

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 UMKM (Usaha Mikro, Kecil Menengah)

2.1.1 Pengertian UMKM

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, yang merujuk pada jenis usaha produktif berskala kecil hingga menengah di Indonesia. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah kelompok usaha dengan jumlah terbesar dan terbukti handal menghadapi goncangan krisis ekonomi. Kriteria usaha yang termasuk dalam UMKM diatur dalam payung hukum (Wijaya, 2018).

Berdasarkan (Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 7 Tahun 2021 Kemudahan, Pelindungan, Dan Pemberdayaan Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, 2021) tentang kriteria UMKM yang dikelompokkan berdasarkan kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan adalah sebagai berikut:

1. Usaha mikro memiliki modal usaha sampai dengan paling banyak Rp1.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Usaha Mikro memiliki hasil penjualan tahunan sampai dengan paling banyak Rp2.000.000.000,00.
2. Usaha Kecil memiliki modal usaha lebih dari Rp1.000.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp5.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Usaha Kecil memiliki hasil penjualan tahunan

lebih dari Rp2.000.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp15.000.000.000,00.

3. Usaha Menengah memiliki modal usaha lebih dari Rp5.000.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Usaha Menengah memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp15.000.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat strategis dalam pembangunan ekonomi suatu negara. UMKM tidak hanya berkontribusi dalam menciptakan peluang usaha, tetapi juga menjadi penggerak utama dalam pertumbuhan ekonomi, peningkatan kesejahteraan masyarakat, serta penciptaan inovasi. Namun, dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya, UMKM sering kali menghadapi berbagai tantangan yang dapat menghambat pertumbuhan serta daya saing mereka. Di sisi lain, dengan perkembangan teknologi, perubahan tren pasar, serta dukungan pemerintah. UMKM juga memiliki banyak peluang untuk berkembang dan menjadi lebih kompetitif.

Dalam Penelitian yang dilakukan (Andayani et al., 2022) mengatakan bahwa terlepas dari inisiatif untuk menghadapi tantangan UMKM, manajer atau pemilik harus meluangkan lebih banyak waktu untuk memahami manajemen dan memilih strategi karena ini akan membantu untuk memahami situasi saat ini dan membuat langkah aman menuju masa depan.

2.1.2 Karakteristik dan Kriteria UMKM

Karakteristik UMKM adalah sifat atau kondisi faktual yang melekat pada aktivitas usaha maupun perilaku pengusaha yang bersangkutan di dalam menjalankan bisnisnya. Karakteristik ini yang menjadi ciri pembeda di antara pelaku usaha sesuai dengan skala usaha (Wijaya, 2018).

Dalam konteks pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terdapat berbagai karakteristik yang menjadi ciri khas sekaligus tantangan dalam proses operasional dan pertumbuhannya. Karakteristik ini umumnya berkaitan dengan aspek kualitas produk, desain produk, jenis produknya yg terbatas, kapasitas produksi, hingga pengelolaan bahan baku dan kontinuitas produksi.

Dalam mempermudah pemahaman mengenai klasifikasi usaha, diperlukan pengelompokan berdasarkan kriteria tertentu. Di Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) diklasifikasikan berdasarkan besaran aset dan omzet yang dimiliki. Kriteria ini digunakan sebagai dasar dalam menentukan skala usaha serta mendukung proses analisis penelitian. Berikut ini disajikan tabel kriteria UMKM berdasarkan aset dan omzet.

Tabel 2. 1 Kriteria UMKM

Ukuran Usaha	Kriteria	
	Aset	Omset
Usaha Mikro	Maksimal Rp50 juta	Maksimal Rp300 juta
Usaha Kecil	> Rp50 juta - Rp500 juta	> Rp300 juta – Rp2,5 milyar
Usaha Menengah	> Rp500 juta - Rp10 milyar	> Rp2,5 milyar – Rp50 milyar
Usaha Besar	> Rp10 milyar	> Rp50 milyar

