

ABDIMAS UNIVERSAL

<http://abdimasuniversal.uniba-bpn.ac.id/index.php/abdimasuniversal>

DOI : <https://doi.org/10.36277/abdimasuniversal.v6i2.491>

Received: 09-06-2024

Accepted: 17-06-2024

Sosialisai Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Profit UMKM di Kelurahan Karang Joang Jepri¹; Karina Amilia¹; Franky Purnama Wijaya^{1*}

¹Universitas Balikpapan

^{1*}Email: frankypurnama14@gmail.com

Abstrak

Hampir keseluruhan dan mayoritas pelaku UMKM di Kelurahan Karang Joang Kota Balikpapan, tepatnya di Gang Banyumas KM 15 RT 32 dan sekitarnya, memiliki pemahaman yang kurang memadai tentang perhitungan harga jual produk dengan tepat. Para pelaku UMKM belum mengidentifikasi dan menghitung biaya dengan optimal sehingga menyebabkan profit yang dihasilkan kurang maksimal. Menanggapi permasalahan ini, pengabdian akan melaksanakan program kerja “Sosialisasi Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Profit UMKM di Kelurahan Karang Joang” kepada pelaku UMKM dan warga RT 32 dan sekitarnya di KM 15 Kelurahan Karang Joang, Kecamatan Balikpapan Utara, Kota Balikpapan. Tujuan sosialisasi ini adalah untuk menambah wawasan dan pengetahuan pelaku UMKM dalam mengidentifikasi biaya dan menetapkan harga jual produk dengan lebih optimal. Kegiatan sosialisasi ini diikuti oleh 33 peserta, termasuk pelaku UMKM dan warga sekitar. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan pemahaman di kalangan peserta mengenai metode penetapan harga jual produk yang tepat. Para pelaku UMKM mulai mampu mengidentifikasi biaya-biaya yang terlibat dan menghitung harga jual dengan lebih akurat, sehingga potensi profit yang diperoleh menjadi lebih maksimal.

Kata Kunci: *UMKM, harga jual, profit, keuntungan*

Abstract

Almost all and the majority of MSME owners in Karang Joang Village, Balikpapan City, precisely in Gang Banyumas KM 15 RT 32 and its surroundings, have an inadequate understanding of the proper calculation of product selling prices. MSME owners have not identified and calculated costs optimally, causing the profit generated to be less than optimal. In response to this problem, the researcher will implement the work program "Socialization of Product Selling Price Determination towards MSME Profit in Kelurahan Karang Joang" to MSME owners and residents of RT 32 and its surroundings in KM 15 Karang Joang Village, North Balikpapan District, Balikpapan City. The purpose of this socialization is to increase the insight and knowledge of MSME owners in identifying costs and setting product selling prices more optimally. This socialization activity was attended by 33 participants, including MSME owners and local residents. The results of this activity showed an increase in understanding among the participants regarding the method of determining the right product selling price. MSME owners began to be able to identify the costs involved and calculate the selling price more accurately, so that the potential profit obtained is maximized.

Keywords: *MSME, pricing, profit, profitability*

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam penyokong perekonomian baik secara lokal maupun nasional. Menurut Rudjito (Abid, 2021), UMKM adalah usaha yang membantu perekonomian Indonesia karena melalui UMKM akan terbentuk lapangan kerja baru dan peningkatan devisa negara melalui pajak badan usaha. Disampaikan oleh Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Indonesia dalam siaran pers di Jakarta pada 21 Mei 2023, UMKM merupakan salah satu mesin utama perekonomian nasional karena berkontribusi terhadap 60,51% PDB dan mampu menyerap hampir 96,92% dari total tenaga kerja nasional. Melihat pentingnya peranan UMKM dalam perekonomian negara, maka sudah seharusnya UMKM mendapat

perhatian, pendampingan, pengelolaan serta pemberdayaan sumber daya yang lebih maksimal lagi dari pemerintah dan negara.

Permasalahan yang terjadi sekarang adalah UMKM di Indonesia masih belum sepenuhnya dikelola secara profesional (Maesaroh, 2020). Manajemen usaha yang diterapkan secara turun temurun masih bersifat tradisional dan manual. Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada pun masih membutuhkan pelatihan agar dapat menjadi SDM yang lebih berkualitas. Salah satu aspek penting dalam manajemen adalah penetapan harga jual (Apipah et al., 2022). Harga jual yang ditetapkan akan memengaruhi laba yang harus dihasilkan (Nasyra & Fathimah, 2022). Oleh karena itu, penentuan harga jual harus dilakukan secara tepat melalui perhitungan yang matang. Hal ini memerlukan informasi biaya penuh

masa yang akan datang (Firmansyah et al., 2023; Pontoh & Budiarmo, 2018). Biaya penuh ini akan menjadi dasar utama penetapan harga jual ditambah dengan persentase keuntungan yang diharapkan.

