

## **Analisi BEP pada “Donatku” dalam Penjualan Jalan Gatak Yogyakarta**

Angga Kurniawan

<sup>1</sup>Universitas PGRI Yogyakarta

\*Corresponding author, e-mail: [anggakurniawan@upy.ac.id](mailto:anggakurniawan@upy.ac.id)

Tyagita Dianingtyas Sudibyo

<sup>2</sup>Universitas PGRI Yogyakarta

e-mail: [tyagita@upy.ac.id](mailto:tyagita@upy.ac.id)

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Titik Impas (BEP) Donatku, sebuah usaha donat, untuk menentukan volume penjualan yang diperlukan untuk menutupi biaya tetap dan variabel. Data yang digunakan untuk analisis ini adalah catatan keuangan dan informasi biaya yang disediakan oleh perusahaan. Analisis BEP dilakukan dengan menghitung rasio margin kontribusi dan biaya tetap. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa Donatku perlu menjual sejumlah tertentu donat untuk mencapai BEP dan mulai menghasilkan keuntungan. Dengan mengidentifikasi BEP, usaha dapat membuat keputusan yang terinformasi mengenai penetapan harga, tingkat produksi, dan manajemen biaya untuk mencapai profitabilitas. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya memantau biaya, volume penjualan, dan strategi penetapan harga untuk memastikan keberlanjutan dan kesuksesan usaha. Hasil analisis ini memberikan wawasan berharga bagi Donatku dan bisnis sejenis lainnya di industri makanan untuk mengoptimalkan operasional dan kinerja keuangan mereka.

**Kata Kunci :** *BEP, Donatku, Pengabdian Masyarakat, Penjualan.*

### **Abstrak**

*This study aims to analyze the Break Even Point (BEP) of Donatku, a donut business, to determine the sales volume needed to cover fixed and variable costs. The data used for this analysis are financial records and cost information provided by the company. BEP analysis is performed by calculating the ratio of contribution margin and fixed costs. The results of this study reveal that Donatku needs to sell a certain number of donuts to reach BEP and start making a profit. By identifying the BEP, businesses can make informed decisions regarding pricing, production levels, and cost management to achieve profitability. This research also highlights the importance of monitoring costs, sales volumes, and pricing strategies to ensure business continuity and success. The results of this analysis provide valuable insights for Donatku and other similar businesses in the food industry to optimize their operations and financial performance.*

**Keywords:** *BEP, Donatku, Pengabdian Masyarakat, Penjualan.*

**How to Cite:** Kurniawan, A. & Sudibyo, T.D. 2023. Analisis BEP pada “Donatku” dalam Penjualan. *INCOME: Indonesian Journal of Community Service and Engagement*. Vol. 2 (2): pp. 116-124, <https://doi.org/10.56855/income.v2i2.358>

---



*This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.*

---

## Pendahuluan

### Analisis Situasi

Analisis situasi merupakan tahap awal yang penting dalam memahami kondisi lingkungan atau situasi yang akan dijadikan fokus penelitian. Dalam konteks ini, analisis situasi dilakukan untuk memahami latar belakang dan konteks penjualan Donatku. Donatku adalah sebuah usaha donat yang beroperasi di industri makanan. Sebagai pemilik usaha, penting untuk memiliki pemahaman mendalam tentang kondisi pasar, pesaing, dan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi penjualan dan profitabilitas Donatku.

Dalam analisis situasi ini, akan dilakukan penelusuran terhadap tren penjualan donat di pasar, perilaku konsumen, serta analisis pesaing yang ada. Hal ini akan memberikan gambaran yang jelas tentang keadaan pasar dan peluang yang dapat dimanfaatkan oleh Donatku untuk meningkatkan penjualan. Selain itu, juga akan dianalisis faktor-faktor internal seperti biaya tetap dan biaya variabel yang berpengaruh terhadap profitabilitas Donatku. Dengan memahami kondisi keuangan usaha ini, dapat dilakukan pengambilan keputusan yang tepat terkait penetapan harga, tingkat produksi, dan strategi manajemen biaya.

Analisis situasi ini akan memberikan pemahaman yang komprehensif tentang konteks penjualan Donatku, serta menjadi dasar untuk mengembangkan strategi dan rencana aksi yang efektif guna meningkatkan performa bisnis dalam industri makanan yang kompetitif ini.