2.2 Perencanaan Laba

2.2.1 Pengertian Perencanaan Laba

Menurut (Nursanty et al., 2022) perencanaan laba (*profit planning*) adalah pengembangan dari suatu rencana operasi guna mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan. Kegiatan penting manajemen dalam perencanaan adalah memutuskan sekarang berbagai macam alternatif dan perumusan kebijakan yang akan dilaksanakan di masa yang akan datang. Ukuran yang seringkali digunakan untuk menilai berhasil atau tidaknya manajemen perusahaan adalah laba yang diperoleh

Perencanaan berfungsi sebagai ukuran untuk mengevaluasi keberhasilan manajemen dalam melaksanakan usahanya. Oleh karena itu, untuk menilai manajemen sebagai sukses, perusahaan perlu mampu menyusun perencanaan yang akurat, terutama dalam mencapai laba yang optimal. Salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan menyusun perencanaan laba yang menjadi landasan dalam menetapkan target laba untuk periode yang akan datang.

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, kemampuan perusahaan untuk merencanakan dan mengendalikan laba menjadi faktor kunci bagi keberlangsungan usaha. Perencanaan laba (*profit planning*) bukan hanya alat pengendalian internal, tetapi juga berfungsi sebagai pedoman strategis dalam pengambilan keputusan jangka pendek maupun jangka panjang.

Maka dapat disimpulkan bahwa perencanaan laba adalah rencana operasional yang disusun oleh perusahaan untuk memaksimalkan keuntungan yang ingin dicapai. Besar kecilnya laba yang dihasilkan tergantung pada kelancaran dan keberhasilan manajemen dalam melaksanakan perencanaan laba di perusahaan.

Rumus perencanaan laba menurut Garrison (dalam Putri 2023) adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Penjualan (unit)} &= \frac{\text{Biaya} + \text{target laba}}{\text{Margin kontribusi per unit}} \\ \text{Penjualan (rupiah)} &= \frac{\text{Biaya} + \text{target laba}}{\text{Contribution Margin Ratio}} \end{aligned}$$

2.2.2 Manfaat Perencanaan Laba

Perencanaan laba (*profit planning*) adalah proses bisnis untuk menetapkan tujuan keuangan, membuat anggaran, mengalokasikan sumber daya, dan memantau kinerja keuangan usaha. Profit memiliki peran penting dalam perencanaan ini karena inti dari rencana adalah mencapai profit yang memuaskan.

Berikut ini adalah manfaat perencanaan laba:

1. Bagi Manajemen dan Pengambilan Keputusan. Perencanaan laba menyediakan informasi yang terorganisir dan komprehensif sebagai dasar pengambilan keputusan. Perencanaan laba memfasilitasi alokasi sumber daya yang optimal. Dengan mengetahui target laba dan profil biaya yang diperlukan, manajemen dapat mengalokasikan modal, tenaga kerja, dan aset lainnya secara lebih efisien
2. Sebagai Alat Pengendalian dan Evaluasi Kinerja. Perencanaan laba menyediakan standar kinerja yang dapat digunakan sebagai acuan dalam mengevaluasi pencapaian aktual. Dengan adanya target laba yang telah ditetapkan, manajemen dapat melakukan analisis varian (*variance analysis*) untuk mengidentifikasi penyebab penyimpangan dan mengambil tindakan perbaikan.
3. Sebagai Peningkatan Efisiensi Operasional. Perencanaan laba mendorong manajemen untuk secara sistematis mengidentifikasi pemborosan dan inefisiensi dalam proses operasional. Ketika target laba ditetapkan, manajemen terdorong untuk mencari cara-cara inovatif dalam mengurangi biaya tanpa mengorbankan kualitas. Perencanaan laba yang terstruktur memungkinkan identifikasi aktivitas-aktivitas yang tidak menciptakan nilai tambah.
4. Meningkatkan Akuntabilitas dan Transparansi. Perencanaan laba menjadi instrumen penting dalam meningkatkan akuntabilitas manajemen kepada pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya. Perencanaan laba

yang transparan dan dapat diakses oleh pemangku kepentingan menciptakan kepercayaan (trust) yang pada gilirannya menurunkan biaya modal perusahaan.

