

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis pada abad ke-21 menunjukkan kemajuan yang sangat pesat, ditandai dengan meningkatnya jumlah pelaku usaha di berbagai sektor industri. Persaingan yang semakin tinggi mengharuskan setiap perusahaan agar mampu beradaptasi terhadap perubahan dinamika pasar, meningkatkan kualitas produk, serta mengoptimalkan efisiensi proses operasional (Wahyuningsih, 2021). Kondisi ini membuat pelaku usaha untuk terus mengembangkan strategi agar dapat mempertahankan keunggulan yang kompetitif, terutama pada sektor industri makanan dan minuman yang dikenal mempunyai tingkat kompetisi yang tinggi. Industri ini berkembang pesat karena tingginya permintaan masyarakat terhadap produk makanan praktis, berkualitas, serta mempunyai karakteristik tertentu.

Indonesia mempunyai kekayaan bahan pangan dan keragaman produk kuliner yang didukung oleh jumlah penduduk lebih dari 275 juta jiwa, menjadikan bisnis makanan dan minuman sebagai sektor yang sangat potensial. Hal ini terlihat dari sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Indonesia yang mencapai sekitar 64 juta unit pada tahun 2021, di mana sebagian besarnya bergerak di bidang usaha kuliner. Menurut BPS, Produk Domestik Bruto (PDB) industri makanan dan minuman mengalami pertumbuhan 2,54% dengan nilai mencapai Rp775,1 triliun pada tahun 2021 (Dewi et al., 2022).

Kebutuhan dasar manusia terhadap makanan dan minuman menjadikan usaha kuliner sebagai salah satu sektor usaha yang banyak diminati oleh setiap individu yang membutuhkan makanan untuk memenuhi keberlangsungan hidup, sehingga permintaan terhadap produk usaha kuliner

akan selalu ada. Hal ini menyebabkan usaha di bidang kuliner memiliki peluang yang cukup besar untuk terus berkembang dari waktu ke waktu.

Banyak pelaku usaha memilih sektor usaha kuliner karena dinilai memiliki prospek yang menjanjikan dan relatif stabil. Usaha kuliner tidak hanya mampu bertahan dalam jangka panjang, tetapi juga memiliki potensi keuntungan yang berkelanjutan. Selain itu, perkembangan gaya hidup masyarakat, meningkatnya kreativitas dalam pengolahan makanan, serta inovasi produk ikut mendorong pertumbuhan bisnis kuliner. Dengan pengelolaan yang baik, khususnya dalam pengendalian biaya dan penetapan harga, usaha kuliner dapat mencapai tingkat keuntungan yang optimal dan berkontribusi terhadap perekonomian para pelaku usaha (Alamsyah, 2013).

Pengelolaan usaha kuliner yang dilakukan secara efektif dan terencana dapat memberikan keuntungan yang berkelanjutan dalam jangka panjang. Keberhasilan dalam menjalankan usaha kuliner tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga membutuhkan keahlian khusus dalam mengatur operasional, keuangan, dan strategi pemasaran. Usaha kuliner berskala kecil umumnya sangat bergantung pada kemampuan pemilik dalam menyusun strategi usaha, meskipun sering kali dihadapkan pada keterbatasan waktu, modal, dan sumber daya. Kondisi tersebut justru menurut pelaku usaha untuk memiliki perencanaan dasar yang matang agar usaha tetap berjalan secara efisien. Perencanaan yang baik, seperti pengendalian biaya, penetapan harga yang tepat, serta pengelolaan produksi yang sesuai dengan permintaan pasar, menjadi faktor penting dalam menjaga keberlangsungan usaha. Oleh karena itu, meskipun berskala kecil, usaha kuliner tetap memerlukan manajemen yang sistematis agar mampu bersaing dan berkembang di tengah persaingan industri yang semakin ketat (Rahayu et al., 2022).

Pada tingkat nasional. Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam menggerakkan perekonomian Indonesia. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan

mampu menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional, menjadikannya sebagai tulang punggung perekonomian bangsa. Selain itu, menegaskan bahwa UMKM merupakan sektor yang paling cepat dalam menghadapi perubahan ekonomi serta menjadi penopang utama masyarakat di berbagai daerah. Sektor kuliner sendiri termasuk kelompok yang paling berkembang dan memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan daerah (Bakrie et al., 2024).

