

Pelatihan Strategi Penentuan Harga Jual Produk bagi UMKM di Ciputat

Yulia Tantri¹, Vivin Noviyanti², Nadia Ashfia Zahra³, Fachruli Hayu Biyantari⁴,
Hartantri Setiasih⁵, Suripto⁶

Program Studi Magister Akuntansi, Program Pascasarjana, Universitas Pamulang,
Tangerang Selatan, Indonesia

Penulis Korespondensi: yuliacbr123@gmail.com

Abstract. *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) have an important role in supporting community economic activity, but many business owners still experience difficulties in identifying production costs and determining appropriate selling prices. This community service activity was designed to strengthen the ability of MSME actors in Ciputat to manage business costs and apply a more structured approach to selling-price determination. The activity used a direct training and mentoring approach through material transfer, discussion, question-and-answer sessions, motivation, and problem solving. The material covered cost classification, identification of production costs, calculation of cost of production, determination of a reasonable profit margin, market and competitor considerations, break-even analysis, and the application of cost-plus pricing. The activity was planned for 25 MSME participants at the Serua Indah Village Office, South Tangerang, and was scheduled for 19 October 2025. The main output of the activity was practical guidance that could be used by participants as a basis for calculating product selling prices. Because the proposal does not contain post-training measurement data, the final manuscript does not claim a numerical increase in participants' understanding or profit. The activity is expected to support more disciplined cost recording and more rational pricing decisions among MSME actors.*

Keywords: *cost classification; MSMEs; pricing strategy; selling price; training*

Abstrak. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung aktivitas ekonomi masyarakat, namun pelaku usaha masih menghadapi kendala dalam mengidentifikasi biaya dan menentukan harga jual secara tepat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM di Ciputat dalam mengelola biaya usaha dan menerapkan penentuan harga jual yang lebih terstruktur. Metode kegiatan menggunakan pelatihan dan pendampingan secara langsung melalui penyampaian materi, diskusi, tanya jawab, pemberian motivasi, dan pemecahan masalah. Materi meliputi penggolongan biaya, identifikasi biaya produksi, perhitungan harga pokok produksi, penentuan margin keuntungan yang realistis, pertimbangan kondisi pasar dan pesaing, analisis titik impas, serta penerapan cost-plus pricing. Kegiatan dirancang untuk melibatkan 25 pelaku UMKM di Kantor Kelurahan Serua Indah, Tangerang Selatan, dan dijadwalkan pada 19 Oktober 2025. Luaran utama kegiatan berupa pembekalan praktis yang dapat digunakan peserta sebagai dasar dalam menghitung harga jual produk. Karena proposal tidak memuat hasil pengukuran setelah pelatihan, naskah ini tidak mengklaim adanya peningkatan pemahaman atau laba dalam bentuk persentase tertentu. Kegiatan diharapkan dapat mendukung pencatatan biaya yang lebih tertib serta pengambilan keputusan harga jual yang lebih rasional pada pelaku UMKM.

Kata kunci: harga jual; klasifikasi biaya; pelatihan; strategi harga; UMKM

1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dalam perekonomian Indonesia. Keberadaan UMKM tidak hanya berkaitan dengan kegiatan produksi dan perdagangan, tetapi juga dengan penciptaan kesempatan kerja dan

pemerataan aktivitas ekonomi. Dalam praktiknya, keberlangsungan UMKM tidak cukup ditentukan oleh kemampuan menghasilkan produk. Pelaku usaha juga perlu memiliki kemampuan mengelola biaya, memahami posisi produknya di pasar, serta menetapkan harga jual yang dapat menutup biaya dan memberikan keuntungan yang wajar.

Permasalahan penentuan harga jual masih menjadi salah satu persoalan yang sering ditemukan pada UMKM. Beberapa pelaku usaha menentukan harga berdasarkan kebiasaan, mengikuti harga pesaing, atau menetapkan tambahan margin tertentu tanpa terlebih dahulu menghitung seluruh biaya yang berkaitan dengan produk. Kondisi tersebut dapat menyebabkan harga jual tidak menggambarkan biaya yang sesungguhnya dan berpotensi mengurangi keuntungan. Sejumlah penelitian dan kegiatan pengabdian sebelumnya juga menunjukkan bahwa keterbatasan pemahaman mengenai harga pokok produksi dan harga jual masih menjadi persoalan pada berbagai UMKM (Mulyani et al., 2021; Yustitia & Adriansah, 2022; Prasetyo et al., 2021).

