

## Peningkatan Kemampuan Menghitung BEP dan Pemasaran Melalui E-Commerce pada Usaha “Aprilla Puding and Cake”

Anton Robiansyah<sup>1</sup>, Eka Wirajuang Daurrohmah<sup>2\*</sup>, Pesi Suryani<sup>3</sup>,  
Selly Anastassia Amellia Kharis<sup>4</sup>, Edward Zubir<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Universitas Terbuka, Banten, Indonesia  
\*ekawirajuang@ecampus.ut.ac.id

Received 20-01-2023

Revised 23-01-2023

Accepted 06-02-2023

### ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mahasiswa dalam menghitung *Break Event Point* (BEP) dan cara memasarkan produk melalui *marketplace*. Kegiatan dilaksanakan melalui pelatihan dan pendampingan, tahap pertama dilakukan pelatihan menghitung *Break Event Point* (BEP) dan penyusunan laporan keuangan, pelatihan membuat *packaging* atau kemasan yang menarik, dan pelatihan pemasaran produk melalui *e-commerce*. Tahap kedua dilakukan pendampingan perhitungan BEP dan pembuatan *packaging* yang menarik. Setelah mengikuti kegiatan ini diharapkan mitra dapat menghitung BEP produknya dengan tepat, mampu membuat *packaging* yang menarik dan mampu memasarkan produknya melalui *marketplace* sehingga dapat meningkatkan penjualan produk. Mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah unit UMKM milik mahasiswa Jurusan Akuntansi UPBJJ-UT Jakarta yang bernama Isnaini Ulfa Aprilla dengan nama usaha “Aprilla Pudding and Cake”. Luaran yang diharapkan dari kegiatan PkM ini adalah adanya peningkatan omset penjualan, kualitas *packaging* produk dan kemampuan marketing mitra.

**Kata kunci:** *Break Event Point* (BEP); Pemasaran; E-Commerce.

### ABSTRACT

*This community service activity aims to increase student knowledge and skills in calculating the break even point (BEP) and how to market products through the marketplace. Activities are carried out through training and mentoring, the first stage is training on calculating break event points (BEP) and preparing financial reports, training on making attractive packaging, and training on product marketing through e-commerce. The second stage is accompaniment in BEP calculations and making attractive packaging. After participating in this activity, partners are expected to be able to calculate the BEP of their products correctly, make attractive packaging, and market their products through the marketplace so that they can increase product sales. The partner in this service activity is the MSME unit owned by a Jakarta UPBJJ-UT Accounting Department student named Isnaini Ulfa Aprilla with the business name "Aprilla Pudding and Cake". The expected outputs from this PkM activity are an increase in sales turnover, product packaging quality, and partners' marketing capabilities.*

**Keywords:** *Break Event Points* (BEP); Marketing; E-Commerce.

## PENDAHULUAN

Revolusi industri era 4.0 membuat hampir semua aktivitas menggunakan teknologi dan mengalami digitalisasi (Yusnaini & Slamet, 2019). Pandemi Covid-19 semakin mempercepat transformasi digital (Widnyani, Astitiani, & Putri, 2021). Di Indonesia sendiri terjadi perubahan yang signifikan penggunaan internet selama

pandemi Covid-19 (Wijoyo, 2021). Menurut ketua GAPMMI, Adhi Lukman pada tahun 2020 Indonesia tercatat sebagai negara dengan pengguna internet terbesar keempat di dunia dengan jumlah mencapai 160 juta orang (Kurniawan, 2021). Aktivitas jual beli yang semula hanya dilakukan tatap muka mengalami perubahan. Jual beli kini telah dilakukan melalui jaringan internet, mulai dari pembelian kebutuhan dasar seperti sembako, pakaian, alat rumah tangga sampai makanan. Kekuatan dan peluang UMKM semakin besar dalam menjalankan usahanya dengan menggunakan internet dalam menerima pemesanan, seperti melalui aplikasi GoFood, GrabFood, ShopeeFood ataupun aplikasi lainnya (Haque, Munawaroh, & Sunarsi, 2020).