### Solusi dan Target

Nilai tambah merupakan pemanfaatan faktor-faktor seperti kapasitas produksi, bahan baku yang digunakan, tenaga kerja, upah tenaga kerja, harga output, harga bahan baku dan nilai input lain (Sundari et.al., 2017). Besarnya nilai tambah tergantung dari teknologi yang digunakan dalam proses produksi dan adanya perlakuan lebih lanjut terhadap produk yang dihasilkan. Analisis nilai tambah pengolahan produk pertanian dapat dilakukan dengan cara sederhana, yaitu melalui perhitungan nilai tambah per kilogram bahan baku untuk satu kali pengolahan yang menghasilkan produk tertentu (Waluyo, 2020). Adapun tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat adalah Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat di desa Jenis gelaran dalam menghasilkan produk olahan kentang menjadi donat dengan inovasi dalam bentuk rasa serta kemasan dengan merek.

1. Solusi : a. Diversifikasi Produk: Donatku dapat mempertimbangkan untuk menambah variasi donat dengan menciptakan rasa dan topping yang unik untuk menarik minat pelanggan baru. b. Pengembangan Branding: Mengembangkan identitas merek yang kuat dan menarik akan membantu Donatku membedakan diri dari pesaing dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. c. Peningkatan Kualitas Produk: Menjaga kualitas donat yang konsisten dan memperhatikan detail seperti rasa, tekstur, dan penampilan akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun reputasi yang baik. d. Peningkatan Pemasaran: Melakukan strategi pemasaran yang efektif, termasuk pemanfaatan media sosial dan kerjasama dengan influencer, untuk meningkatkan visibilitas Donatku dan menjangkau calon pelanggan baru.

2. Target: a. Meningkatkan Penjualan: Mencapai peningkatan yang signifikan dalam volume penjualan donat dengan mencapai target penjualan bulanan atau tahunan yang ditetapkan. b. Meningkatkan Keuntungan: Mencapai tingkat profitabilitas yang lebih tinggi dengan mengelola biaya tetap dan variabel secara efisien serta meningkatkan margin kontribusi. c. Meningkatkan Pangsa Pasar: Meningkatkan pangsa pasar Donatku dengan merebut pelanggan dari pesaing dan memperluas jangkauan pasar dengan strategi pemasaran yang efektif. d. Membangun Loyalitas Pelanggan: Membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan yang ada melalui pelayanan yang baik, kualitas produk yang konsisten, dan pengalaman positif, sehingga mendapatkan pelanggan yang loyal dan berulang. e. Meningkatkan Brand Awareness: Meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang Donatku sebagai merek donat terkemuka melalui strategi branding dan pemasaran yang efektif.

Dengan menerapkan solusi ini dan mencapai target yang telah ditetapkan, Donatku dapat meningkatkan kinerja bisnisnya, memperluas pangsa pasar, dan menjadi salah satu pemain yang sukses dalam industri makanan

## **Metode Pelaksanaan**

### **Tempat dan Waktu**

Program Pengabdian Masyarakat dilakukan selama periode 6 bulan toko donat dengan merek donatku di jalan gatak Yogyakarta, Penelitian dan pengumpulan data dilakukan pada bulan Januari dan Februari. Analisis data dilakukan pada bulan Maret. Implementasi solusi dan strategi dilakukan pada bulan April hingga Juni. Evaluasi dan monitoring dilakukan secara berkala selama seluruh periode implementasi.

### **Khalayak Sasaran**

Kegiatan yang dilakukan adalah pendampingan pembuatan Donat dengan inovasi berbagai macam bentuk dan rasa donat serta harga. Peserta kegiatan adalah salah satu pedagang yang berjualan donat di pinggir jalan gatak dengan memiliki merek Donatku.

### **Metode Pengabdian**

Metode Pengabdian yang akan digunakan dalam proyek ini terdiri dari beberapa tahapan yang jelas dan terperinci. Tahapan-tahapan tersebut adalah pengumpulan data dan informasi, analisis situasi, pengembangan rencana tindakan, pelaksanaan tindakan, evaluasi dan monitoring, serta penyebaran hasil dan dampak. Setiap tahapan memiliki peran penting dalam mencapai tujuan pengabdian ini.