2.2.3 Hubungan antara Perencanaan Laba dengan Analisis

BEP

Perencanaan laba adalah salah satu fungsi utama dalam strategi manajemen yang bertujuan untuk menetapkan target laba dan menentukan strategi operasional yang diperlukan untuk mencapai target tersebut. Menurut (Hayati & Sumarni, 2025) bahwa hubungan *Break Even Point* (BEP) dengan penggunaan perencanaan laba adalah memudahkan bagi manajer dalam mengambil keputusan. perencanaan laba juga membantu perusahaan melihat kesalahan yang akan terjadi dan memperkirakan anggaran yang dibutuhkan yang dilihat dari kejadian atau pengalaman di periode sebelumnya. Selain itu perencanaan laba juga dapat memacu dalam persaingan yang lebih ketat melalui efektivitas dan efisiensi.

Dalam proses perencanaan, penerapan analisis titik impas (*break even point*) sangat penting untuk mendukung perkembangan usaha di masa depan serta pencapaian laba. Analisis titik impas juga dapat digunakan sebagai alat ukur dalam menilai peningkatan laba maupun untuk mengidentifikasi penurunan laba yang masih berada dalam batas aman sehingga tidak menyebabkan kerugian. Dalam hal perencanaan laba, titik impas berfungsi sebagai alat bantu bagi perusahaan untuk merencanakan aktivitas operasional dan menyusun anggaran pada periode yang akan datang. Dengan demikian,

analisis ini dapat dijadikan sebagai dasar dalam menentukan target penjualan yang sejalan dengan laba yang diharapkan oleh perusahaan atau usaha.

Dapat disimpulkan bahwa analisis titik impas memiliki hubungan yang sangat erat dengan perencanaan laba, terutama dalam penyusunan anggaran. Manajemen memerlukan berbagai indikator kuantitatif yang mencerminkan kondisi perusahaan, seperti titik impas, margin keamanan, dan laba. Titik impas memberikan informasi tentang tingkat penjualan di mana perusahaan tidak mendapatkan laba maupun mengalami kerugian. Informasi ini membantu manajemen dalam menetapkan target pendapatan penjualan yang dianggarkan, baik berupa pendapatan minimum yang harus dicapai untuk menghindari kerugian maupun tingkat penjualan yang memungkinkan perusahaan untuk meraih keuntungan.

2.3 Break Even Point (BEP)

2.3.1 Pengertian *Break Even Point*

Analisis titik impas, juga dikenal sebagai analisis *break even point*, adalah metode yang digunakan untuk menentukan jumlah unit yang harus dijual atau pendapatan yang harus diperoleh agar perusahaan mencapai titik impas atau tidak mengalami laba atau rugi. Pada titik impas, pendapatan total sama dengan biaya total (Ria, 2023). *Break even point* dapat dirumuskan melalui dua pendekatan, yaitu *break even point* dalam jumlah unit penjualan dan *break even point* dalam jumlah rupiah penjualan. *Break even point* dalam jumlah unit penjualan dihitung dengan cara membagi biaya tetap total dengan

margin kontribusi per unit. *Break even point* dalam jumlah rupiah penjualan dihitung dengan cara membagi biaya tetap total dengan rasio margin kontribusi (B. Siregar et al., 2014). Menurut Anggraini et al., (2022) *break even point* adalah suatu teknik analisa untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap atau suatu keadaan dimana dalam suatu operasi perusahaan tidak mendapat untung maupun rugi atau impas (penghasilan=total biaya). BEP atau titik impas juga dapat dikatakan suatu informasi tentang nilai penjualan yang hanya bisa untuk menutup biaya variabel dan biaya tetap saja perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita kerugian (Utari et al., 2020).

