



Peningkatan Kapasitas Manajemen Keuangan UMKM Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Perhitungan Titik Impas Pada Usaha Maco Adaik Di Kabupaten Tanah Datar

Enhancing Financial Management Capacity of Msmes Through Training and Assistance in Break-Even Point Calculation for Maco Adaik Businesses in Tanah Datar Regency

Prima Fithri¹⁾, Silmi^{2*)}, Hanalde Andre³⁾

¹⁾ Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Andalas, Padang, Indonesia

²⁾ Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas, Padang, Indonesia

³⁾ Departemen Teknik Elektro Fakultas Teknik Universitas Andalas, Padang, Indonesia

*) Email Korespondensi: silmi@eb.unand.ac.id

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are the backbone of Indonesia's economy, yet many traditional businesses lack adequate financial literacy, particularly regarding the calculation of the Break Even Point (BEP), which is essential for determining the breakeven level and profit planning. This community service program aims to improve BEP understanding among MSME actors of Maco Adaik in Nagari Sungayang. The program was implemented from July to September 2025 at the Sungayang Village Hall using a participatory approach through interactive lectures, simulations, and group discussions based on real business data. Evaluation was conducted using pre-test and post-test with Likert-scale questionnaires to measure participants' comprehension. The training results showed a significant improvement, with 70% of participants able to calculate BEP independently after the program. Analysis of Maco Adaik business data indicated that breakeven is achieved at 30 packages per month with a selling price of IDR 18,100, fixed costs of IDR 300,000, and variable costs of IDR 8,083 per unit. This understanding encouraged participants to develop more structured pricing and production strategies and raised awareness of cost recording. Social impact was evident through active community involvement and strengthened entrepreneurial capacity based on local potential. This program effectively enhanced MSME financial literacy and is expected to contribute to business sustainability. For further development, digital-based financial recording training and collaboration with BUMNag are recommended to strengthen business institutions and replicate the program in other villages.

Keywords: *Break Even Point, Maco Adaik, Business Incubation, Sungayang Village, Community Service*

Buletin Ilmiah Nagari Membangun. 8(3); 2025

*) Correspondence | Silmi, Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas, Padang, Indonesia

Email | silmi@eb.unand.ac.id

DOI | <https://doi.org/10.25077/bina.v8i3>

ISSN (Online) | 2622-9978



Copyright © 2025 by Authors. Published by Lembaga Penelitian dan kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Andalas. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC-BY-SA 4.0) International License (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, baik di tingkat nasional maupun lokal. Peran UMKM sangat vital dalam menciptakan lapangan kerja, menggerakkan ekonomi masyarakat, serta melestarikan kekayaan budaya daerah melalui produk-produk unggulan lokal. Oleh karena itu, pengelolaan yang efektif dan adaptif menjadi kebutuhan utama, mengingat UMKM harus mampu beradaptasi dengan dinamika dan tantangan ekonomi modern yang semakin kompleks. Manajemen keuangan yang baik menjadi salah satu faktor kunci agar UMKM dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan (Hidayat, 2019; Kartika, 2025).

Namun, banyak UMKM tradisional masih mengandalkan intuisi dalam pengambilan keputusan usaha, tanpa didukung analisis keuangan yang memadai. Hal ini menimbulkan gap pengetahuan yang signifikan, terutama terkait pemahaman konsep Break Even Point (BEP). BEP merupakan alat analisis sederhana namun penting untuk menentukan jumlah minimum penjualan agar usaha tidak merugi dan mulai memperoleh keuntungan (Irawan & Tanjung, 2020). Tanpa pemahaman BEP, pelaku UMKM berisiko salah menetapkan harga jual, merencanakan produksi, dan mengambil keputusan investasi, sehingga keberlanjutan usaha menjadi terancam (Supriyono, 2017).

