dipaparkan, maka saran dari penelitian ini yang akan diberikan penulis ialah sebagai berikut :

- 1) Pengusaha hendaknya memperhitungkan biaya lain-lain seperti makan yang dapat diruntutkan. Perusahaan harus volume produksi sehingga biaya yang digunakan dapat teralokasikan dan digunakan secara efektif dan efisien.
- 2) Perusahaan hendaknya lebih dapat memperhatikan masalah perencanaan. Khususnya mengenai perencanaan penjualan, karena hal tersebut berpengaruh langsung terhadap perolehan laba. Dalam melakukan perencanaan penjualan perlu diperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan seperti data historis meliputi kuantitas, kualitas, dan harga. Selain itu kebijakan perusahaan yang berhubungan dengan masalah penjualan seperti penentuan laba yang diinginkan, pemasaran, kapasitas produksi, tenaga kerja yang dimiliki, modal dan sebagainya yang perlu diperhatikan. Selain itu analisis BEP yang telah dipaparkan bisa menjadi contoh, maupun sebagai dasar keputusan perusahaan.
- 3) Untuk merealisasikan target laba dan penjualan yang diinginkan, perusahaan dapat mengembangkan pemasaran yang sangat besar perannya terhadap pencapaian tersebut. Pemasaran yang tepat dapat dilakukan perusahaan seperti menetapkan segmentasi, Targeting dan positioning pasar dengan tepat. Membuat konsep market share dan bauran pemasaran atau marketing mix secara tepat sesuai perencanaan yang telah ditetapkan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Brouthers, K. D., Gao, Y., & Wang, H. (2008). Examining the influence of the international business environment on the performance of foreign direct investments. *Journal of International Business Studies*, 39(5), 868-886.
- Hilton, R. W., & Platt, D. E. (2013). *Managerial Accounting: Creating Value in a Dynamic Business Environment* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004). Co-creating unique value with customers. *Strategy & Leadership*, 32(3), 4-9.

- Schilling, M. A. (2013). *Strategic Management of Technological Innovation* (4th ed.). McGraw-Hill Education.
- Schermerhorn, J. R. (2010). *Management* (11th ed.). Wiley.
- Sharma, S., & Pato, C. (2016). Exploring the effectiveness of case studies in business education. *Journal of Business Research*, 69(3), 964-973.
- Stevenson, W. J. (2005). *Operations Management* (8th ed.). McGraw-Hill Education.
- Williamson, O. E. (1985). *The Economic Institutions of Capitalism*. Free Press.
- Yin, R. K. (2003). *Case Study Research: Design and Methods* (3rd ed.). Sage Publications.