Penentuan harga jual sebaiknya dimulai dari pengenalan terhadap struktur biaya. Biaya perlu dikelompokkan berdasarkan fungsi, perilaku terhadap volume aktivitas, objek yang dibebankan, dan tujuan pengendaliannya. Setelah biaya produksi dapat diidentifikasi, pelaku usaha dapat menghitung harga pokok produksi sebagai dasar untuk menetapkan harga jual. Pendekatan full costing, misalnya, memasukkan biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan overhead produksi sehingga memberikan gambaran biaya yang lebih lengkap (Arrova & Sembiring, 2023; Wany, 2023). Selanjutnya, pendekatan cost-plus pricing dapat digunakan dengan menambahkan margin keuntungan yang ditargetkan.

Selain aspek biaya, harga jual juga perlu mempertimbangkan kondisi pasar dan persepsi konsumen. Strategi harga yang hanya berorientasi pada biaya dapat kurang sesuai apabila tidak mempertimbangkan harga pesaing, daya beli, serta nilai yang diterima konsumen. Penelitian mengenai strategi harga pada UMKM menunjukkan bahwa keputusan harga perlu ditempatkan sebagai bagian dari perencanaan laba dan strategi bisnis, bukan sekadar aktivitas menghitung biaya (Odang & Sidabutar, 2024; Shantilawati et al., 2024).

Atas dasar kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini diarahkan kepada pelaku UMKM di Ciputat dengan fokus pada pemahaman praktis mengenai pengelolaan biaya dan strategi menentukan harga jual. Kegiatan ini memiliki relevansi dengan kebutuhan mitra yang berdasarkan proposal kegiatan menyampaikan kebutuhan untuk memahami cara menghitung dan menentukan harga jual produk. Tujuan kegiatan adalah memberikan pemahaman mengenai perhitungan harga jual yang tepat dan membekali peserta agar dapat menerapkan strategi penetapan harga dalam kegiatan usahanya.

2. KAJIAN TEORITIS

Harga Pokok Produksi dan Penggolongan Biaya

Harga pokok produksi merupakan informasi biaya yang penting dalam pengelolaan usaha karena menjadi salah satu dasar dalam menentukan harga jual. Penghitungan harga pokok produksi membutuhkan identifikasi unsur biaya produksi secara sistematis. Dalam konteks UMKM, pengelompokan biaya dapat membantu pemilik usaha membedakan biaya yang benar-benar berhubungan dengan proses produksi dari biaya pemasaran dan administrasi. Pelatihan mengenai harga pokok produksi pada UMKM Pati menunjukkan bahwa pemahaman terhadap pembentukan biaya produksi membantu pelaku usaha dalam menentukan harga jual dan mengantisipasi dampaknya terhadap laba atau rugi (Mulyani et al., 2021).

Full Costing sebagai Dasar Penetapan Harga

Full costing merupakan pendekatan yang memperhitungkan seluruh unsur biaya produksi, baik yang bersifat tetap maupun variabel. Penerapan pendekatan ini dapat menghasilkan harga pokok produksi yang berbeda dibandingkan perhitungan sederhana yang digunakan sebagian UMKM karena biaya overhead tertentu belum selalu diperhitungkan. Penelitian pada beberapa UMKM menunjukkan bahwa perbedaan pengakuan biaya dapat memengaruhi harga pokok produksi dan pada akhirnya memengaruhi harga jual (Arrova & Sembiring, 2023; Fikri, 2023; Israviana et al., 2025).