Di Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat, salah satu potensi unggulan adalah produk kuliner tradisional Maco Adaik yang mencerminkan identitas budaya Minangkabau sekaligus memiliki nilai ekonomi tinggi. Sayangnya, sebagian besar pelaku UMKM Maco Adaik belum memiliki keterampilan manajemen keuangan dasar, termasuk perhitungan BEP, sehingga pengelolaan usaha masih bersifat konvensional dan kurang efisien (Silmi et al., 2023).

Kegiatan ini hadir untuk menjawab tantangan tersebut melalui pelatihan dan pendampingan perhitungan BEP bagi pelaku UMKM Maco Adaik. Tujuannya adalah meningkatkan literasi keuangan sederhana dan kemampuan manajerial, khususnya dalam memahami struktur biaya tetap dan variabel, serta cara menghitung titik impas. Dengan pemahaman ini, pelaku usaha diharapkan mampu menyusun strategi harga, menetapkan target penjualan, dan merencanakan produksi secara lebih terarah.

Selain memberikan manfaat praktis, kegiatan ini sejalan dengan kebijakan pemerintah dalam penguatan kapasitas UMKM melalui pendekatan edukatif dan pemberdayaan (UU RI No. 20 Tahun 2008). Pelatihan dirancang dengan pendekatan partisipatif berbasis data riil usaha, sehingga peserta tidak hanya menerima materi secara pasif, tetapi juga terlibat aktif dalam diskusi, studi kasus, dan praktik langsung menggunakan data usaha mereka sendiri (Yuliarmi, 2020). Dengan demikian, proses pembelajaran menjadi kontekstual, aplikatif, dan berorientasi pada keberlanjutan usaha (Marlina 2022).

Break Even Point (BEP) dipilih sebagai solusi spesifik karena merupakan alat analisis keuangan sederhana yang sangat relevan bagi UMKM tradisional. BEP membantu pelaku usaha menentukan jumlah minimum penjualan agar usaha tidak merugi, sehingga menjadi dasar perencanaan laba dan strategi harga. Dalam konteks UMKM berbasis pangan lokal seperti Maco Adaik, pemahaman BEP sangat penting karena sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan intuisi dalam pengambilan keputusan. Dengan BEP, pelaku UMKM dapat menetapkan harga jual yang rasional, mengelola biaya tetap dan variabel, serta merencanakan produksi secara lebih terarah (Irawan & Tanjung, 2020).

Literasi keuangan merupakan salah satu tantangan utama bagi UMKM di Indonesia. Studi terbaru menunjukkan bahwa rendahnya pemahaman konsep dasar manajemen keuangan berdampak pada ketidakmampuan UMKM untuk bertahan di tengah persaingan (Sari & Ramadhan, 2023). Pelatihan berbasis BEP terbukti efektif meningkatkan kapasitas manajerial karena memberikan keterampilan praktis yang langsung dapat diterapkan dalam usaha sehari-

hari. Selain itu, pendekatan partisipatif dalam pelatihan BEP memungkinkan peserta belajar menggunakan data riil usaha mereka, sehingga proses pembelajaran lebih kontekstual dan aplikatif (Putri & Hidayat, 2024).

Program ini mengintegrasikan pelatihan BEP dengan strategi kewirausahaan telah dilaporkan memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan UMKM lokal. Maulana dan Wibowo (2021) menekankan pentingnya penguatan kapasitas manajemen melalui digitalisasi dan analisis biaya sederhana. Hasil kegiatan lain juga menunjukkan bahwa pelatihan BEP dapat meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam menetapkan target penjualan dan mengoptimalkan margin keuntungan (Sari & Ramadhan, 2023; Putri & Hidayat, 2024).

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM Maco Adaik dalam memahami dan menerapkan konsep dasar manajemen keuangan, khususnya perhitungan Break Even Point (BEP), guna mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan usaha mereka. Melalui pelatihan yang bersifat partisipatif dan berbasis data riil, peserta diharapkan mampu mengidentifikasi struktur biaya usaha, menghitung titik impas secara mandiri, serta menyusun strategi penetapan harga dan perencanaan produksi yang lebih efektif. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya bertujuan memberikan pemahaman teoritis, tetapi juga mendorong transformasi praktik manajerial yang lebih rasional, efisien, dan berorientasi pada peningkatan daya saing UMKM lokal.