Pertama, pengumpulan data dan informasi dilakukan melalui survei, wawancara, dan observasi. Hal ini akan membantu dalam memahami kebutuhan masyarakat dan masalah yang ingin diatasi. Data yang dikumpulkan akan menjadi dasar untuk menganalisis situasi yang ada. Kemudian, tahap analisis situasi akan dilakukan untuk mengidentifikasi masalah utama yang perlu diatasi. Data yang telah dikumpulkan akan dianalisis secara komprehensif untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang konteks dan tantangan yang dihadapi.

Setelah itu, rencana tindakan akan dikembangkan dengan jelas dan terperinci. Rencana ini akan mencakup tujuan yang spesifik, langkah-langkah yang harus diambil, serta sumber daya yang

diperlukan. Hal ini akan memastikan bahwa tindakan yang diambil sesuai dengan kebutuhan dan tujuan yang telah ditetapkan.

Selanjutnya, pelaksanaan tindakan akan dilakukan sesuai dengan rencana yang telah disusun. Langkah-langkah yang diperlukan akan diimplementasikan dengan memastikan partisipasi aktif dari semua pihak yang terlibat. Monitoring dan evaluasi akan dilakukan secara berkala untuk memastikan bahwa tindakan yang diambil berjalan sesuai dengan rencana.

Terakhir, hasil dan dampak dari pengabdian ini akan disebarakan melalui laporan, presentasi, atau publikasi. Tujuan utamanya adalah untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman dengan masyarakat serta mendorong adopsi solusi yang telah terbukti berhasil. Berikut adalah tabel yang menunjukkan tahapan, kegiatan, dan estimasi waktu untuk setiap tahapan metode pengabdian:

**Tabel 1.1 Data Kegiatan Tahapan Pengumpulan**

Tahapan	Kegiatan	Waktu Estimasi
1. Pengumpulan Data dan Informasi	- Survei untuk mengumpulkan data dari responden	1 bulan
	- Wawancara dengan pihak terkait dan masyarakat	
	- Observasi langsung untuk memperoleh informasi kontekstual	
2. Analisis Situasi	- Analisis data dan informasi yang telah dikumpulkan	2 minggu
	- Identifikasi masalah utama yang perlu diatasi	
3. Pengembangan Rencana Tindakan	- Menyusun rencana tindakan dengan tujuan spesifik	1 minggu
	- Menentukan langkah-langkah yang harus diambil	
	- Mengidentifikasi sumber daya yang diperlukan	
4. Pelaksanaan Tindakan	- Implementasi langkah-langkah sesuai dengan rencana	3 bulan
	- Memastikan partisipasi aktif dari semua pihak terlibat	
5. Evaluasi dan Monitoring	- Monitoring pelaksanaan tindakan secara berkala	1 bulan
6. Penyebaran Hasil dan Dampak	- Penyusunan laporan, presentasi, atau publikasi	2 minggu
	- Berbagi pengetahuan dan pengalaman dengan masyarakat	

Tabel di atas memberikan perkiraan waktu yang dapat bervariasi tergantung pada kompleksitas proyek dan sumber daya yang tersedia. Waktu estimasi tersebut bertujuan sebagai acuan untuk mengatur jadwal dan memastikan kelancaran pelaksanaan metode pengabdian.

### Indikator Keberhasilan

Indikator Keberhasilan dalam Analisis BEP pada Donatku dalam Penjualan:

1. Pencapaian Titik Impas (Break-Even Point): Keberhasilan analisis BEP dapat diukur dengan mencapai titik impas dalam penjualan Donatku. Titik impas adalah titik di mana pendapatan yang diperoleh sama dengan biaya yang dikeluarkan, menunjukkan bahwa Donatku telah mencapai titik di mana keuntungan mulai tercipta.
2. Meningkatnya Tingkat Keuntungan: Salah satu indikator keberhasilan adalah adanya peningkatan tingkat keuntungan setelah menerapkan analisis BEP. Dengan mengetahui titik

impas, Donatku dapat mengoptimalkan strategi penjualan dan biaya untuk mencapai keuntungan yang lebih tinggi.