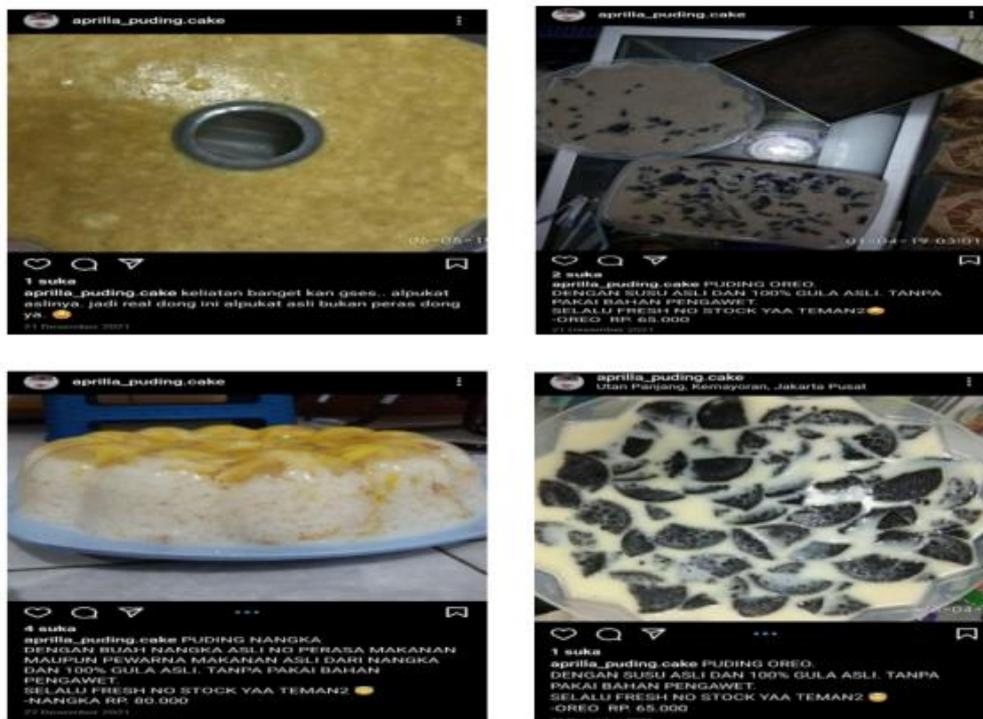
Tren berbelanja secara online di kalangan generasi Z dan milenial menjadi peluang tersendiri bagi pelaku usaha, khususnya pelaku UMKM di Indonesia (Fawahan & Purnasari, 2022). Pelaku UMKM harus dapat beradaptasi dan mengubah operasi bisnis mereka. Untuk memanfaatkan peluang tersebut diperlukan kemampuan untuk memanfaatkan platform digital atau *marketplace* untuk dapat memasarkan produk mereka (Febriyantoro & Arisandi, 2018). Namun, tidak semua pelaku UMKM mampu beradaptasi dengan mudah ke platform digital, untuk itu diperlukan pelatihan berupa pelatihan *internet marketing* atau bisnis digital.

Dewasa ini, semangat atau tren wirausaha di kalangan anak muda atau mahasiswa sangat meningkat. Sebagaimana diungkapkan oleh Prof. Nizam (Pelaksana tugas Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi dan Ristek Kemendikbudristek) bahwa perkembangan perusahaan rintisan di Indonesia menempati peringkat ke lima di dunia (Widiyanto, 2021). Namun pada praktiknya di lapangan semangat yang luar biasa dari mahasiswa ini tidak didukung oleh kemampuan yang memadai baik dari segi keuangan maupun non keuangan. Untuk itu, perlu diberikan pendampingan kepada mahasiswa agar dapat mengelola usahanya dengan optimal. Dalam rangka menumbuhkan jiwa *entrepreneur* dan meningkatkan kemampuan dalam berwirausaha khususnya bagi mahasiswa Universitas Terbuka.