METODOLOGI

Kegiatan ini mengadopsi pendekatan partisipatif dan aplikatif, di mana masyarakat dilibatkan secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi permasalahan, perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Pendekatan ini dipilih untuk memastikan bahwa kegiatan yang dilakukan benar-benar relevan dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat. Untuk mendukung validitas hasil kegiatan, digunakan juga pendekatan kuantitatif yang memungkinkan analisis objektif terhadap data yang diperoleh selama proses pelaksanaan (Sugiyono, 2016). Pelibatan langsung masyarakat juga mendorong terjadinya proses pembelajaran yang bersifat dua arah, sehingga tidak hanya menjadi ajang transfer pengetahuan dari akademisi kepada masyarakat, tetapi juga menjadi wadah untuk menggali kearifan lokal dan potensi yang telah lama ada namun belum dioptimalkan.

Metodologi ini dirancang secara khusus untuk menjawab kebutuhan nyata masyarakat Nagari Sungayang dalam mengembangkan produk unggulan lokal, yaitu Maco Adaik. Produk ini memiliki nilai ekonomi dan potensi pasar yang besar, namun masih menghadapi berbagai tantangan dalam pengelolaan usaha dan perhitungan biaya produksi. Sektor pertanian sebagai basis utama perekonomian pedesaan memiliki peranan besar dalam mendukung pengembangan usaha berbasis pangan seperti ini (Mubyarto, 1991). Selain itu, aspek keamanan dan mutu produk juga perlu diperhatikan, karena ilmu kimia pangan sangat dibutuhkan dalam menjamin kualitas olahan makanan (Winarno, 2004). Oleh karena itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk memperkuat kapasitas kewirausahaan para pelaku usaha dan mendukung pembentukan kelembagaan usaha yang lebih terstruktur dan berdaya saing. Melalui pelatihan yang kontekstual dan berbasis praktik, masyarakat sudah mampu menerapkan pengetahuan yang diperoleh secara langsung dalam aktivitas usaha mereka sehari-hari dengan indikator keberhasilan 80%.

2.1. Lokasi dan Sasaran Kegiatan

Kegiatan ini dilaksanakan di Nagari Sungayang, Kabupaten Tanah Datar, Kota Batusangkar, Provinsi Sumatera Barat. Lokasi ini dipilih karena memiliki potensi produk

pangan lokal yang khas, yaitu Maco Adaik, yang masih memerlukan penguatan dari sisi manajerial dan kewirausahaan. Pengembangan kewirausahaan lokal perlu memperhatikan potensi wilayah masing-masing agar kegiatan usaha lebih relevan dan berkelanjutan (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2021). Sasaran utama dari kegiatan ini adalah kelompok pelaku UMKM yang terdiri dari Ibu PKK, ibu rumah tangga yang tergolong produktif, serta pemuda-pemudi nagari yang memiliki ketertarikan dan potensi untuk mengembangkan usaha berbasis pangan lokal. Dalam upaya membangun daya saing yang lebih luas, pemahaman tentang manajemen pemasaran strategis juga dibutuhkan untuk menghadapi persaingan yang semakin global (Kotler & Keller, 2016). Diharapkan melalui kegiatan ini, mereka mampu memperoleh pengetahuan dan keterampilan dasar dalam mengelola usaha secara lebih efisien dan berkelanjutan.