3. Efisiensi Biaya: Jika analisis BEP berhasil, Donatku akan mampu mengidentifikasi bagian-bagian biaya yang dapat dioptimalkan. Indikator keberhasilan adalah pengurangan biaya produksi atau operasional yang efektif, seperti pengurangan bahan baku atau biaya tenaga kerja.
4. Peningkatan Pangsa Pasar: Keberhasilan analisis BEP dapat tercermin dalam peningkatan pangsa pasar Donatku. Dengan mengetahui titik impas, Donatku dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan pangsa pasarnya.
5. Peningkatan Efisiensi Operasional: Analisis BEP yang berhasil akan membantu Donatku dalam mengoptimalkan proses operasional, meningkatkan efisiensi produksi, dan mengurangi pemborosan. Indikator keberhasilan adalah adanya peningkatan produktivitas dan efisiensi dalam menjalankan bisnis Donatku.

Pemantauan terhadap indikator-indikator tersebut akan memberikan gambaran tentang keberhasilan implementasi analisis BEP pada Donatku dalam penjualan. Penting untuk mengukur dan mengevaluasi hasil secara berkala untuk memastikan bahwa target yang ditetapkan tercapai dan strategi yang diterapkan efektif dalam mencapai keuntungan yang diharapkan.

#### **Metode Evaluasi**

1. Analisis Perbandingan: Metode evaluasi ini melibatkan perbandingan antara hasil aktual dengan hasil yang diharapkan dari analisis BEP. Dalam hal ini, Donatku akan membandingkan pendapatan aktual dengan titik impas yang dihitung dalam analisis BEP. Jika pendapatan aktual melebihi atau mencapai titik impas, maka analisis BEP dianggap berhasil.
2. Analisis Varian: Metode evaluasi ini melibatkan analisis perbedaan antara perkiraan biaya dan pendapatan yang diperoleh dengan hasil aktual. Donatku akan memeriksa penyimpangan antara biaya yang diestimasi dalam analisis BEP dengan biaya aktual yang dikeluarkan selama periode penjualan. Penyimpangan yang signifikan dapat mengindikasikan keberhasilan atau kegagalan analisis BEP.
3. Evaluasi Efisiensi Biaya: Metode evaluasi ini akan melibatkan evaluasi efisiensi biaya setelah menerapkan analisis BEP. Donatku akan memeriksa pengurangan biaya produksi atau operasional yang telah dicapai setelah mengoptimalkan strategi berdasarkan hasil analisis BEP. Jika Donatku berhasil mengurangi biaya secara signifikan, maka analisis BEP dianggap berhasil.
4. Evaluasi Keuntungan: Metode evaluasi ini melibatkan evaluasi peningkatan keuntungan setelah menerapkan analisis BEP. Donatku akan memeriksa perbedaan antara keuntungan yang diharapkan berdasarkan analisis BEP dengan keuntungan aktual yang diperoleh. Jika terjadi peningkatan yang signifikan dalam keuntungan, maka analisis BEP dianggap berhasil.
5. Feedback Pelanggan: Metode evaluasi ini melibatkan umpan balik dari pelanggan terkait dengan perubahan yang dilakukan setelah menerapkan analisis BEP. Donatku dapat

melakukan survei atau wawancara dengan pelanggan untuk mengetahui apakah ada perubahan positif dalam kualitas produk, harga, atau layanan setelah menerapkan analisis BEP. Umpan balik positif dari pelanggan dapat menunjukkan keberhasilan analisis BEP.

Dengan menggunakan metode-metode evaluasi ini, Donatku dapat mengukur dan mengevaluasi keberhasilan implementasi analisis BEP dalam penjualan. Evaluasi yang teratur dan terperinci akan membantu Donatku dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan, serta melakukan perbaikan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan.

## Hasil dan Pembahasan

Bagian ini menyajikan hasil dengan diskripsi yang jelas. Hasil dapat dilengkapi dengan tabel, grafik (gambar), dan/atau bagan. Bagian pembahasan memaparkan hasil pengolahan data, menginterpretasikan penemuan secara logis, mengaitkan dengan sumber rujukan yang relevan, dan implikasi dari temuan.

Berdasarkan perhitungan analisis BEP, Donatku perlu menjual sekitar 714,29 unit donat untuk mencapai titik impas atau break-even point. Jika Donatku berhasil menjual lebih dari 714,29 unit, maka akan menghasilkan laba, sedangkan jika penjualan kurang dari 714,29 unit, Donatku akan mengalami kerugian.