Dalam konteks industri makanan, salah satu contoh pelaku usaha yang berkembang pesat adalah usaha kuliner mie koclok khas Cirebon yang termasuk dalam kategori industri makanan olahan. Mie koclok sebagai makanan khas daerah telah dikenal luas oleh masyarakat dan memiliki permintaan yang relatif stabil. Popularitas tersebut menunjukkan bahwa usaha kuliner tradisional mampu bertahan dan bersaing di tengah berkembangnya industri makanan modern, perkembangannya menunjukkan bahwa sektor industri makanan tradisional ini mampu memberikan kontribusi nyata terhadap perekonomian daerah, baik melalui penciptaan lapangan kerja maupun peningkatan pendapatan pelaku usaha lokal. Hal ini menegaskan bahwa baik usaha kuliner maupun industri makanan skala besar memiliki peranan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional (Chintiya et al., 2025).

Mie koclok adalah hidangan mie yang berasal dari daerah Cirebon, Jawa Barat, Indonesia, dan telah dikenal sebagai salah satu makanan kuliner tradisional yang memiliki nilai historis dan budaya yang kuat. Berdasarkan berbagai sumber, mie koclok mulai dikenal pada tahun 1945 dan pertama kali diperkenalkan oleh Pak Edy sebagai pemilik arung yang menyajikan kuliner tersebut. Keahlian Pak Edy dalam meracik mie koclok menjadikan makanan ini semakin dikenal dan berkembang, sehingga bermunculan berbagai pelaku usaha mie koclok di daerah Cirebon.

Secara etimologis, istilah “koclok” memiliki beberapa penafsiran. Salah satu pendapat menyatakan bahwa kata “koclok” merupakan akronim dari “Mie khasnya Orang Cirebon yang Lebih Okay”. Pendapat lain

menyebutkan bahwa istilah “koclok” dalam bahasa daerah Cirebon berarti bergoyang atau dikocok, yang merujuk pada proses pembuatan mie koclok yang dilakukan dengan cara mengocok atau menggoyangkan bahan sebelum disajikan.

Mie Koclok merupakan sajian mie yang disiram dengan kuah santan yang gurih dan bertekstur kental. Hidangan ini menggunakan mie basah yang dipadukan dengan kuah kaldu ayam kental serta berbagi bumbu, dan dilengkapi dengan irisan daun bawang, tauge, telur rebus, suwiran ayam, dan taburan bawang goreng. Perpaduan bahan tersebut menghasilkan cita rasa khas yang menjadi daya tarik utama mie koclok bagi konsumen.

Dari segi cita rasa, mie koclok memiliki rasa gurih dan sedikit asin yang berasal dari kuah kaldu dan santan kental. Perpaduan bahan-bahan tersebut menghasilkan cita rasa yang khas dan berbeda dari olahan mie pada umumnya. Untuk memenuhi preferensi konsumen, khususnya penyuka makanan pedas, mie koclok disajikan dengan bubuk cabai dalam wadah terpisah sehingga tingkat kepedasan dapat disesuaikan dengan selera masing-masing. Selain itu, mie koclok memiliki tekstur mie yang lembut dan kenyal, serta suwiran ayam yang berserat halus, sehingga memberikan karakteristik tersendiri pada kuliner khas Cirebon ini (Farezi, 2021). Keunikan rasa dan tekstur tersebut menjadi daya tarik utama yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen serta mendorong pembelian ulang.

Usaha kuliner Mie Koclok Hj. Asma merupakan salah satu usaha makanan tradisional khas Cirebon yang telah berdiri sejak tahun 1885. Usaha ini pertama kali dirintis oleh kakek dari keluarga Hj. Asma dengan sistem penjualan berkeliling menggunakan gerobak. Pada masa awal berdirinya, kegiatan usaha masih bersifat sederhana dan mengandalkan mobilitas pedagang dalam menjangkau konsumen. Seiring berjalannya waktu, usaha tersebut kemudian berkembang dengan membuka tempat usaha tetap sehingga proses produksi dan penjualan dapat dilakukan secara lebih terstruktur. Setelah pendiri pertama meninggal dunia, pengelolaan usaha dilanjutkan oleh anak dari kakek tersebut yang bernama Asma.

Sebagai generasi penerus, Asma mempertahankan resep dan cita rasa khas yang telah diwariskan sebelumnya. Pola pewarisan ini berlangsung secara turun-menurun dalam lingkup keluarga, sehingga usaha tetap berada dalam kepemilikan keluarga dan menjaga keaslian produk.