Cost-Plus Pricing

Cost-plus pricing menetapkan harga jual dengan menambahkan tingkat keuntungan yang diharapkan pada biaya yang telah dihitung. Pendekatan ini relatif mudah diterapkan

pada UMKM karena pemilik usaha dapat menghubungkan harga jual dengan struktur biaya yang telah diidentifikasi. Studi pada UMKM Desira menunjukkan pentingnya penerapan perhitungan harga jual yang teliti, sedangkan studi lainnya menunjukkan bahwa penggunaan full costing sebagai dasar cost-plus pricing dapat menghasilkan harga jual yang berbeda dari metode sederhana yang digunakan UMKM (Gustiansyarifudin & Listari, 2022; Sari et al., 2023).

Strategi Harga dan Keberlanjutan Usaha

Penetapan harga merupakan keputusan yang berkaitan dengan keberlanjutan usaha. Harga yang terlalu rendah dapat menyebabkan margin tidak mencukupi untuk menutup biaya, sedangkan harga yang terlalu tinggi dapat mengurangi daya saing. Oleh sebab itu, biaya, target laba, kondisi pesaing, karakteristik konsumen, dan nilai produk perlu dipertimbangkan secara bersama-sama. Program pelatihan terbaru juga menunjukkan bahwa pendekatan berbasis kasus, praktik, dan pendampingan dapat digunakan untuk membantu pelaku UMKM memahami penentuan HPP dan strategi harga (Febriansyah et al., 2025; Widiastuti et al., 2025).

3. METODE PENELITIAN

Kegiatan ini menggunakan pendekatan pengabdian kepada masyarakat berbentuk pelatihan dan pendampingan langsung. Sasaran kegiatan adalah pelaku UMKM di Kecamatan Ciputat dengan lokasi kegiatan di Kantor Kelurahan Serua Indah, Tangerang Selatan. Berdasarkan proposal, kegiatan dirancang berlangsung selama satu hari pada 19 Oktober 2025 mulai pukul 09.00 WIB dan melibatkan 25 peserta.

Tahap persiapan dilakukan melalui survei awal, koordinasi dengan mitra, penentuan materi, dan persiapan perlengkapan pelatihan. Tahap pelaksanaan meliputi pembukaan, pengenalan, penyampaian materi strategi perhitungan harga jual, tanya jawab, motivasi, serta pemberian evaluasi atau umpan balik. Tahap evaluasi diarahkan pada tiga aspek, yaitu pemahaman peserta terhadap konsep harga jual, kemampuan menerapkan perhitungan secara praktis, dan kepuasan peserta terhadap kegiatan.

Materi pelatihan disusun berdasarkan permasalahan yang diidentifikasi dalam proposal, yaitu kebutuhan memahami harga pokok produksi dan harga jual. Materi mencakup penggolongan biaya berdasarkan fungsi, perilaku biaya, objek biaya, serta

tujuan pengendalian; identifikasi biaya produksi; penyusunan harga pokok produksi; penentuan margin; analisis pasar dan pesaing; break-even point; serta strategi cost-plus pricing, value-based pricing, dan competitive pricing.

Data kegiatan bersumber dari observasi awal, wawancara dengan pelaku UMKM, proses tanya jawab selama pelatihan, serta evaluasi peserta. Analisis yang digunakan bersifat deskriptif, yaitu menguraikan kondisi awal, proses pelaksanaan, materi yang diberikan, dan hasil evaluasi. Proposal tidak menyediakan data skor pre-test dan post-test atau rekapitulasi kuesioner peserta; oleh karena itu, naskah ini tidak membuat angka peningkatan pemahaman yang tidak tersedia dalam sumber.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kondisi dan Kebutuhan Mitra

Berdasarkan proposal kegiatan, kebutuhan utama mitra adalah pemahaman mengenai cara menghitung dan menentukan harga jual produk. Permasalahan tersebut berkaitan dengan kebutuhan untuk mengenali biaya yang menjadi dasar penentuan harga. Kondisi ini sejalan dengan temuan pada kegiatan pengabdian lain, yang menunjukkan bahwa pelaku UMKM sering mengalami kesulitan dalam menghitung HPP dan menggunakan hasil perhitungan tersebut untuk menetapkan harga jual (Yustitia & Adriansah, 2022; Sandrasari et al., 2025).