Sebelum kegiatan dilaksanakan, tim melakukan koordinasi dengan berbagai pihak terkait di tingkat nagari. Koordinasi dilakukan bersama Wali Nagari, perangkat nagari, dan tokoh masyarakat guna memastikan kesesuaian peserta yang dilibatkan serta untuk memperoleh dukungan kelembagaan lokal yang dibutuhkan selama proses pelaksanaan. Pendekatan ini penting untuk membangun rasa memiliki masyarakat terhadap kegiatan serta menciptakan sinergi antara akademisi dan pemangku kepentingan lokal dalam mengembangkan potensi ekonomi berbasis sumber daya lokal.

2.2. Pendekatan Pelaksanaan

Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini Adalah ceramah dan simulasi dengan penerapan konsep Break Even Point (BEP) atau Titik Impas, yang merupakan salah satu alat analisis keuangan sederhana namun penting dalam manajemen usaha. BEP digunakan untuk menentukan jumlah minimum penjualan yang harus dicapai agar total pendapatan sama dengan total biaya, sehingga usaha tidak mengalami kerugian maupun keuntungan. Melalui pelatihan ini, peserta diperkenalkan pada tahapan-tahapan dasar dalam menghitung BEP, mulai dari mengidentifikasi biaya tetap (fixed cost), biaya variabel (variable cost), hingga harga jual per unit produk. Pendekatan ini bersifat aplikatif karena peserta diajak langsung menggunakan data usaha yang mereka miliki dalam perhitungan. Secara teknis, rumus perhitungan BEP adalah sebagai berikut:

$$BEP \text{ (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual per Unit} - \text{Biaya Variabel per Unit}}$$

Melalui rumus ini, peserta dapat mengetahui jumlah minimum unit produk yang harus dijual agar usaha mencapai titik impas. Sebagai contoh, jika seorang pelaku usaha Maco Adaik memiliki biaya tetap sebesar Rp500.000 per bulan, harga jual per bungkus Rp5.000, dan biaya variabel Rp2.000 per bungkus, maka BEP-nya adalah:

$$BEP = \frac{500.000}{5.000 - 2.000} = \frac{500.000}{3.000} = 167 \text{ bungkus (dibulatkan)}$$

Artinya, pelaku usaha harus menjual minimal 167 bungkus Maco Adaik per bulan untuk menutupi seluruh biaya usaha. Dengan memahami perhitungan ini, peserta dapat lebih bijak dalam menetapkan target penjualan, merencanakan produksi, dan menentukan strategi harga yang kompetitif.

2.3. Tahapan Kegiatan

Kegiatan ini dilaksanakan melalui lima tahapan utama yang terstruktur untuk mencapai hasil yang maksimal bagi pelaku UMKM lokal di Nagari Sungayang.

1. Tahap Persiapan dan Survei Lapangan

Kegiatan diawali dengan survei lapangan yang bertujuan untuk memetakan potensi ekonomi lokal, khususnya produk *Maco Adaik*, serta mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM setempat. Survei dilakukan melalui wawancara langsung dengan warga, perangkat nagari, dan pelaku usaha. Selain itu, pada tahap ini juga dilakukan pemetaan mitra strategis seperti BUMNag dan kelompok usaha yang aktif di nagari untuk dilibatkan dalam pelaksanaan kegiatan.



Gambar 1. Tahap Persiapan dan Survei Lapangan

2. Tahap Perencanaan Program dan Penyusunan Materi

Berdasarkan temuan dari hasil survei, tim merancang materi pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan peserta. Fokus materi meliputi pemahaman dasar konsep BEP, cara menghitung biaya tetap dan variabel, penetapan harga jual, serta strategi sederhana dalam pengambilan keputusan usaha. Materi disusun dalam bentuk modul yang mudah dipahami dan dikombinasikan dengan studi kasus berbasis usaha *Maco Adaik*.