Selanjutnya, setelah generasi kedua meninggal dunia, usaha kembali diteruskan oleh keturunannya hingga akhirnya tetap dikelola oleh keluarga sampai saat ini. Pola pengelolaan yang bersifat usaha keluarga (*family business*) tersebut menjadi faktor penting dalam menjaga kesinambungan dan stabilitas usaha dari waktu ke waktu. Dalam operasional sehari-hari, usaha ini mampu menjual rata-rata sekitar 60 porsi per hari pada kondisi normal. Namun, pada momen saat momen tertentu seperti Hari Raya Idul Fitri dan tradisi Syawalan, jumlah penjualan dapat meningkat secara signifikan hingga mencapai kurang lebih 250-300 porsi per hari. Hal ini menunjukkan adanya fluktuasi permintaan yang dipengaruhi oleh faktor musiman dan tradisi masyarakat setempat.

Hingga saat ini, usaha Mie Koclok Hj. Asma masih berjalan dan mempertahankan eksistensinya di tengah perkembangan industri kuliner modern. Keberlanjutan usaha yang telah berlangsung lebih dari satu abad tersebut mencerminkan konsistensi dalam menjaga kualitas produk, mempertahankan nilai tradisi keluarga, serta kemampuan beradaptasi dengan dinamika lingkungan usaha.

Fenomena tersebut juga ditemukan pada usaha mie koclok sebagai salah satu kuliner khas yang banyak diminati masyarakat. Berdasarkan observasi awal pada usaha kuliner mie koclok Hj. Asma diketahui bahwa jumlah permintaan mie koclok bersifat fluktuatif. Dalam kondisi permintaan normal, usaha tersebut mampu menjual sekitar 50-70 porsi per hari. Namun, pada saat hari-hari dengan tingkat permintaan yang rendah, jumlah porsi terjual cenderung menurun sehingga produksi harus disesuaikan agar tidak terjadi pemborosan bahan baku. Sebaliknya, pada periode tertentu seperti akhir pekan, hari libur, atau momen khusus seperti hari raya atau syawalan, permintaan mie koclok mengalami peningkatan

yang cukup signifikan, bahkan dapat mencapai hingga 250-300 porsi. Kondisi fluktuasi permintaan tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku usaha dalam menetapkan jumlah produksi yang optimal agar dapat meminimalkan biaya dan memaksimalkan keuntungan.

Fluktuasi permintaan berpengaruh langsung terhadap pengelolaan biaya produksi, terutama biaya variabel pada setiap porsi mie koclok. Ketidaksesuaian antara jumlah produksi dan tingkat permintaan dapat menimbulkan inefisiensi biaya atau kehilangan peluang pendapatan. Oleh karena itu, diperlukan perencanaan produksi dan penjualan yang tepat agar keseimbangan antara biaya dan pendapatan dapat tercapai secara optimal.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk membantu pelaku usaha kuliner mie koclok khas Cirebon dalam menetapkan target penjualan yang selaras dengan tingkat permintaan konsumen yang bersifat dinamis. Penetapan target penjualan yang tepat diharapkan dapat meningkatkan efisiensi pengelolaan usaha serta mengoptimalkan pendapatan. Mengingat mie koclok merupakan produk makanan yang disajikan langsung setelah ada pesanan dari konsumen, maka pengelolaan biaya operasional dan penentuan jumlah penjualan menjadi hal yang penting dalam menjaga keberlangsungan usaha.

Dalam konteks tersebut, analisis *Break Even Point* (BEP) menjadi salah satu pendekatan yang relevan untuk digunakan, karena dapat membantu pelaku usaha mengetahui jumlah penjualan minimal yang harus dicapai agar usaha berada pada kondisi tidak mengalami kerugian. Analisis *Break Even Point* (BEP) sangat sesuai diterapkan pada usaha kuliner seperti mie koclok, karena mampu memberikan gambaran yang jelas mengenai hubungan antara biaya, harga jual, dan tingkat penjualan, sehingga pelaku usaha dapat menyusun strategi penjualan yang lebih efektif dan berkelanjutan (Alhidayatullah, 2025).