B. Pelaksanaan Materi dan Pendampingan

Materi kegiatan diarahkan dari konsep yang paling dasar menuju penerapan. Peserta diperkenalkan pada penggolongan biaya agar dapat memahami bahwa tidak seluruh pengeluaran mempunyai fungsi yang sama dalam pembentukan harga. Selanjutnya, peserta diarahkan memahami hubungan antara biaya produksi, harga pokok produksi, margin, dan harga jual. Pendekatan bertahap seperti ini penting karena pelatihan harga jual pada UMKM tidak hanya membutuhkan penyampaian teori, tetapi juga latihan dan diskusi atas persoalan yang benar-benar dihadapi pelaku usaha.

Pendekatan kegiatan berupa transfer ilmu, tanya jawab, motivasi, dan pemecahan masalah sesuai dengan rancangan proposal. Model tersebut sejalan dengan praktik pengabdian terdahulu yang menggunakan ceramah, diskusi, simulasi, dan pendampingan

untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap perhitungan HPP (Mulyani et al., 2021; Prasetyo et al., 2021; Maula et al., 2023). Pelatihan yang menggabungkan penjelasan dengan praktik juga memberikan ruang bagi peserta untuk menghubungkan konsep biaya dengan produk yang mereka jual.



Sumber: Dokumentasi Tim PKM, 2025

C. Strategi Penentuan Harga Jual

Dalam kegiatan ini, peserta diarahkan agar tidak langsung menentukan harga berdasarkan harga pesaing atau perkiraan margin. Langkah yang lebih sistematis dimulai dengan mengidentifikasi biaya produksi, mengelompokkan biaya, menghitung biaya per unit, kemudian menambahkan keuntungan yang realistis. Cost-plus pricing dapat menjadi pendekatan awal yang praktis bagi UMKM karena struktur perhitungannya relatif mudah dipahami. Namun, hasil perhitungan tetap perlu dibandingkan dengan kondisi pasar agar harga yang ditetapkan tetap kompetitif (Pratista & Santoso, 2024; Odang & Sidabutar, 2024).

Pembahasan tersebut juga menunjukkan bahwa harga jual tidak berdiri sendiri sebagai angka akuntansi. Keputusan harga berhubungan dengan posisi produk, karakteristik pelanggan, persaingan, dan kemampuan usaha menghasilkan laba. Dengan demikian, pelatihan diarahkan agar peserta memahami harga sebagai bagian dari pengelolaan bisnis secara keseluruhan.

D. Hasil Evaluasi Kegiatan

Proposal menetapkan tiga fokus evaluasi, yaitu pemahaman peserta, penerapan praktis, dan kepuasan peserta. Namun, dokumen proposal yang menjadi dasar penulisan ini tidak menyertakan hasil rekapitulasi evaluasi, skor sebelum dan sesudah pelatihan, atau persentase kepuasan peserta. Oleh karena itu, hasil kegiatan dalam naskah ini disajikan secara kualitatif dan tidak memasukkan angka peningkatan yang tidak dapat diverifikasi. Untuk versi yang benar-benar siap submit sebagai laporan akhir, tabel evaluasi berikut perlu diisi berdasarkan lembar evaluasi atau dokumentasi pelaksanaan.

Aspek Evaluasi	Indikator	Hasil Aktual
Pemahaman peserta	Memahami unsur biaya dan dasar penentuan harga jual	Peserta mendapatkan ilmu baru dan mampu memahami unsur biaya dan dasar dalam penentuan harga jual produk mereka
Penerapan praktis	Mampu menyusun perhitungan HPP/harga jual	Peserta mampu menyusun dan memahami bagaimana menyusun HPP/harga jual pada produk mereka

Kepuasan peserta	Penilaian peserta terhadap materi dan pelaksanaan	Peserta merasa puas karena mendapatkan ilmu baru dan berbagai hadiah
------------------	---	--

Tabel 1. Instrumen ringkas evaluasi kegiatan. Sumber: Diolah dari rancangan evaluasi proposal PKM.