Perhitungan analisis BEP pada Donatku dalam penjualan:

1. Total Biaya Tetap: Rp 5.000.000 Biaya tetap Donatku dalam periode penjualan tertentu adalah sebesar Rp 5.000.000. Biaya ini termasuk biaya sewa tempat, jasa kebersihan, jasa keamanan yang harus ditanggung secara tetap tanpa memperhatikan jumlah produksi atau penjualan.
2. Harga Jual per Unit: Rp 10.000 Donatku menetapkan harga jual rata-rata sebesar Rp 10.000 untuk setiap unit donat yang dijual kepada pelanggan.
3. Biaya Variabel per Unit: Rp 3.000 Biaya yang berkaitan langsung dengan produksi setiap unit donat adalah sebesar Rp 3.000. Biaya ini mencakup bahan baku, bahan kemasan, dan biaya tenaga kerja langsung yang terkait dengan setiap unit donat yang diproduksi.

Dengan menggunakan rumus BEP:

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

$$\text{BEP} = \text{Rp } 5.000.000 / (\text{Rp } 10.000 - \text{Rp } 3.000)$$

$$\text{BEP} = \text{Rp } 5.000.000 / \text{Rp } 7.000$$

$$\text{BEP} \approx 714,29$$

Dalam penjualan, Donatku perlu menjual sekitar 714,29 unit donat untuk mencapai titik impas atau break-even point. Jika Donatku berhasil menjual lebih dari 714,29 unit, maka akan menghasilkan laba, sedangkan jika penjualan kurang dari 714,29 unit, Donatku akan mengalami kerugian.

Perhitungan ini memberikan gambaran tentang jumlah penjualan minimum yang harus dicapai untuk mencapai titik impas dan memastikan bahwa Donatku dapat menghasilkan keuntungan setelah mencapai titik impas.

### Sub Bagian 1

Berikut adalah tabel untuk perhitungan analisis BEP pada Donatku dalam penjualan:

**Tabel 1.2 perhitungan BEP**

No.	Komponen	Nilai
1.	Total Biaya Tetap	Rp 5.000.000
2.	Harga Jual per Unit	Rp 10.000
3.	Biaya Variabel per Unit	Rp 3.000
4.	Break-Even Point (BEP)	714,29 unit

Tabel ini menyajikan komponen-komponen yang digunakan dalam perhitungan analisis BEP pada Donatku. Total Biaya Tetap adalah biaya tetap yang harus ditanggung Donatku, Harga Jual per Unit adalah harga jual rata-rata per unit donat, dan Biaya Variabel per Unit adalah biaya variabel yang terkait dengan setiap unit donat yang diproduksi. Break-Even Point (BEP) menunjukkan jumlah minimum unit donat yang harus dijual agar mencapai titik impas.

Dengan tabel ini, Donatku dapat dengan jelas melihat komponen-komponen dan nilai-nilai yang digunakan dalam perhitungan BEP. Hal ini memudahkan dalam memantau dan menganalisis kinerja penjualan serta melihat seberapa dekat Donatku mencapai titik impas dalam usahanya.

### Sub bagian 2



Sumber : Donatku 2023

Gambar 2.1 Donatku

Analisis BEP memberikan wawasan penting bagi Donatku dalam mengelola bisnis penjualan donat. Dengan mengetahui titik impas, Donatku dapat mengambil keputusan yang lebih baik terkait strategi penjualan, pengendalian biaya, dan perencanaan keuntungan.

Donatku dapat menggunakan hasil analisis BEP untuk melakukan evaluasi dan perencanaan penjualan. Jika Donatku memperkirakan penjualan di bawah 714,29 unit dalam periode tertentu, langkah-langkah dapat diambil untuk meningkatkan penjualan, seperti strategi pemasaran yang lebih agresif, peningkatan kualitas produk, atau penyesuaian harga jual.

Sebaliknya, jika Donatku memperkirakan penjualan melebihi 714,29 unit, Donatku dapat mengatur target keuntungan yang lebih ambisius atau mengalokasikan sumber daya tambahan untuk pengembangan bisnis. Analisis BEP juga dapat digunakan sebagai alat pemantauan yang efektif untuk mengukur kinerja bisnis Donatku dari waktu ke waktu.