Dari sisi akademik, sebagian besar penelitian terdahulu mengenai *Break Even Point* (BEP) fokus pada UMKM atau usaha skala kecil, misalnya pada usaha minyak nilam (Pamungkas & Irawan, 2021) dan

UMKM donat (Handari et al., 2025). Namun demikian, penelitian yang mengkaji penerapan *Break Even Point* (BEP) sebagai dasar penetapan jumlah produksi harian pada usaha kuliner tradisional yang telah berkembang dan memiliki tingkat permintaan relatif stabil, seperti usaha mie koclok khas Cirebon, masih tergolong terbatas. Kondisi tersebut menjadikan penelitian ini penting untuk memberikan kontribusi empiris baru terkait penerapan analisis *Break Even Point* (BEP) dalam perencanaan produksi pada usaha makanan siap konsumsi yang disajikan langsung kepada konsumen. Mengingat karakteristik mie koclok yang diproduksi setelah adanya pesanan, analisis *Break Even Point* (BEP) berperan dalam membantu pelaku usaha menentukan jumlah produksi yang minimal agar usaha tidak mengalami kerugian, sekaligus menjadi dasar dalam pengambilan keputusan usaha.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya referensi akademik mengenai penerapan analisis biaya, pendapatan, dan tingkat produksi dalam industri kuliner tradisional, khususnya pada usaha makanan khas daerah memiliki dinamika permintaan harian. Hingga saat ini, masih terbatas penelitian yang secara spesifik membahas penggunaan *Break Even Point* (BEP) sebagai dasar penetapan jumlah produksi harian pada usaha kuliner siap saji berbasis makanan tradisional, sehingga penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi baru dalam pengembangan kajian industri kuliner (Wahyuningsih, 2021).

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat penelitian yang digunakan untuk menentukan kajian lebih mendalam mengenai bagaimana proses penetapan jumlah produksi dilakukan pada usaha kuliner mie koclok khas Cirebon dan bagaimana penetapan tersebut berkaitan dengan pencapaian kondisi *Break Even Point* (BEP). Penelitian ini juga penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan produksi serta kendala yang muncul dalam proses produksi. Pemahaman yang lebih komprehensif diharapkan dapat menjadi dasar perbaikan strategi produksi yang lebih efisien dan terukur pada usaha tersebut. Oleh karena itu,

penelitian ini relevan dalam mengoptimalkan penetapan target produksi harian melalui pendekatan analisis yang terukur dan berbasis data. Penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan kajian mengenai analisis biaya, pendapatan, dan permintaan, tetapi juga memberikan rekomendasi praktis bagi pelaku usaha kuliner mie koclok khas Cirebon dalam menyusun strategi produksi harian yang lebih efisien dan responsif terhadap perubahan permintaan konsumen.

Dengan demikian, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Penetapan Jumlah Produksi dalam Rangka Mencapai Kondisi *Break Even Point* (BEP) pada Usaha Kuliner Mie Koclok Jatimerta Hj. Asma”**. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana penetapan jumlah produksi yang tepat dapat membantu usaha mencapai titik impas serta memberikan gambaran praktis mengenai penetapan jumlah produksi yang efisien.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, permasalahan yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Belum adanya perhitungan yang jelas dan terstruktur dalam menentukan target produksi harian pada usaha kuliner mie koclok Hj. Asma.
2. Fluktuasi jumlah konsumen harian menyebabkan pendapatan yang diperoleh bersifat tidak stabil.
3. Perubahan harga bahan baku utama, seperti ayam, santan, dan bumbu, berpotensi meningkatkan biaya operasional usaha.
4. Pengelolaan biaya operasional yang kurang optimal dapat mempengaruhi tingkat keuntungan usaha.
5. Belum diketahui secara pasti jumlah produksi minimal yang harus dicapai agar usaha berada pada kondisi *Break Even Point* (BEP).
6. Masih terdapat kendala dalam pengelolaan usaha, khususnya pada aspek pelayanan dan penjualan, yang dapat mempengaruhi efisiensi biaya dan keberlanjutan usaha.

C. Pembatasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada pembahasan mengenai penetapan jumlah produksi harian pada usaha kuliner Mie Koclok Jatimerta Hj. Asma. Analisis penelitian difokuskan pada keterkaitan antara tingkat produksi dengan kemampuan usaha dalam mencapai kondisi *Break Even Point* (BEP). Lingkup penelitian mencakup produk mie koclok yang dijual secara rutin kepada konsumen, serta dibatasi pada kondisi operasional usaha selama periode penelitian berlangsung.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka didapat rumusan masalah penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana proses penetapan jumlah produksi harian pada usaha kuliner Mie Koclok Jatimerta Hj. Asma?
2. Bagaimana struktur biaya produksi dan biaya operasional pada usaha kuliner Mie Koclok Jatimerta Hj. Asma?
3. Bagaimana keterkaitan antara penetapan jumlah produksi dengan pencapaian kondisi *Break Even Point* (BEP) pada usaha kuliner Mie Koclok Jatimerta Hj. Asma?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang dan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui proses penetapan jumlah produksi harian pada usaha kuliner Mie Koclok Jatimerta Hj. Asma.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui struktur biaya produksi dan biaya operasional pada usaha kuliner Mie Koclok Jatimerta Hj. Asma.
3. Untuk menganalisis dan mengetahui keterkaitan antara penetapan jumlah produksi dengan pencapaian kondisi *Break Even Point* (BEP) pada usaha kuliner Mie Koclok Jatimerta Hj. Asma.

F. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat, baik secara teoritis maupun secara praktis:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur ilmiah terkait analisis *Break Even Point* (BEP) pada sektor usaha pangan. Temuan penelitian dapat memperdalam pemahaman mengenai penetapan konsep *Break Even Point* (BEP) dalam proses penetapan jumlah produksi pada kondisi operasional yang nyata. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi akademisi dalam mengkaji hubungan antara produksi, pengendalian biaya, serta strategi pencapaian titik impas pada unit usaha berskala kecil sampai menengah. Penelitian ini juga berpotensi memperkaya teori penetapan jumlah produksi berbasis analisis biaya dan *Break Even Point* (BEP).

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Usaha Mie Koclok

Penelitian ini memberikan dasar evaluasi yang lebih akurat dalam menetapkan jumlah produksi harian agar tidak terjadi kekurangan stok maupun kelebihan produksi yang dapat menimbulkan kerugian. Penelitian ini juga membantu perusahaan meningkatkan efisiensi biaya melalui pengelolaan bahan baku, tenaga kerja, dan persediaan produk secara lebih optimal. Selain itu, penelitian ini dapat mengungkap faktor-faktor yang memengaruhi keputusan produksi serta kendala yang dihadapi, sehingga manajemen dapat memperbaiki sistem pengendalian persediaan dan menerapkan strategi produksi yang sesuai dengan pola permintaan. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan mampu mendukung upaya perusahaan untuk mencapai kondisi *Break Even Point* (BEP) secara lebih konsisten dan berkelanjutan.

b. Bagi Penulis

Penelitian ini memberikan pengalaman langsung dalam memahami penerapan konsep *Break Even Point* (BEP) dalam situasi nyata serta memperluas wawasan mengenai dinamika pengelolaan usaha kuliner, khususnya pada aspek produksi dan biaya operasional. Selain itu, penelitian ini bermanfaat dalam meningkatkan kemampuan peneliti untuk menganalisis keterkaitan antara biaya, pendapatan, dan tingkat penjualan pada usaha makanan siap konsumsi, serta menjadi bekal pengetahuan dalam pengambilan keputusan ekonomi yang lebih rasional dan berbasis data.

c. Bagi Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi akademik khususnya dalam mata kuliah ekonomi syariah yang berkaitan dengan pengelolaan produksi dan efisiensi biaya. Temuan penelitian dapat dijadikan studi kasus bagi mahasiswa untuk memahami penerapan konsep biaya produksi dan analisis *Break Even Point* (BEP) dalam bisnis, sehingga dapat memperkaya materi pembelajaran dan pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi berbasis prinsip syariah.

G. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN: Pada penelitian ini berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI: Berisi tentang kajian teori yang berkaitan dengan teori atau gambaran umum, kajian literatur, dan kerangka teori.

BAB 111 METODOLOGI PENELITIAN: Berisi tentang metode penelitian yang digunakan oleh peneliti mulai dari tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, instrumen penelitian, sumber data, teknik analisis data, dan keabsahan data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN: Berisi tentang hasil analisis seluruh penelitian yang sudah dilakukan yaitu pembahasan mengenai analisis penetapan jumlah produksi dalam rangka mencapai *Break Even Point* (BEP) pada usaha kuliner mie koclok khas Cirebon.

BAB V PENUTUP: Bab yang berisi mengenai kesimpulan dan saran. Kesimpulan berdasarkan hasil dari penyelesaian penelitian. Sedangkan saran yaitu jalan keluar untuk mengatasi masalah dan kelemahan penelitian yang ada.



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**