Secara konseptual, kebutuhan untuk mengisi evaluasi aktual tersebut penting karena kegiatan pengabdian tidak hanya dinilai dari terlaksananya penyampaian materi, tetapi juga dari perubahan kemampuan peserta. Studi terdahulu mengenai pendampingan HPP menunjukkan bahwa evaluasi dapat digunakan untuk melihat perubahan pemahaman dan kemampuan pelaku usaha dalam menghitung biaya serta menentukan harga jual (Yustitia & Adriansah, 2022). Dengan demikian, data evaluasi aktual akan memperkuat bukti keberhasilan kegiatan UMKM Ciputat.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema strategi menentukan harga jual produk dirancang untuk menjawab kebutuhan pelaku UMKM Ciputat dalam memahami pengelolaan biaya dan penetapan harga. Materi yang diberikan mencakup penggolongan biaya, perhitungan harga pokok produksi, penentuan margin keuntungan, analisis pasar dan pesaing, titik impas, serta strategi cost-plus pricing. Pendekatan pelatihan melalui transfer ilmu, tanya jawab, motivasi, dan pemecahan masalah dipilih agar materi dapat dikaitkan dengan persoalan usaha yang dihadapi peserta.

Berdasarkan dokumen yang tersedia, kegiatan ini belum dapat dinilai secara kuantitatif karena proposal tidak menyertakan rekapitulasi hasil evaluasi peserta. Oleh sebab itu, kesimpulan mengenai peningkatan pemahaman, kemampuan menghitung harga jual, atau peningkatan laba tidak dinyatakan dalam bentuk angka. Keterbatasan utama naskah adalah belum tersedianya data evaluasi aktual setelah kegiatan. Pada tahap berikutnya, pelaksana disarankan melengkapi dokumentasi dengan daftar hadir, foto kegiatan, contoh lembar kerja perhitungan peserta, serta hasil pre-test dan post-test atau kuesioner kepuasan. Data tersebut akan membuat laporan akhir lebih kuat dan memungkinkan keberhasilan kegiatan ditunjukkan secara terukur.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana menyampaikan terima kasih kepada Universitas Pamulang, Program Studi Magister Akuntansi, pengurus dan pelaku UMKM Kecamatan Ciputat, serta pihak Kelurahan Serua Indah yang mendukung pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Apresiasi juga disampaikan kepada dosen pendamping kegiatan atas arahan selama proses penyusunan dan pelaksanaan program.

DAFTAR REFERENSI

- Arrova, D., & Sembiring, E. E. (2023). Perhitungan harga pokok produksi dengan metode full costing dan variable costing untuk menentukan harga jual. *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 3(3), 303–308. <https://doi.org/10.35313/ialj.v3i3.5198>.
- Febriansyah, E., Dhayan, H., Martya, C., Azwani, A., Gaol, T. R. L., Pascasia, R. C. L., Lestari, F. A., & Zultami, S. I. (2025). Pelatihan penentuan harga pokok produksi dan strategi penetapan harga. *IJTIMA': Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 21–30. <https://doi.org/10.25299/ijtima.2025.21752>.
- Fialita, I. (2025). Penerapan metode harga pokok full costing sebagai penentu harga jual pada UMKM Dapur Teh End. *Jurnal Kajian Akuntansi, Auditing dan Perpajakan*.
- Fikri, A. (2023). Peranan perhitungan harga pokok produksi pendekatan full costing dalam menentukan harga jual dengan metode cost plus pricing: Studi kasus pada industri olahan tahu Nono Purnomo. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 11(2), 413–422. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v11i2.1670>.
- Gustiansyarifudin, M. R., & Listari, S. (2022). Tinjauan atas penerapan harga jual dengan cost plus pricing pada UMKM Desira. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 2(2). <https://doi.org/10.37641/jabkes.v2i2.1475>.
- Israviana, S., Wijaya, L. R. P., & Puspitasari, E. Y. (2025). Penerapan metode cost plus pricing dengan pendekatan full costing dalam menentukan harga jual pada produk UMKM Rumah Produk Herbal. *JEMSI*, 11(6). <https://doi.org/10.35870/jemsi.v11i6.5113>.
- Maula, K. A., Pardistya, I. Y., Hilmi, I. L., & Piantara, S. (2023). Pelatihan penentuan harga pokok produksi UMKM serta strategi pemasaran demi meningkatkan profitabilitas. *Jurnal Abdimas PHB*, 6(4), 1243–1250.
- Mufarokhah, N., Khasanah, U., Zainab, & Vitriya, R. (2025). Pelatihan perhitungan harga pokok penjualan untuk penentuan harga jual barang dagang dan barang produksi UMKM. *Jurnal ABM Mengabdi*, 12(1). <https://doi.org/10.31966/jam.v12i1.1579>.
- Mulyani, S., Gunawan, B., & Nurkamid, M. (2021). Pelatihan perhitungan harga pokok produksi bagi UMKM Kabupaten Pati. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 181–187. <https://doi.org/10.25134/empowerment.v4i02.4526>.
- Odang, N. K., & Sidabutar, G. R. A. (2024). Maksimalisasi profit UMKM berdasarkan perspektif pricing strategy. *Jurnal Riset dan Aplikasi: Akuntansi dan Manajemen*, 7(1), 129–140. <https://doi.org/10.33795/jraam.v7i1.011>.
- Prasetyo, I., Saddewisasi, W., & Prasetyo, A. (2021). Penerapan strategi penentuan harga jual dalam menunjang kesuksesan usaha UMKM aneka snack. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 12(2), 305–309. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v12i2.6441>.
- Pratista, A. T., & Santoso, R. (2024). MSMEs product selling pricing strategy to increase profits using the cost plus pricing approach. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 8(2). <https://doi.org/10.29040/ijebar.v8i2.13225>.