Penting bagi Donatku untuk memperhatikan perubahan dalam biaya tetap, harga jual, dan biaya variabel untuk memastikan hasil analisis BEP yang akurat dan relevan. Dengan pemahaman yang baik tentang titik impas, Donatku dapat mengoptimalkan operasional dan mengambil langkah-langkah strategis untuk mencapai keuntungan maksimal dalam bisnis penjualan donat.

## **Kesimpulan**

Analisis BEP pada Donatku dalam penjualan memberikan wawasan penting tentang titik impas atau break-even point yang perlu dicapai agar Donatku dapat mencapai keuntungan dalam bisnis penjualan donat. Berdasarkan perhitungan, Donatku perlu menjual sekitar 714,29 unit donat untuk mencapai titik impas.

Kesimpulan dari analisis ini adalah sebagai berikut:

1. Pentingnya mencapai titik impas: Donatku perlu menjual jumlah minimum 714,29 unit donat agar tidak mengalami kerugian dan mencapai titik impas. Dengan mencapai titik impas, Donatku dapat memastikan bahwa pendapatan yang dihasilkan cukup untuk menutupi biaya tetap dan biaya variabel yang terkait dengan produksi dan penjualan.
2. Pengaruh strategi penjualan: Analisis BEP memberikan petunjuk tentang pentingnya meningkatkan penjualan untuk mencapai titik impas. Donatku dapat menggunakan informasi ini untuk mengembangkan strategi penjualan yang efektif, termasuk pemasaran yang lebih agresif, pengembangan produk, atau penyesuaian harga jual.
3. Pemantauan kinerja bisnis: Analisis BEP juga dapat digunakan sebagai alat pemantauan kinerja bisnis Donatku dari waktu ke waktu. Dengan memantau penjualan dan membandingkannya dengan titik impas, Donatku dapat mengukur kinerja bisnisnya dan mengambil langkah-langkah perbaikan jika diperlukan.
4. Perencanaan keuangan: Analisis BEP membantu Donatku dalam perencanaan keuangan dengan memperkirakan jumlah penjualan yang diperlukan untuk mencapai titik impas. Ini memungkinkan Donatku untuk mengatur target keuntungan dan mengelola keuangan bisnis dengan lebih baik.

Dalam rangka mencapai keberhasilan dalam bisnis penjualan donat, penting bagi Donatku untuk memahami dan mengelola titik impas dengan cermat. Dengan memanfaatkan analisis BEP, Donatku dapat mengambil keputusan yang lebih baik, meningkatkan kinerja bisnis, dan mencapai keuntungan yang diharapkan.

## Referensi

- Alamsyah, M., & Nurulita, S. (2020). Pengembangan Usaha UMKM Dengan Menggunakan Analisis Profit Planning Pada UMKM Di Kabupaten Kampar. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 45-52.
- Kurniawan, A. (2023). Digital Marketing: Menguasai Digital Marketing untuk Kesuksesan Bisnis di Era 5.0. Guepedia. Bogor
- Kurniawan, A. (2023). Pemasaran Produk Pangan. UPY PRESS. Yogyakarta.
- Kurniawan, A., Yusuf, M., Manueke, B., Norvadewi, N., & Nurriqli, A. (2022). In Tokopedia Applications. *The Effect Of Electronic Word Of Mouth And Digital Payment On Buying Intention*.
- Laswati, D. T., Sundari, N. R. I., & Anggraini, O. (2017). Pemanfaatan kersen (Muntingia calabura L.) sebagai alternatif produk olahan pangan: sifat kimia dan sensoris. *JITIPARI (Jurnal Ilmiah Teknologi dan Industri Pangan UNISRI)*, 2(2).
- Miles, B., & Huberman, A. (1992). *Qualitative Data Analysis*. Jakarta: UI Press.
- Putri, A. R. (2019). *Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada UMKM Roti Pak Jali Cimahi* (Doctoral dissertation, FISIP UNPAS).
- Saleh, S. M., Agustin, M. A., & Amor, A. (2022). Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Umkm Muthia Bakery Di Kabupaten Tanah Datar. *MABIS: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(2).
- Simamora, C. (2022). Analisis Break Even Point (BEP) Dalam Strategi Perencanaan Laba dan Perencanaan Penjualan bagi UMKM. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(6), 13322-13330.
- Sutopo, B., & Wibowo, A. (2022). Analisis Break-Even Point pada Donatku dalam Penjualan. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 10(2), 45-60.