



## Implementasi Strategi Lokasi UMKM Serabi Hijau Karang Sari Cikarang Utara

Karyanto<sup>1</sup>, Shafa Cherryl Divanza<sup>2</sup>, Shofwatunnida<sup>3</sup>, Wiji Safitri<sup>4</sup>

Universitas Pelita Bangsa

e-mail: [karyanto.ma23.upb@gmail.com](mailto:karyanto.ma23.upb@gmail.com)<sup>1</sup>, [shafacherryl02@gmail.com](mailto:shafacherryl02@gmail.com)<sup>2</sup>, [shofwatunnida900@gmail.com](mailto:shofwatunnida900@gmail.com)<sup>3</sup>, [wijisafitri@pelitabangsa.ac.id](mailto:wijisafitri@pelitabangsa.ac.id)<sup>4</sup>

4

\* Corresponding Author

Article Info: Submitted: 11/23/2024 | Revised: 12/01/2024 | Accepted: 12/28/2024

**Abstrak.** Pengabdian masyarakat ini dilakukan pada UMKM Serabi Hijau "Cita Rasa" di Kabupaten Bekasi, dengan tujuan membantu menganalisis lokasi strategis untuk pembukaan cabang baru menggunakan metode analisis biaya-volume sebagai bagian dari manajemen operasional. Pengabdian ini mengevaluasi tiga lokasi potensial: Kebon Kopi, CiFest, dan Pasar Bersih Jababeka, dengan mempertimbangkan biaya tetap, biaya variabel, dan volume penjualan untuk menentukan titik impas (*break-even point*) dan efisiensi operasional masing-masing lokasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa Kebon Kopi merupakan lokasi dengan biaya paling rendah, yaitu biaya tetap Rp 9.000.000 dan biaya variabel Rp 4.400/unit, sehingga menjadi pilihan optimal untuk volume penjualan rendah hingga menengah. Pada volume penjualan di atas 5.000 unit, CiFest menjadi lebih efisien, sedangkan Pasar Bersih optimal untuk volume di atas 11.667 unit. Lokasi strategis, seperti Kebon Kopi yang dekat dengan Stasiun Lemahabang, memberikan keunggulan aksesibilitas dan potensi pasar. Rekomendasi strategis mencakup penerapan pemasaran digital untuk menjangkau konsumen lebih luas, diversifikasi lokasi penjualan untuk meningkatkan efisiensi distribusi, dan adopsi otomatisasi produksi untuk menekan biaya variabel. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional, meminimalkan risiko investasi, dan mendukung keberlanjutan usaha. Pendekatan ini memberikan panduan praktis bagi UMKM untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif melalui pengelolaan operasional yang efektif.

**Kata Kunci:** analisis biaya-volume, efisiensi operasional, lokasi strategis, manajemen operasional, titik impas.

### PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, terutama dalam industri kuliner tradisional, yang telah terbukti tahan terhadap banyak pergeseran ekonomi. Salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan dan keberlanjutan UMKM adalah pemilihan lokasi strategis (Zed *et al.*, n.d. 2024).

Salah satu pengusaha kuliner tradisional, UMKM Serabi Hijau Asli Rengas Dengklok, yang berlokasi di Desa Karangsari, Kecamatan Cikarang Utara, menghadapi kesulitan dalam mengoptimalkan lokasi bisnis mereka. Salah satu strategi penting bagi bisnis untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saingnya adalah membuka cabang baru, terutama dalam industri makanan dan minuman. Bisnis serabi, makanan tradisional Indonesia yang populer, memerlukan perencanaan yang cermat untuk membuka cabang di lokasi baru. Meningkatnya permintaan

terhadap produk lokal seperti serabi memberikan peluang yang besar untuk memperkenalkan produk ini ke pasar yang lebih luas. Namun, salah satu keputusan strategis yang tidak boleh diabaikan adalah memilih lokasi yang tepat untuk memastikan bahwa pembukaan cabang baru akan bertahan dan menguntungkan (Zed *et al.*, n.d. 2024.)

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat saat ini, membuka cabang baru adalah salah satu cara penting bagi bisnis untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasar. Pemilihan lokasi yang strategis adalah komponen penting yang harus dipertimbangkan saat membuka cabang baru. Ini dapat membantu perusahaan menurunkan biaya operasional, mendapatkan keuntungan yang lebih besar, dan memaksimalkan keuntungan perusahaan. Namun, proses pemilihan lokasi memerlukan analisis yang terukur dan berbasis data, bukan hanya intuisi (Heizer, J., 2021).