Mitra dalam kegiatan PkM Kewirausahaan ini adalah unit UMKM milik mahasiswa Jurusan Akuntansi UPBJJ-UT Jakarta yang bernama Isnaini Ulfa Aprilla, dimana usahanya sendiri diberi nama "*Aprilla Pudding and Cake*". Usaha ini didirikan pada tahun 2016, dimulai dengan menerima pesanan dari rumah. Pelanggan *Aprilla Pudding and Cake* masih dalam lingkup kecil, yaitu tetangga dan teman-teman kuliah. Selain itu, media promosi yang digunakan hanya melalui WhatsApp dan media sosial lainnya dimana belum menggunakan platform *marketplace*. Usaha penjualan *Pudding and Cake* ini dijalankan sendiri oleh April dan dibantu oleh Ibunya dalam membuat *Pudding dan Cake*.

Mitra mengelola usahanya secara otodidak tanpa ada pendampingan sehingga dalam menjalankan usahanya, kadang mitra mengalami kesulitan. Salah satu kesulitan yang dihadapi adalah kesulitan dalam menentukan berapa besar modal yang telah dikeluarkan dan kesulitan menentukan harga jual produk agar tetap mendapatkan keuntungan, namun harga tetap bersaing di pasar. Apalagi dalam proses pembuatan

*Pudding* dan *Cake* ini, mitra masih menggunakan dapur dan peralatan yang sama dengan keluarganya sehingga modal sesungguhnya dalam memproduksi *Pudding* dan *Cake* ini tidak dapat dihitung dengan tepat oleh mitra. Selain itu, kendala yang dihadapi oleh mitra adalah *packaging* dari produk yang dijual masih kurang menarik dibandingkan produk sejenis yang dijual pesaing. Produk yang dijual oleh mitra ditunjukkan pada Gambar 1. Kemasan atau *packaging* merupakan salah satu ujung tombak penjualan suatu produk (Zen dkk, 2017). *Packaging* awalnya hanya berfungsi sebagai wadah atau bungkus yang berfungsi untuk melindungi atau menutupi atau untuk memudahkan suatu produk dibawa, tetapi seiring perkembangan zaman, *packaging* dituntut untuk mampu menumbuhkan ketertarikan konsumen untuk membeli (Fishel, 2005). Hal ini menunjukkan betapa pentingnya *packaging* dalam pemasaran suatu produk.



**Gambar 1.** Produk yang dijual

Berdasarkan hasil diskusi ditemukan beberapa permasalahan yang dihadapi mitra dalam menjalankan usahanya, yaitu (1) Mitra masih kesulitan dalam menghitung *Break Even Point* (BEP), (2) *Packaging* yang masih kurang menarik, (3) Mitra belum memahami cara untuk memasarkan produk melalui *e-commerce*, terutama kemitraan melalui aplikasi *Gofood*, *Grabfood* dan *Shopeefood*, (4) Mitra membutuhkan peralatan penunjang produksi *Pudding* dan *Cake* berupa *mixer* dan oven. Tujuan dari pelaksanaan PkM Kewirausahaan ini adalah (1) Untuk meningkatkan kemampuan menghitung BEP, (2) Untuk meningkatkan daya jual produk (3) Untuk meningkatkan pemasaran produk melalui *e-commerce* agar lebih mudah dijangkau *customer*.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan yang digunakan oleh tim pengabdian kepada masyarakat adalah pelatihan dan pendampingan. Tahapan pelaksanaan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan dibagi menjadi tiga yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, serta *monitoring* dan evaluasi. Tahapan yang pertama adalah tahapan persiapan. Tahapan persiapan dilaksanakan melalui 4 kegiatan yaitu survei mitra dan identifikasi permasalahan yang dihadapi mitra, pembuatan proposal, *Forum Group Discussion* (FGD) bersama mitra terkait solusi yang ditawarkan berdasarkan identifikasi masalah, dan pembuatan bahan pelatihan. Pada kegiatan FGD dilakukan juga penyamaan persepsi dan sosialisasi tentang kegiatan yang dilaksanakan. Dalam kegiatan terakhir pada tahapan pertama, tim pengabdian bersama mitra menyiapkan bahan-bahan yang diperlukan dalam kegiatan pelatihan.