Dalam Penelitian yang dilakukan oleh (Liestiana & Novianty, 2021) mengatakan bahwa BEP adalah suatu keadaan dimana perusahaan tidak mengalami keuntungan namun tidak menderita kerugian karena pendapatan yang didapatkan setara dengan biaya yang keluar. Perhitungan titik impas dapat memberikan bantuan kepada perusahaan dalam menghadapi situasi yang tidak diinginkan di masa depan. Namun, banyak perusahaan, terutama UMKM, yang tidak melakukan analisis BEP saat merencanakan laba.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa *break even point* (BEP) atau titik impas merupakan kondisi operasional perusahaan di mana total pendapatan yang diperoleh sama dengan total biaya yang dikeluarkan, baik biaya tetap maupun biaya variabel, sehingga perusahaan tidak mengalami laba maupun kerugian. Analisis *break even point* digunakan sebagai teknik analisis untuk memahami hubungan antara biaya, volume penjualan, dan pendapatan perusahaan. Melalui konsep *Contribution Margin*,

BEP menunjukkan tingkat volume penjualan pada saat contribution margin yang dihasilkan mampu menutup seluruh biaya tetap. Dengan demikian, analisis *break even point* berperan penting sebagai alat manajerial dalam menentukan tingkat penjualan minimum yang harus dicapai agar perusahaan dapat beroperasi secara efisien tanpa menimbulkan kerugian.

Menurut Kasmir (dalam Putri 2023), menyatakan rumus yang dapat digunakan dalam analisis *break even point* sebagai berikut:

a. Analisis *break even point*/titik impas dalam unit

$$\text{BEP} = \frac{FC}{P - V}$$

b. Analisis *break even point*/titik impas dalam rupiah

$$\text{BEP} = \frac{FC}{1 - \frac{VC}{S}}$$

Keterangan:

FC = Biaya tetap (fixed cost)

VC = Biaya variabel (variable cost)

S = Jumlah Penjualan

P = Harga Jual per unit

V = Biaya Variabel per unit

2.3.2 Manfaat *Break Even Point* (BEP)

Ada banyak manfaat menggunakan analisis *break even point* untuk perusahaan. Analisis *break even point* biasanya digunakan sebagai alat untuk membantu dalam perencanaan keuangan, penjualan dan produksi. Dari penjelasan di atas, dapat diketahui bahwa ada beberapa keuntungan bagi manajer untuk mengambil keputusan ketika mereka mengetahui hasil analisis *break even point*. Informasi ini dapat digunakan oleh manajer, misalnya untuk meminimalkan kerugian, memaksimalkan keuntungan dan memprediksi keuntungan yang diharapkan. Penggunaan analisis *break even point* memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai yaitu:

1. Mendesain spesifikasi produk
2. Menentukan harga jual persatuan
3. Menentukan jumlah produksi atau penjualan minimal agar tidak mengalami kerugian
4. Memaksimalkan jumlah produksi
5. Merencanakan laba yang diinginkan

2.3.3 Kelemahan *Break Even Point*

Break even point memiliki manfaat dan tujuan yang sangat luas bagi manajemen perusahaan. Namun, analisis ini juga memiliki beberapa kelemahan diantaranya sebagai berikut:

1. Asumsi yang menyebutkan harga jual konstan padahal kenyataan harga ini kadang-kadang harus berubah sesuai dengan kekuatan permintaan dan penawaran di pasar.

2. Asumsi terhadap cost, penggolongan biaya tetap dan biaya variabel juga mengandung kelemahan. Dalam keadaan tertentu untuk memenuhi volume penjualan biaya tetap tidak bisa tidak harus berubah karena pembelian mesin-mesin atau peralatan lainnya. Dengan demikian juga perhitungannya biaya variabel perunit juga akan dapat dipengaruhi perubahan ini.
3. Jenis barang yang dijual tidak selalu satu jenis
4. Biaya variabel juga tidak selalu berubah sejajar dengan perubahan volume
5. Biaya tetap juga tidak selalu tetap pada berbagai kapasitas.
6. Perhitungannya hanya efektif untuk satu produk
7. Perhitungannya hanya cocok untuk operasional jangka pendek

2.4 *Margin Of Safety* (MOS)

2.4.1 *Pengertian Margin Of Safety*

Margin of safety ialah unit dijual atau penjualan yang diharapkan atau pendapatan yang diharapkan untuk mendapatkan laba di atas titik impas atau BEP. Manajemen sangat membutuhkan informasi tersebut untuk mengetahui penurunan target penjualan agar tidak menderita kerugian (Utari et al., 2020). MOS dapat dihitung dalam satuan unit produk atau dalam satuan rupiah, yaitu selisih antara total penjualan aktual dan total penjualan minimum yang diperlukan untuk mencapai BEP.