Analisis biaya-volume-laba adalah alat manajemen penting yang membantu dalam membuat keputusan strategis seperti memilih produk, strategi pemasaran, dan pemanfaatan fasilitas produksi. Konsep ini membahas bagaimana harga jual, volume aktivitas, biaya variabel per unit, biaya tetap total, dan komposisi barang atau jasa yang dijual berhubungan satu sama lain. Analisis *break even point*, bagian penting dari analisis biaya-volume-laba, berfokus pada titik impas. Kedua analisis sering dianggap sinonim. Metode ini menganalisis hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, dan volume produksi atau penjualan untuk menentukan efisiensi dan profitabilitas suatu bisnis (Karolus Belmo & Marianus Saldanha Neno, 2020).

Lokasi seringkali memiliki kekuatan untuk membuat strategi bisnis perusahaan karena lokasi menentukan biaya dan pendapatan. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi perusahaan. Strategi lokasi adalah bagaimana sebuah perusahaan menempatkan operasi produksinya di tempat yang paling menguntungkan. Strategi lokasi terdiri dari sejumlah keputusan dan tindakan penting yang dibuat oleh manajemen puncak perusahaan mengenai lokasi operasi dan pekerjanya. Sebelum bisnis dimulai, penentuan lokasi yang tepat adalah salah satu faktor yang memengaruhi kesuksesannya (Lestari Nikita Mengko, Arrazi Bin Hasan Jan, 2023).

Keputusan strategis seperti menentukan lokasi cabang baru untuk bisnis seperti Serabi Hijau “Cita Rasa” sangat penting untuk kemajuan dan keberlanjutan perusahaan. Pemilihan lokasi yang tepat sangat penting karena dapat memengaruhi jumlah penjualan dan kinerja operasi. Menurut analisis biaya-volume, lokasi yang strategis, seperti di dekat pusat transportasi, dapat meningkatkan aksesibilitas dan prospek pasar, yang berarti lebih sedikit biaya distribusi dan lebih banyak keuntungan. Menurut Ibu Kahfi (Owner), untuk memperluas pasar dan bersaing lebih baik, terutama di wilayah dengan permintaan tinggi, Serabi Hijau membutuhkan cabang baru (Manuhu, Zevania Makalare, Trixie Mamangkey, 2021).



Dengan pertumbuhan ekonomi yang cepat, Kabupaten Bekasi menawarkan banyak lokasi strategis untuk membuka cabang baru. Lokasi seperti Kebon Kopi, Cifest, dan Pasar Bersih Jababeka memiliki fitur dan kemungkinan yang berbeda. Berdasarkan proyeksi volume penjualan dan biaya operasional di setiap lokasi, studi ini bertujuan untuk mengevaluasi dan menentukan lokasi yang paling efisien dan menguntungkan dengan menggunakan metode analisis biaya-volume. Metode ini tidak hanya membantu meminimalkan risiko investasi tetapi juga memastikan bahwa bisnis akan bertahan dalam jangka panjang.

## **METODE PENGABDIAN**

Untuk membantu UMKM Serabi Hijau “Cita Rasa” meningkatkan efisiensi operasi dan mempersiapkan pembukaan cabang baru, metode pengabdian ini menggunakan metode analisis biaya volume-lokasi dengan pendekatan pelatihan yang intensif. Pengabdian ini dilakukan pada

UMKM Serabi Hijau “Cita Rasa” yang dimiliki oleh Ibu Kahfi, berlokasi di Desa Karangsari, Kecamatan Cikarang Utara, Kabupaten Bekasi. Pelaksanaan pengabdian dilakukan selama 1 minggu pada bulan September 2024. Metode analisis biaya volume-lokasi adalah pendekatan yang menggabungkan evaluasi lokasi strategis dengan analisis hubungan antara biaya, volume produksi, dan penjualan dalam suatu usaha. Pendekatan ini digunakan untuk menentukan titik impas (*break-even point*) dan mengevaluasi efektivitas lokasi terhadap keberlanjutan dan profitabilitas bisnis (Manuho , Zevania Makalare , Trixie Mamangkey, 2021).