Tahapan kedua yaitu tahap pelaksanaan. Pada tahap pelaksanaan ini dilaksanakan dua kegiatan, yaitu pelatihan dan pendampingan. Pelatihan yang dilakukan terdiri dari pelatihan perhitungan *BEP*, pelatihan membuat *packaging* yang menarik, pelatihan cara meningkatkan pemasaran dengan *e-commerce*. Sedangkan kegiatan pendampingan yang dilakukan terdiri dari pendampingan perhitungan *BEP* dan penyusunan laporan keuangan dan pendampingan pembuatan *packaging* yang menarik.

Tahapan terakhir adalah *monitoring* dan evaluasi. Di tahap ini, tim pengabdian kepada masyarakat melakukan *monitoring* terhadap hasil pelatihan dan pendampingan yang telah diberikan. Kemampuan mahasiswa dalam menghitung biaya pokok produksi dan menyusun laporan keuangan dengan tepat menjadi indikator dalam *monitoring* dan evaluasi. Selain itu, evaluasi juga dilakukan terkait peningkatan nilai penjualan setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan.

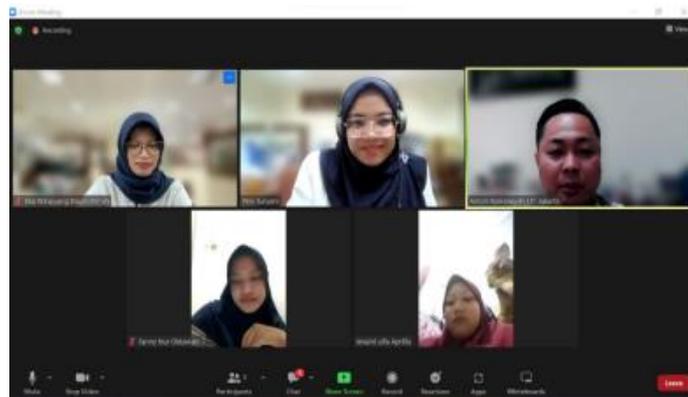
## **HASIL KEGIATAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat terkait kewirausahaan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra (mahasiswa Jurusan Akuntansi UPBJJ-UT Jakarta yang memiliki usaha) dalam menghitung biaya pokok produksi dan cara memasarkan produk melalui *marketplace*. Kegiatan ini telah dilaksanakan melalui pelatihan dan pendampingan. Pelatihan pertama mengenai menghitung *BEP* dan penyusunan laporan keuangan yang dilakukan secara daring, pelatihan kedua mengenai membuat *packaging* atau kemasan yang menarik, dan pelatihan ketiga mengenai pemasaran produk melalui *e-commerce*. Sedangkan pendampingan yang diberikan kepada mahasiswa adalah pendampingan secara langsung dalam perhitungan *BEP* usaha dan pendampingan pembuatan *packaging* yang menarik. Adapun hasil dari pelatihan dan pendampingan ini adalah: a. Mahasiswa mampu menghitung *BEP* dan penyusunan laporan keuangan b. Mahasiswa mampu membuat *packaging* atau kemasan yang menarik c. Mahasiswa mampu memasarkan produknya di platform *e-commerce*.

Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini mahasiswa mampu menghitung BEP dan penyusunan laporan keuangan, mampu membuat *packaging* atau kemasan yang menarik dan mampu memasarkan produk melalui *e-commerce*, yang mana pelaksanaan pengabdian ini terdiri dari langkah-langkah berikut ini.

## Pelatihan

Mahasiswa diberikan tiga jenis pelatihan, yaitu pelatihan menghitung BEP produk, pelatihan untuk membuat packing atau kemasan yang menarik dan pelatihan cara peningkatan pemasaran melalui *e-commerce*, dimana kegiatan ini dilaksanakan secara daring. Gambar 2 menunjukkan pembukaan pelatihan Tahap 1.



**Gambar 2.** Pembukaan Pelatihan Tahap 1

Pada tahap ini, mahasiswa diajarkan bagaimana cara menghitung BEP yang benar agar mampu menentukan harga jual yang bersaing dengan kompetitor dan mampu menentukan volume produk yang harus dijual agar bisa mencapai laba atau keuntungan atau melebihi BEP. Setelah mahasiswa mampu menghitung BEP yang tepat, selanjutnya mahasiswa dibekali juga pengetahuan dan kemampuan untuk menyusun laporan keuangan sederhana dari usaha yang dimiliki agar mampu melihat menghitung laba yang diperoleh selama satu bulan atau satu periode pembukuan. Gambar 3 menunjukkan pelatihan perhitungan BEP yang dilakukan kepada mahasiswa.