MOS yang semakin besar menunjukkan bahwa perusahaan semakin aman dalam menghadapi risiko dan semakin mampu menanggung fluktuasi biaya atau permintaan pasar. Sebaliknya, MOS yang semakin kecil

menunjukkan bahwa perusahaan semakin rentan terhadap risiko dan semakin sulit menanggung fluktuasi biaya atau permintaan pasar (Izzi & Budiwitjaksono, 2023).

Menurut (Garrison et al., 2018) *Margin Of Safety* adalah kelebihan dari nilai penjualan dalam dolar yang dianggarkan aktual diatas titik impas nilai penjualan dalam dolar. Margin of safety merupakan jumlah penjualan yang dapat menurun sebelum kerugian mulai terjadi. Dalam penggunaannya, *margin of safety* digunakan untuk menilai risiko keuangan yang dihadapi oleh perusahaan dan seberapa besar keuntungan yang dapat diperoleh dari penjualan tambahan. Semakin besar *margin of safety*, semakin aman perusahaan dari risiko keuangan dan semakin besar pula potensi keuntungan yang dapat diperoleh.

Dapat disimpulkan bahwa *Margin of Safety* (MOS) adalah indikator yang mencerminkan tingkat keamanan finansial suatu perusahaan, yaitu selisih antara penjualan yang sebenarnya dan titik impas (BEP). Semakin tinggi nilai MOS, semakin aman perusahaan dari risiko penurunan penjualan dan perubahan biaya. Sebaliknya, jika nilai MOS yang rendah atau negatif menandakan adanya risiko kerugian yang tinggi. Oleh karena itu, MOS sangat penting untuk digunakan sebagai alat dalam menilai stabilitas dan risiko keuangan perusahaan. Perhitungan *margin of safety* menurut Kasmir (dalam Putri, 2023) dapat dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\frac{\text{Pendapatan Penjualan} - \text{BEP}}{\text{Pendapatan Penjualan}} \times 100\%$$

$$\text{MOS} = \text{Pendapatan Penjualan}$$

2.4.2 *Contribution Margin*

Margin kontribusi adalah jumlah yang tersisa dari pendapatan penjualan dikurangi beban variabel. Jadi margin kontribusi merupakan jumlah yang tersedia untuk menutup beban tetap dan kemudian untuk menyediakan laba pada periode tersebut. Perhatikan urutannya-margin kontribusi digunakan lebih dulu untuk menutup beban tetap, dan sisanya akan menjadi laba. Jika margin kontribusi tidak cukup untuk menutup beban tetap perusahaan, maka akan terjadi kerugian untuk periode tersebut (Garrison et al., 2018).

Menurut (Ria, 2023) tujuan utama dari analisis margin kontribusi adalah untuk mengevaluasi profitabilitas setiap unit penjualan dan mengidentifikasi kontribusi masing-masing unit terhadap biaya tetap perusahaan dan laba bersih.

Rumus *contribution margin* menurut (Hansen & Mowen, 2016) adalah sebagai berikut:

$CM = \text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel}$

2.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	(Ramadani et al., 2025)	Analisis <i>Break Even Point</i> (BEP) Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Usaha Kue Kering “Opi.Cookies	Deskriptif kuantitatif dengan data primer. Teknik pengumpulan data melalui observasi dan dokumentasi. Analisis meliputi klasifikasi biaya tetap dan variabel, perhitungan margin kontribusi, rasio margin kontribusi, BEP, margin of safety, dan perencanaan laba	Hasil penelitian menunjukkan BEP tercapai pada penjualan 142 unit atau Rp12.811.905 per bulan. Margin kontribusi sebesar Rp76.758 per unit dengan rasio 85,29%. Margin of safety berada jauh di atas titik impas sehingga usaha berada pada kondisi aman. Untuk mencapai laba Rp10.000.000 per bulan, Opi.Cookies harus menjual minimal 273 unit atau Rp24.537.036, dan