Gambar 2. Tahap Perencanaan Program dan Penyusunan Materi

3. Tahap Pelatihan dan Sosialisasi

Pelatihan dilaksanakan secara langsung di Aula Wali Nagari Sungayang dengan metode ceramah interaktif, simulasi, dan diskusi kelompok. Peserta dilibatkan secara aktif dalam praktik perhitungan BEP menggunakan data usaha mereka sendiri. Selain itu, diberikan juga pembekalan terkait pencatatan sederhana, strategi harga, serta pemahaman terhadap titik impas agar peserta dapat mengembangkan usahanya secara lebih terarah dan efisien.



Gambar 3. Tahap Pelatihan dan Sosialisasi

4. Tahap Pendampingan Lanjutan

Setelah pelatihan, tim melakukan pendampingan selama 1–2 bulan untuk memastikan bahwa peserta mampu menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh. Kegiatan ini mencakup bimbingan dalam menyusun perhitungan harga pokok produksi, analisis laba-rugi sederhana, serta penguatan kelembagaan usaha. Pendampingan juga difasilitasi oleh

mahasiswa sebagai mitra lapangan yang membantu dalam proses monitoring dan asistensi teknis.



Gambar 4. Tahap Pendampingan Lanjutan

5. Tahap Evaluasi dan Refleksi

Evaluasi dilakukan melalui diskusi kelompok terarah (FGD) dan penyebaran kuesioner untuk mengukur dampak kegiatan terhadap pemahaman dan keterampilan peserta. Keberhasilan kegiatan diukur berdasarkan indikator seperti: (1) meningkatnya pemahaman peserta terhadap konsep BEP dan HPP, (2) peserta mampu menyusun perhitungan BEP usaha mereka secara mandiri, dan (3) adanya minimal satu kelompok usaha Maco Adaik yang menunjukkan peningkatan strategi usaha pasca pelatihan.



Gambar 5. Tahap Evaluasi dan Refleksi

2.4. Mitra Kegiatan

Mitra yang terlibat dalam kegiatan ini terdiri dari berbagai pihak yang memiliki peran strategis dalam mendukung keberhasilan program, yaitu:

1. Wali Nagari dan Perangkat Nagari Sungayang, yang berperan sebagai fasilitator lokal, memberikan dukungan administratif serta menyediakan sarana dan prasarana kegiatan, seperti tempat pelatihan dan akses terhadap kelompok sasaran.
2. BUMNag Sungayang dan Kelompok Usaha Masyarakat, yang menjadi mitra potensial dalam pengembangan kelembagaan usaha lokal serta menjadi wadah lanjutan dalam penguatan ekonomi berbasis produk unggulan nagari, yaitu *Maco Adaik*.
3. Dinas Koperasi, UKM, dan Perdagangan Kabupaten Tanah Datar, sebagai mitra pendukung dalam hal legalitas usaha, akses terhadap pelatihan lanjutan, serta potensi promosi dan pemasaran produk melalui event pemerintah daerah.
4. Mahasiswa pendamping lapangan, yang dilibatkan sebagai tenaga teknis dalam membantu pelaksanaan pelatihan, dokumentasi, serta melakukan asistensi terhadap peserta selama proses pelatihan dan pendampingan usaha.

2.5. Luaran yang Diharapkan

Luaran dari kegiatan ini meliputi:

1. Terbentuknya kelompok usaha Masyarakat, yang fokus pada pengembangan produk *Maco Adaik* berbasis perhitungan usaha sederhana dan pencatatan biaya produksi.
2. Minimal satu varian produk Maco Adaik, yang dikemas secara menarik dan layak untuk dipasarkan di tingkat lokal, baik secara offline maupun online.
3. Modul pelatihan dan video tutorial, tentang perhitungan Break Even Point (BEP) untuk UMKM berbasis pangan tradisional sebagai bahan ajar berkelanjutan.
4. Peningkatan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM, dalam melakukan pencatatan biaya, penetapan harga, dan analisis titik impas sebagai dasar pengambilan keputusan usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam analisis kelayakan usaha mikro, khususnya pada tahap awal pengembangan usaha, pemahaman terhadap perhitungan titik impas atau Break Even Point (BEP) merupakan aspek yang sangat penting. Perhitungan BEP memberikan informasi strategis mengenai jumlah minimum produk yang harus dijual agar usaha tidak mengalami kerugian. Pemahaman ini didasari oleh prinsip-prinsip ekonomi mikro yang membantu pelaku usaha memahami perilaku konsumen dan produsen dalam pasar (Prawirokusumo, 1997), serta pentingnya produksi dan manajemen operasional sebagai fondasi utama dalam mengelola usaha secara efisien (Gaspersz, 2002). Dalam kegiatan pendampingan ini, dilakukan simulasi perhitungan BEP terhadap usaha kuliner Maco Adaik yang diproduksi dalam skala rumahan dengan jumlah produksi sebanyak 30 bungkus per siklus produksi.