**Gambar 3.** Pelatihan Penghitungan BEP

Selanjutnya dilakukan pelatihan perhitungan BEP pada usaha milik mahasiswa. Tabel 1 menunjukkan hasil latihan perhitungan BEP.

**Tabel 1.** Latihan Perhitungan BEP

<b>Perhitungan BEP</b>		
<b>Komponen biaya</b>		
<b>Biaya tetap</b>		1.874.700
Pembelian Oven	1.225.500	
Pembelian Mixer	239.200	
Pembelian Dandang + Spatula	160.000	
Pembelian Loyang	150.000	
pembelian tabung gas	100.000	
<b>Biaya Variabel</b>		783.130
Pembelian Baking Paper	56.400	
Pembelian Box Kue	83.000	
Pembelian Peralatan Packaging	124.930	
Pembelian Bahan Kue	321.000	
Pembelian Bahan Kue	22.100	
Pembelian Bahan Kue	49.500	
Pembelian Peralatan Packaging	46.200	
Biaya listrik	50.000	
Biaya gas	30.000	
HPP		2.657.830
Jumlah produksi per produksi		20
Harga per unit		60.000
Biaya variabel per unit		39.157
Kontribusi margin per unit		20.844
<b>BEP</b>	= Biaya Tetap / (Harga Per Unit - Biaya Variabel Per Unit)	
	= 90 unit	
<b>BEP</b>	= Biaya Tetap / (Kontribusi Margin Per Unit / Harga Per Unit)	
	= Rp 5.396.503	

Pelatihan selanjutnya yang diberikan kepada mahasiswa adalah bagaimana cara membuat *packaging* yang menarik untuk produk yang dihasilkan, kegiatan ini juga dilaksanakan secara daring. Mahasiswa diberikan pengetahuan atau *insight* terkait pengemasan produk yang kekinian yang menarik di pasaran. Diharapkan dengan memberikan referensi berbagai produk yang sedang *hits* di pasaran mahasiswa mampu mengeksplere atau mendapatkan ide pengemasan yang menarik sesuai dengan karakteristik produk yang dijual. Mahasiswa pada tahap selanjutnya diberikan pelatihan terkait bagaimana menggunakan platform *e-commerce* dalam

memasarkan produknya. Mahasiswa diajarkan bagaimana mengajukan kemitraan dengan Gofood, shopeefood dan grabfood. Mahasiswa telah berlatih secara langsung untuk mendaftarkan usahanya di salah satu platform *e-commerce*. Gambar 4 menunjukkan akun *shopeefood* Aprilla Puding and Cake.



**Gambar 4.** Akun Shopeefood Aprilla Puding and Cake

### Pendampingan

Setelah mahasiswa mampu menghitung BEP dan menyusun laporan keuangan sederhana, serta membuat *packaging* yang menarik maka selanjutnya tim pengabdian kepada masyarakat melakukan pendampingan dan melihat langsung kegiatan produksi produk oleh mahasiswa. Gambar 5 menunjukkan proses dan hasil pembuatan kue.



**Gambar 5.** Proses dan Hasil Pembuatan Kue

Pada tahap ini, mitra atau mahasiswa memperlihatkan proses pembuatan pembuatan produk berupa *Cake* dan *Pudding* , selanjutnya bagaimana mereka mengemas produk tersebut dengan menarik. Gambar 6 menunjukkan proses dan hasil pembuatan *Pudding* .



**Gambar 6.** Proses dan Hasil Pembuatan Puding

Dari kegiatan pendampingan ini, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa mampu menerapkan dengan baik hasil pelatihan yang diberikan berupa penghitungan BEP dan menyusun laporan keuangan, serta mampu mengemas produk mereka dengan baik.