				usaha dinilai stabil
				secara profitabilitas.
2	(Rosida, 2019)	Analisis <i>Break Even Point</i> sebagai Alat Perencanaan Laba pada Perusahaan Browcyl Brownis Pisang Khas Makassar	Deskriptif Kualitatif dengan pendekatan Studi Kasus (observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan)	Tahun 2017: BEP rupiah sebesar Rp72.070.308,5 1 dan BEP per kg sebesar Rp1.018. Tahun 2018: BEP rupiah sebesar Rp69.612.903,2 3 dan BEP per kg sebesar 2.308. Margin of safety meningkat dari 83% (2017) menjadi 86% (2018), menunjukkan

				kondisi keuangan yang semakin baik. Penjualan tahun 2017 dan 2018 telah melampaui target penjualan yang ditetapkan. Perusahaan berpeluang melakukan ekspansi usaha atau peningkatan produksi sesuai kapasitas.
3	(L. Siregar et al., 2023)	<i>Analisis Break Even Point</i> Sebagai Dasar Perencanaan Laba Produk	Penelitian lapangan dan kepustakaan dengan pendekatan deskriptif kuantitatif dan analisis induktif. Data yang digunakan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa BEP produk bolu pisang blonde petak selama periode 2017–2021 dalam unit dan

Bolu Pisang	adalah data primer	rupiah mengalami
Blonde Petak	dan sekunder,	peningkatan. Margin of
Pada Toko Roti	dikumpulkan melalui	safety cenderung
Neko-Neko	dokumentasi dan	menurun. Analisis BEP
Bakery &	wawancara	dinilai lebih akurat
Cake Cabang		sebagai dasar
Pematang Siantar		perencanaan laba
		dibandingkan metode
		perusahaan, serta
		membantu manajemen
		dalam menentukan
		perencanaan laba yang
		optimal.

4	(Dewi & Indrianti, 2021)	Break Point Sebagai Perencanaan Laba Pada Usaha Kecil Menengah Produk Gorengan Pisang Molen Di Kecamatan Muara Uya Bulan November-Desember 2021 Dewi	Event (Bep) Alat	Deskriptif Kuantitatif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi (data primer dan sekunder).	Usaha gorengan pisang molen mencapai titik impas pada November (BEP 685 unit, MOS 76%) dan Desember 2021 (BEP 576 unit, MOS 84%). Untuk memperoleh laba Rp500.000, pedagang perlu menambah unit penjualan masing-masing sebanyak 685 dan 576 unit per bulan.
5	(Saragih, 2023)	Implementasi Perencanaan Laba Menggunakan <i>Break Even Point</i> pada UMKM Viary Store Kabupaten Tegal		Peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui teknik observasi, wawancara langsung dengan pemilik, serta	Menunjukkan bahwa Viary Store harus mencapai BEP pada penjualan 14.887 unit atau setara dengan Rp163.753.111 per tahun. Tingkat keamanan finansial atau <i>Margin of Safety</i> berada

		dokumentasi laporan keuangan. Analisis data dilakukan dengan menghitung biaya tetap dan biaya variabel, kemudian diolah menggunakan rumus BEP (unit dan rupiah)	pada angka 32%, yang berarti penjualan tidak boleh turun lebih dari angka tersebut agar perusahaan tidak menderita rugi. Untuk mencapai target laba yang diinginkan sebesar Rp54.432.000,
		rumus <i>Margin of Safety</i> , serta rumus perencanaan laba	perusahaan harus mampu menjual sebanyak 24.322 unit produk per tahun

6	(Putri, 2023)	Analisis perencanaan laba menggunakan metode <i>break even point</i> pada umkm teng-teng ibu ati desa kalibakung kecamatan	Menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Teng-Teng Ibu Ati telah melampaui titik impas (BEP) pada periode Januari-Maret 2023, sehingga mampu menghasilkan laba bersih. Meskipun persentase margin
---	---------------	--	--	--

balapulang	keamanan menurun
kabupaten tegal	menjadi 64% di bulan
	Maret, posisi keuangan
	tetap aman. Untuk
	mencapai target
	kenaikan laba 40%
	pada triwulan
	berikutnya, UMKM
	harus menjual sebanyak
	2.218 bungkus produk
	dengan nilai penjualan
	Rp22.141.666.