Tabel 1 Rencana dan Metode Pelaksanaan Program Pengabdian

No.	Komponen Metode Pengabdian	Deskripsi
1.	Pengumpulan Data	<div>Data diperoleh melalui: 1) Wawancara langsung dengan pemilik UMKM terkait biaya operasional, harga jual, dan volume penjualan.  Gambar 1 Wawancara dengan pemilik UMKM 2) Observasi lokasi usaha.  Gambar 2 Lokasi UMKM</div>
2.	Analisis Volume-Biaya	<div>1) Menghitung <i>break-even point</i> (BEP) untuk menentukan jumlah minimal serabi yang harus dijual agar tidak merugi. 2) Menghitung margin kontribusi per unit serabi dan mengevaluasi profitabilitas.</div>
3.	Evaluasi Lokasi Strategis	<div>1) Analisis dampak lokasi terhadap volume penjualan. 2) Evaluasi potensi pengembangan lokasi lain berdasarkan tingkat aksesibilitas dan permintaan pasar.</div>
4.	Rekomendasi Strategi Operasional	<div>1) Meningkatkan efisiensi proses produksi untuk menekan biaya variabel.</div>
5.	Pelatihan Intensif	<div>1) Memberikan pelatihan terkait penggunaan teknologi sederhana untuk meningkatkan efisiensi produksi.</div>

HASIL DAN PEMBAHASAN

**Hasil**  
Analisis Volume Biaya Lokasi (*Location Cost Volume Analysis*) adalah metode untuk mengevaluasi efisiensi dan profitabilitas suatu lokasi usaha berdasarkan hubungan antara biaya

tetap, biaya variabel, dan volume penjualan. Metode ini membantu menentukan lokasi terbaik dengan menghitung total biaya dan titik impas (*break-even point*).  
Tiga Lokasi : Kebon Kopi, CiFest (Cikarang Festival), Pasar Bersih - Jababeka  
Harga = Rp. 12.000,00  
Volume yang diharapkan = 500 Unit

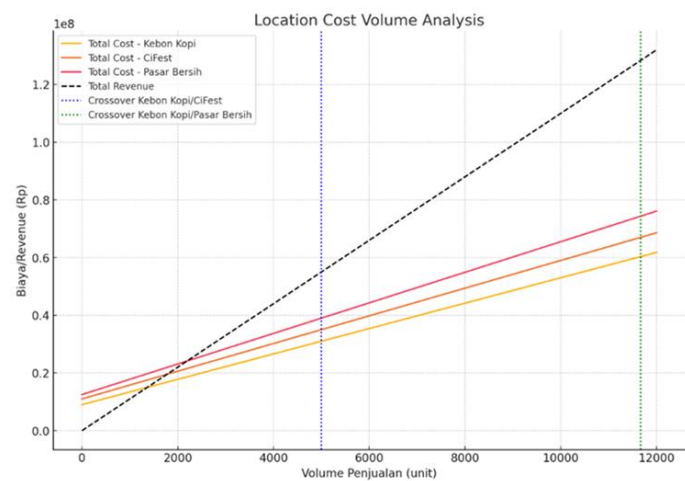
**Tabel 2 Lokasi dan Data Analisis Volume Biaya Lokasi (*Location Cost Volume Analysis*)**

Daerah Lokasi ( <i>Location</i> )	Fixed Cost	Variable Cost	Total Cost
Kebon Kopi	Rp. 9.000.000	Rp. 4.400	Rp. 6.200.000
CiFest (Cikarang Festival)	Rp. 11.000.000	Rp. 4.800	Rp. 8.400.000
Pasar Bersih - 6Jababeka	Rp. 12.500.000	Rp. 5.300	Rp. 10.150.000

- 1. Kebon Kopi, Cikarang Utara**  
*Fixed Cost* (FC): Rp 9.000.000  
*Variable Cost* (VC/unit): Rp 4.400  
Volume Penjualan: 500 unit  
Laba/Rugi =  $(10.000 - 4.400) \times 500 - 9.000.000$   
Laba/Rugi =  $5.600 \times 500 - 9.000.000$   
Laba/Rugi =  $2.800.000 - 9.000.000$   
Laba/Rugi = - 6.200.000
- 2. CiFest (Cikarang Festival), Cikarang Selatan**  
*Fixed Cost* (FC): Rp 11.000.000  
*Variable Cost* (VC/unit): Rp 4.800  
Volume Penjualan: 500 unit  
Laba/Rugi =  $(10.000 - 4.800) \times 500 - 11.000.000$   
Laba/Rugi =  $5.200 \times 500 - 11.000.000$   
Laba/Rugi =  $2.600.000 - 11.000.000$   
Laba/Rugi = - 8.400.000
- 3. Pasar Bersih - Jababeka, Cikarang Pusat**  
*Fixed Cost* (FC): Rp 12.500.000  
*Variable Cost* (VC/unit): Rp 5.300  
Volume Penjualan: 500 unit  
Laba/Rugi =  $(10.000 - 5.300) \times 500 - 12.500.000$   
Laba/Rugi =  $4.700 \times 500 - 12.500.000$   
Laba/Rugi =  $2.350.000 - 12.500.000$   
Laba/Rugi = - 10.150.000