### **Pembelian Peralatan Penunjang**

Selain memberikan pelatihan dan pendampingan kepada mahasiswa yang memiliki usaha, tim pelaksana PkM juga memberikan bantuan berupa peralatan penunjang dalam produksi berupa *mixer*, oven dan loyang kue. Diharapkan dengan bantuan peralatan ini dapat menambah kemampuan produksi produk UMKM mahasiswa ini. Gambar 7 menunjukkan kegiatan penyerahan peralatan penunjang kepada mitra.



**Gambar 7.** Serah Terima Peralatan Penunjang

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian pada masyarakat dengan skema kewirausahaan yang dilakukan bagi mahasiswa Universitas Terbuka yang memiliki usaha, yakni April sebagai pemilik usaha “Apilla Puding and *Cake*” yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut (1) Mahasiswa telah mampu menghitung BEP dengan benar sehingga mampu menentukan harga jual produk yang bersaing dan mampu menentukan volume penjualan agar bisa BEP, (2) Mahasiswa mampu

menyusun laporan keuangan sederhana untuk usaha yang dijalankan sehingga bisa melihat laba yang diperoleh setiap bulannya, (3) Mahasiswa mampu membuat kemasan produk yang menarik, sehingga pembeli tertarik dengan produk yang dijual, (4) Mahasiswa mampu memasarkan produk mereka di platform *e-commerce* seperti Gofood, shopeefood dan Grabfood. Berdasarkan pengalaman yang dilihat dan dirasakan penulis saat melakukan pengabdian ini maka, penulis dalam hal ini bisa memberikan saran: a. Untuk kegiatan PkM selanjutnya diharapkan menjangkau mahasiswa lainnya dengan jenis usaha yang berbeda b. Untuk kegiatan PkM selanjutnya diharapkan dapat melaksanakan pendampingan lebih dari satu kali agar mahasiswa benar-benar mampu mempraktekkan pembukuan dengan baik

### UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian kepada Masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Terbuka yang telah mendukung dana dalam kegiatan ini dan seluruh pihak yang telah membantu terselenggaranya kegiatan ini khususnya Isnaini Ulfa Aprilla selaku pemilik *Aprilla Pudding and Cake* dan mitra dalam kegiatan ini sehingga kegiatan PkM dapat berjalan dengan lancar.

### DAFTAR PUSTAKA

- Fawahan, L., & Purnasari, I. M. (2022). Membangun Branding Produk UMKM Melalui Media Sosial Tiktok. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(1), 280-289.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61-76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Fishel, Catharine. (2005). *Design Secrets: Packaging*. Singapore: Page One.
- Haque, M. G., Munawaroh, M., & Sunarsi, D. (2020). Analysis of SMEs Culinary Marketing Strategy During Covid 19 Pancemic: A Study at "Sate Bebek Cilegon" Resto in Cilegon, Banten. *International Journal of Education, Information Technology, and Others*, 3(2), 447-451.
- Kurniawan, A. (2021). *Penggunaan Internet Terus Meningkat Menjadi Peluang Besar Bagi Pengusaha Kuliner*. Sindonews.Com.
- Widiyanto, D. (2021). *Tren Saat Ini Mahasiswa Tidak Lagi Ingin Menjadi PNS Melainkan Membuka Perusahaan Rintisan*. Krjogja.Com
- Widnyani, N. M., Astitiani, N. L. P. S., & Putri, B. C. L. (2021). Penerapan Transformasi Digital pada UKM Selama Pandemi Covid-19 di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 79-87.

- Wijoyo, H. (2021). *Strategi Pemasaran UMKM di masa pandemi*. Insan Cendekia Mandiri.
- Yusnaini, Y., & Slamet, S. (2019, March). Era Revolusi Industri 4.0: Tantangan Dan peluang Dalam Upaya Meningkatkan Literasi Pendidikan. *In Prosiding Seminar Nasional Program Pascasarjana Universitas PGRI Palembang* (Vol. 12, No. 01).
- Zen, Z. H., Satriardi, S., Dermawan, D., Anggraini, D. A., & Yul, F. A. (2017). Pelatihan desain kemasan produk UMKM di Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar. *Jurnal Pengabdian Untukmu Negeri*, 1(2), 12-15.