Biaya Produksi dan Struktur Biaya Usaha

Berdasarkan data yang dihimpun dari mitra UMKM, diketahui bahwa usaha ini memiliki dua jenis biaya utama, yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap dalam satu bulan berasal dari biaya sewa tempat usaha sebesar Rp300.000, sementara komponen penyusutan aset belum dihitung karena tidak ada pencatatan aset tetap yang mengalami depresiasi selama periode evaluasi ini.

Sementara itu, biaya variabel terdiri dari seluruh komponen bahan baku dan overhead langsung yang berubah tergantung pada jumlah produksi. Biaya variabel untuk memproduksi 30 bungkus Maco Adaik mencakup bahan-bahan seperti bawang merah, cabai, kelapa, bawang putih, bumbu maco, minyak goreng, royco dan bumbu lain, overhead produksi, serta biaya kemasan. Jumlah total biaya variabel untuk 30 bungkus adalah sebesar Rp242.500, yang jika dihitung per unit, menghasilkan biaya variabel per bungkus sebesar Rp8.083,33.

Dengan menetapkan harga jual per bungkus Maco Adaik sebesar Rp18.100, maka margin kontribusi per unit (harga jual dikurangi biaya variabel) adalah sebesar Rp10.016,67. Margin kontribusi ini menjadi dasar dalam perhitungan BEP untuk mengetahui berapa banyak produk minimal yang harus terjual agar seluruh biaya tetap dapat ditutup.

Perhitungan Titik Impas (BEP)

Perhitungan BEP dilakukan dalam dua bentuk, yaitu dalam satuan unit dan dalam satuan rupiah. Rumus perhitungan BEP dalam unit adalah sebagai berikut:

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual per unit} - \text{Biaya Variabel Per Unit}}$$

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Rp. 300.000}}{\text{Rp. 18.100} - \text{Rp. 8.083,33}} = 29,95 \text{ unit}$$

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa titik impas tercapai pada angka 29,95-unit, yang secara praktis dibulatkan menjadi 30 unit. Artinya, jika pelaku usaha menjual sebanyak 30 bungkus Maco Adaik dalam satu bulan, maka ia baru menutup seluruh biaya produksi tanpa mengalami kerugian maupun memperoleh keuntungan.

Selanjutnya, perhitungan BEP dalam satuan rupiah dihitung dengan mengalikan BEP unit dengan harga jual per unit:

$$\text{BEP Rupiah} = 30 \times \text{Rp. 18.100} = \text{Rp. 543.000}$$

Ini berarti bahwa pendapatan minimal yang harus diperoleh pelaku usaha dalam satu bulan untuk mencapai titik impas adalah Rp543.000. Jika pendapatan penjualan berada di bawah nilai tersebut, maka usaha akan mengalami kerugian. Sebaliknya, apabila pendapatan melebihi angka tersebut, maka pelaku usaha mulai mendapatkan keuntungan.