**Tabel 3 Crossover Point**

Crossover Point - Kebon Kopi/CiFest (Cikarang Festival)	Crossover Point - Kebon Kopi/Pasar Bersih, Jababeka
$9.000.000 + 4.400 (x) = 11.000.000 + 4.800 (x)$	$9.000.000 + 4.400 (x) = 12.500.000 + 4.700 (x)$
$400 (x) = 2.000.000$	$300 (x) = 3.500.000 (x)$
$(x) = 5.000$	$(x) = 11.667$



Gambar 3 Location Cost Colume Analysis

Hasil analisis volume-biaya lokasi untuk UMKM Serabi Hijau “Cita Rasa” menunjukkan bahwa dari tiga lokasi yang dievaluasi (Kebon Kopi, CiFest, dan Pasar Bersih), lokasi "Kebon Kopi" memiliki biaya tetap terendah sebesar Rp 9.000.000 dan biaya variable sebesar Rp 4.400 per unit.

Tabel 4 Kerugian Analisis Volume-Biaya Lokasi

Lokasi (location)	Kerugian (loss)
Kebon Kopi	Rp. 6.200.000
CiFest (Cikarang Festival)	Rp. 8.400.000
Pasar Bersih, Jababeka	Rp. 10.150.000

Karena tidak mencapai titik impas atau break-even, setiap toko dengan penjualan 500 unit terus mengalami kerugian. Sebagai hasil dari analisis cross-point, Kebon Kopi lebih kompetitif daripada CiFest sampai volume penjualan 5.000 unit. Setelah volume tersebut, CiFest menjadi lebih efisien. Saat penjualan mencapai 11.667 unit, Kebon Kopi terus menghasilkan keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan Pasar Bersih. Dari sudut pandang strategis, berada di dekat pusat transportasi seperti Stasiun Lemahabang menawarkan keunggulan dalam potensi pasar dan aksesibilitas. Tapi biaya efektif masih menjadi masalah utama yang harus diatasi. Selain itu, hasil analisis menunjukkan bahwa UMKM ini membutuhkan lebih dari 500 unit untuk mencapai BEP di ketiga lokasi. Ini menunjukkan betapa pentingnya meningkatkan efisiensi produksi dan diversifikasi pemasaran untuk mendukung keberlanjutan usaha.

Pembahasan

Pilihan lokasi yang strategis sangat penting untuk pertumbuhan bisnis, terutama untuk meningkatkan potensi pasar. Lokasi dekat pusat transportasi, seperti Stasiun Lemahabang, sangat mudah diakses bagi pelanggan dan bisnis. Meskipun lokasi strategis meningkatkan peluang pasar, analisis menunjukkan bahwa biaya tetap dan variabel yang tinggi tetap menjadi masalah utama dalam mencapai profitabilitas. Hasil analisis menunjukkan bahwa Kebon Kopi adalah opsi terbaik untuk volume penjualan rendah hingga menengah. Dengan biaya tetap sebesar Rp 9.000.000 dan biaya variable sebesar Rp 4.400 per unit, itu lebih rendah dari biaya CiFest (dengan biaya tetap sebesar Rp 11.000.000 dan biaya variable sebesar Rp 4.800) dan Pasar Bersih (dengan biaya tetap sebesar Rp 12.500.000 dan biaya variable sebesar Rp 5.300). Menurut teori analisis biaya-volume-laba, biaya rendah memungkinkan bisnis mencapai titik impas lebih cepat, yang menjadikannya faktor penting dalam memilih lokasi bisnis. Kebon Kopi lebih ekonomis daripada CiFest pada volume penjualan 5.000 unit, tetapi CiFest menjadi lebih efisien setelah melewati titik tersebut. Sementara itu, Pasar Bersih lebih kompetitif pada volume penjualan 11.667 unit

daripada Kebon Kopi, menunjukkan bahwa lokasi dengan biaya tetap yang lebih tinggi dapat menghasilkan keuntungan pada skala produksi yang lebih besar.