- Putri, N. T., Arrahman, M. A., Luthfiah, A., & Nugraha, M. E. A. (2024). Sales pricing strategy of Karak Kaling Talua and Roti Kariang household industries by determined prices of existing costs. *Warta Pengabdian Andalas*, 31(1), 84–89. <https://doi.org/10.25077/jwa.31.1.84-89.2024>.
- Rini, A. P., & Astuti, T. D. (2025). Pelatihan dan pendampingan UMKM dalam penentuan harga pokok penjualan dengan metode full costing. *MENGABDI: Jurnal Hasil Kegiatan Bersama Masyarakat*, 3(5), 21–26. <https://doi.org/10.61132/mengabdi.v2i6.1113>.
- Romadhon, F., Perwitasari, A. W., Bariyah, T., Atikasari, A. D. N., Darmawan, A., & Maulana, F. (2025). UMKM naik kelas: Pendampingan perhitungan harga pokok produksi untuk optimalisasi keuntungan dan keberlanjutan usaha. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 9(6).
- Sandrasari, D. A., Wulandari, E., & Maharani, M. D. D. (2025). Pelatihan penentuan harga pokok produksi dan penjualan pada UMKM Kecamatan Cilandak Jakarta Selatan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi dan Bisnis Digital*, 1(4). <https://doi.org/10.70248/jpmebd.v1i4.1762>.
- Sari, N. N., Agustin, B. H., & Anggraini, N. (2023). Penerapan metode cost plus pricing dalam menentukan harga jual untuk memaksimalkan laba. *Jurnal Ilmiah Cendekia Akuntansi*, 8(3), 37–53. <https://doi.org/10.32503/cendekiaakuntansi.v8i3.3752>.
- Shantilawati, I., Anindya, A., & Suryadi, I. (2024). Penerapan pricing strategy dalam manajemen bisnis pada UMKM (studi kasus Kopi Janji Jiwa). *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(2). <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i2.1065>.
- Wany, E. (2023). Penerapan metode full costing dalam perhitungan harga pokok produksi sebagai dasar penetapan harga jual (studi kasus UMKM susu). *INCOME: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 4(2). <https://doi.org/10.38156/akuntansi.v4i2.219>.
- Widiastuti, M., Riorini, S. V., Sirait, K. H., Dirdia, R., & Widiasmara, S. (2025). Strategi penetapan harga produk dan jasa bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. *Dirkantara Indonesia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1). <https://doi.org/10.55837/di.v4i1.168>.
- Yustitia, E., & Adriansah. (2022). Pendampingan penentuan harga pokok produksi (HPP) dan harga jual pada UMKM di Desa Sawahkulon. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1–9. https://doi.org/10.32764/abdimas_ekon.v3i1.2506.