Interpretasi dan Implikasi bagi Pengembangan Usaha

Hasil analisis ini memberikan gambaran yang jelas kepada pelaku UMKM mengenai strategi minimum yang perlu dicapai dalam operasional bulanannya. Dengan hanya menjual 30 bungkus Maco Adaik per bulan, pelaku usaha sudah mampu menutupi seluruh biaya operasional. Target penjualan ini tergolong realistis dan tidak terlalu tinggi, sehingga sangat memungkinkan untuk dicapai oleh pelaku usaha kecil yang memasarkan produknya di tingkat lokal. Di samping itu, pemanfaatan digital marketing dapat menjadi strategi adaptif untuk memperluas jangkauan pasar, terutama sejak masa pandemi (Maulana & Wibowo, 2021).

Informasi BEP ini juga sangat berguna sebagai alat perencanaan usaha. Misalnya, apabila pelaku usaha ingin memperoleh laba sebesar Rp500.000 per bulan, maka ia dapat melakukan simulasi penjualan dengan menambahkan target laba ke dalam perhitungan. Selain

itu, margin kontribusi yang cukup besar (sekitar Rp10.000 per unit) menunjukkan bahwa produk Maco Adaik memiliki potensi keuntungan yang menarik jika dikelola secara efisien.

Dalam konteks pendampingan UMKM di Nagari Sungayang, edukasi mengenai perhitungan BEP ini memberikan dampak positif yang signifikan. Pelaku usaha menjadi lebih sadar akan pentingnya pencatatan biaya dan perencanaan keuangan. Dengan alat bantu sederhana seperti spreadsheet Excel, pelaku UMKM dapat secara mandiri menghitung BEP dan melakukan evaluasi performa usahanya setiap bulan.

Lebih jauh lagi, pemahaman terhadap struktur biaya memungkinkan pelaku usaha melakukan strategi efisiensi, misalnya dengan menekan biaya overhead atau mencari bahan baku yang lebih terjangkau tanpa menurunkan kualitas produk. Strategi penetapan harga juga menjadi lebih rasional karena didasarkan pada analisis yang berbasis data dan bukan hanya intuisi atau mengikuti harga pasar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan ini dilakukan di Nagari Sungayang dengan pendekatan perhitungan Break Even Point (BEP) berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan dasar manajemen keuangan bagi pelaku UMKM Maco Adaik. Berdasarkan hasil analisis, usaha Maco Adaik mencapai titik impas pada penjualan 30 kemasan per bulan dengan harga jual Rp18.100 per kemasan, biaya tetap Rp300.000, dan biaya variabel per unit Rp8.083. Peningkatan literasi keuangan ini mendorong peserta untuk lebih terarah dalam menetapkan harga, merencanakan produksi, dan mengelola usaha secara berkelanjutan. Dukungan mitra lokal seperti Wali Nagari, kelompok PKK, dan mahasiswa turut memperkuat efektivitas pendampingan. Pelaksanaan kegiatan menghadapi keterbatasan waktu dan jumlah peserta, sehingga pendampingan belum dapat dilakukan secara mendalam untuk semua pelaku usaha. Selain itu, monitoring jangka panjang terhadap penerapan BEP belum dilakukan secara sistematis.

Untuk memastikan keberlanjutan, kegiatan ini akan dikembangkan melalui, Pelatihan lanjutan tentang pencatatan keuangan berbasis digital, Kerja sama dengan BUMNag untuk mendukung kelembagaan usaha dan pemasaran produk, serta program replikasi di nagari lain yang memiliki potensi produk unggulan serupa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya disampaikan kepada Pemerintah Nagari Sungayang atas dukungan dan kerja samanya dalam mendukung kelancaran kegiatan ini, serta kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia atas kepercayaan dan pendanaannya melalui Program Pengabdian kepada Masyarakat dengan Nomor Kontrak: 056/C3D3.05.00/PM/2025. Penghargaan yang sama juga diberikan kepada para peserta kegiatan yang telah berpartisipasi secara aktif selama pelaksanaan program, serta kepada seluruh pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang telah memberikan kontribusi, dukungan moral, fasilitas, serta semangat kebersamaan sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik dan mencapai tujuannya sebagaimana yang telah direncanakan.