Strategi seperti optimalisasi efisiensi operasional diperlukan untuk mendukung keberlanjutan bisnis. Untuk menekan biaya, sangat disarankan untuk investasi dalam teknologi produksi atau peningkatan kapasitas karena proses produksi manual saat ini meningkatkan biaya variabel. Selain itu, promosi online melalui situs seperti *GoFood* atau *ShopeeFood* dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan memperluas jangkauan pasar. Selain itu, diversifikasi lokasi penjualan di daerah dengan permintaan tinggi dapat menurunkan biaya distribusi dan meningkatkan efisiensi operasional. Dengan strategi-strategi ini, UMKM dapat memilih lokasi yang tidak hanya strategis tetapi juga menghasilkan keuntungan dalam jangka panjang dan efisiensi biaya.

## **PENUTUP**

Hasil pengabdian kepada masyarakat untuk UMKM Serabi Hijau “Cita Rasa” memberikan pengetahuan penting tentang strategi lokasi dan efisiensi biaya. Temuan penting adalah bahwa lokasi strategis adalah faktor penting. Terbukti bahwa berada di dekat pusat transportasi, seperti Stasiun Lemahabang, meningkatkan aksesibilitas dan potensi pasar. Ini meningkatkan volume penjualan, terutama selama musim permintaan tinggi seperti Ramadhan.

Dari perspektif efisiensi biaya, analisis menunjukkan bahwa setiap lokasi yang dianalisis mengalami kerugian pada volume penjualan 500 unit. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan efisiensi operasional, seperti pengurangan biaya variabel, dapat dicapai melalui peningkatan pengelolaan sumber daya dan inovasi dalam proses produksi.

Untuk meningkatkan profitabilitas dan keberlanjutan bisnis, strategi ini menjadi sangat penting. Sebagai hasil dari analisis, lokasi Kebon Kopi memiliki biaya total terendah untuk volume penjualan rendah hingga menengah. Dengan *crossover point* 5.000 antara Kebon Kopi dan CiFest, dan 11.667 antara Pasar Bersih dan Kebon Kopi, data ini menunjukkan bahwa Kebon Kopi adalah lokasi terbaik untuk volume penjualan rendah hingga menengah, sedangkan CiFest dan Pasar Bersih lebih ekonomis untuk volume penjualan yang lebih tinggi.

Sangat disarankan untuk mendiversifikasi tempat penjualan dan menggunakan teknologi digital seperti pemasaran online untuk mendukung pengembangan UMKM. Produksi otomatis juga dapat menurunkan biaya variabel dan meningkatkan efisiensi operasional. Strategi ini meningkatkan daya saing dan membuka lebih banyak pintu untuk berkembang.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terimakasih disampaikan kepada Ibu Kahfi Owner Serabi Hijau “Cita Rasa” untuk kerjasamanya dalam pengabdian ini.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Heizer, J., & R. (2021). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management (13th ed.)*. Pearson.
- Karolus Belmo & Marianus Saldanha Neno. (2020). *Analisis Biaya-Volume Laba Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Pabrik Tahu Pink Jaya - OEUFU, KUPANG*. 13(3), 285–298.
- Lestari Nikita Mengko, Arrazi Bin Hasan Jan, J. S. B. S. (2023). *LOCATION STRATEGY ANALYSIS AND LAYOUT AT MCDONALD ' S MEGAMAS AREA Jurnal EMBA Vol . 11 No . 4 Oktober 2023 , Hal . 1325-1333*. 11(4), 1445–1453.
- Manuho , Zevania Makalare , Trixie Mamangkey, N. S. B. (2021). *ANALISIS BREAK EVEN POINT (BEP) Priskil*. 5(1), 21–28.
- Zed, E. Z., Wulandari, F. S., Agustin, A. K., Usnita, M., Sari, D., & Widyastuti, A. (n.d.). (2024) *Inovasi dan Kreativitas dalam Ekonomi UMKM SERABI HIJAU ASLI RENGAS DENGKLOK*. 7(4), 28–35.