Semoga hasil dari program ini memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi masyarakat, khususnya di Nagari Sungayang, dan menjadi kontribusi nyata dalam mendukung penguatan potensi lokal dan pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Fitriani, F., Ferazona, S., Suyono, A., Saputra, R. E., & Defriona, B. (2024). Pentingnya literasi keuangan digital bagi usaha mikro, kecil, dan menengah. *Amal Ilmiah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 45–52. <https://doi.org/10.36709/amalilmiah.v5i2.184>
- Gaspersz, V. (2002). *Production and operations management*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hidayat, A. A. (2019). *Manajemen usaha mikro kecil dan menengah*. Deepublish.
- Irawan, M. R., & Tanjung, H. (2020). Analisis titik impas (Break Even Point) sebagai alat perencanaan laba pada usaha mikro. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 123–130.
- Kartika, R., Komalasari, S. P., Triani, L. A., Putri, R. D., Afifah, N. N., Setia, A., & Istivani, F. (2025). Improving financial efficiency and business of Eikora ecoprint through training and assistance in Padang Panjang. *Bina Praja: Journal of Community Service*, 8(1), 58–64. <https://doi.org/10.25077/bina.v8i1.714>
- Kesumah, F. S. D., Mardiana, N., Muslimin, & Andriani, L. (2024). Peningkatan literasi keuangan dan sistem pembiayaan bagi pelaku UMKM di Desa Tarahan Lampung Selatan. *BEGAWI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 88–95. <https://begawi.feb.unila.ac.id>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Mahmud, M. D., Ridwan, M., Hajar, H., Rahayu, R., Sudirman, M. S., & Musir, M. (2024). Penguatan literasi keuangan UMKM melalui pelatihan pencatatan keuangan bisnis berbasis aplikasi. *Jurnal PkM (Pengabdian kepada Masyarakat)*, 7(2), 120–130. <https://journal.lppmunindra.ac.id>
- Maulana, R., & Wibowo, A. (2021). Strategi digital marketing UMKM pasca pandemi. *Jurnal Hilirisasi Ipteks*, 2(1), 45–52.
- Marlina, W. A., Novani, N. P., & Handoko, H. (2022). Pelatihan pembukuan keuangan di Yayasan Sumatra Volunteer di Jorong Balai Labuah Bawah Kabupaten Tanah Datar. *Bina Praja: Journal of Community Service*, 5(3), 271–279. <https://doi.org/10.25077/bina.v5i3.386>
- Nugroho, R. (2014). *Pemberdayaan masyarakat: Teori dan praktik*. Pustaka Pelajar.
- RI, K. K. dan U. K. M. (2021). *Pedoman pengembangan kewirausahaan berbasis potensi lokal*. Kemenkop UKM.
- Sari, D. P., & Ramadhan, T. (2023). Penguatan UMKM berbasis potensi lokal. *Buletin Ilmiah Nagari Membangun*, 5(2), 88–95.

- Setiawan, B. (2025). Peningkatan literasi dan inklusi keuangan bagi pelaku UMKM di Desa Lembak. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 9(3), 101–110. <https://journal.ummat.ac.id>
- Silmi, S., Triani, L. A., Albar, B. B., & Suryani, I. P. (2023). Sosialisasi dan bimbingan penyusunan laporan keuangan sesuai SAK EMKM kepada pengelola UMKM. *Warta Pengabdian Andalas*, 30(3), 492–497.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Supriyono, R. A. (2017). Analisis break-even point dan pengambilan keputusan investasi. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 5(1), 1–10.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. (2008).
- Winarno, F. G. (2004). *Kimia pangan dan gizi*. PT Gramedia.
- Yuliarmi, N. N. (2020). Pelatihan UMKM berbasis potensi lokal sebagai upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 89–96.