Lebih lanjut, menurut Mulyadi (Herawaty & Mansur, 2019), harga jual suatu produk terbentuk di pasar sebagai interaksi antara jumlah permintaan dan penawaran di pasar. Hal ini berarti bahwa harga jual ditentukan oleh seberapa banyak produk yang tersedia dan seberapa besar keinginan konsumen untuk membelinya. Jika terdapat permintaan yang tinggi terhadap suatu produk sementara penawaran terbatas, harga cenderung naik. Sebaliknya, jika penawaran berlebih dan permintaan rendah, harga akan turun (Chusnah, 2020). Selain itu, faktor eksternal seperti kondisi ekonomi makro, perubahan kebijakan pemerintah, tingkat persaingan di pasar, dan preferensi konsumen juga berpengaruh dalam pembentukan harga jual. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu memahami mekanisme pasar dan mengembangkan strategi harga yang fleksibel dan adaptif (Budiarto et al., 2018). Dengan demikian, mereka dapat menyesuaikan harga produk mereka dengan kondisi pasar yang terus berubah, sehingga mampu mempertahankan daya saing dan profitabilitas usaha.

Harga pokok produksi sangat berperan dalam menentukan harga jual produk, sehingga harga jual yang ditawarkan dapat bersaing dengan perusahaan lain. Menurut Setiadi (2014), informasi harga pokok produksi dapat dijadikan dasar untuk menetapkan harga jual yang tepat kepada konsumen, sehingga menguntungkan perusahaan. Menurut Mulyadi (Satriani & Kusuma, 2020), metode *full costing* ini merupakan cara penentuan biaya produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi. Biaya penuh (*full costing*) sendiri terdiri atas biaya produksi dan biaya nonproduksi (Vonna & Daud, 2016). Biaya produksi meliputi semua biaya yang terkait langsung dengan proses pembuatan produk, seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik (Sari et al., 2021). Sementara itu, biaya nonproduksi mencakup biaya-biaya yang tidak langsung berhubungan dengan produksi, tetapi tetap diperlukan untuk menjalankan operasi bisnis, seperti biaya pemasaran, biaya administrasi, dan biaya distribusi (Macpal et al., 2014).

Mengidentifikasi kedua jenis biaya ini dengan tepat sangat penting untuk menetapkan harga jual yang optimal. Kesalahan dalam mengidentifikasi biaya, seperti mengabaikan biaya tertentu atau salah mengkategorikan biaya, dapat menyebabkan perhitungan harga jual menjadi tidak akurat. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk memahami semua komponen biaya yang terlibat dalam operasional bisnis mereka. Permasalahan ini sering dialami oleh para pelaku UMKM, termasuk di Wilayah RT 32 dan sekitarnya di KM 15 Kelurahan Karang Joang. Dalam

diskusi dan wawancara dengan para pelaku UMKM, ditemukan bahwa mereka kesulitan mengidentifikasi, menggolongkan, dan menghitung biaya untuk menetapkan harga jual produk mereka. Akibatnya, ada biaya-biaya yang tidak masuk ke dalam perhitungan, sehingga keuntungan yang diperoleh belum maksimal. Hal ini juga disebabkan oleh keterbatasan sumber daya manusia dalam mengelola usaha secara profesional.

Sebagai contoh, pengabdian oleh Yustiati & Adriansah (2022) dalam “Pendampingan Penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) dan Harga Jual pada UMKM di Desa Sawahkulon”, mengungkapkan bahwa bimbingan dan pendampingan mampu meningkatkan keterampilan pengusaha UMKM dalam menghitung harga jual produk yang kompetitif. Hasil akhir dari pengabdian tersebut juga menunjukkan bahwa para pelaku UMKM Sawahkulon mampu menghitung HPP dengan lebih akurat dan menetapkan harga jual yang lebih realistis. Berdasarkan temuan tersebut, pengabdian memutuskan untuk melakukan pengabdian dengan diadakannya sosialisasi tentang penetapan harga jual produk yang tepat untuk meningkatkan profit UMKM. Kegiatan ini bertujuan agar dapat meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM di lingkungan RT 32 KM 15 Kelurahan Karang Joang dan berkontribusi pada perkembangan UMKM di daerah tersebut.

2. Bahan dan Metode

Kegiatan “Sosialisasi Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Profit UMKM di Kelurahan Karang Joang” dilaksanakan pada tanggal 18 Februari 2024 di daerah Wisata Meranti KM 15 Kelurahan Karang Joang dan dihadiri oleh 33 partisipan yang terdiri dari pelaku UMKM, pengelola Wisata Meranti, dan warga sekitar RT 32 Kelurahan Karang Joang. Metode yang digunakan dalam sosialisasi ini adalah penyampaian materi dan diskusi interaktif.

Untuk memastikan sosialisasi ini tepat sasaran, pengabdian melakukan observasi selama 14 hari sebelum kegiatan sosialisasi terhadap 10 UMKM yang ada di daerah RT 32 dan sekitar Kelurahan Karang Joang. Observasi ini bertujuan untuk memahami kondisi nyata dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam menetapkan harga jual produk mereka. Dari hasil observasi ditemukan beberapa masalah umum, seperti kesulitan dalam mengidentifikasi dan menggolongkan biaya produksi secara tepat, serta ketidakmampuan menghitung harga jual yang menguntungkan.

Berdasarkan temuan ini, materi sosialisasi dirancang untuk memberikan pengetahuan praktis dan alat perhitungan yang dapat membantu pelaku UMKM mengidentifikasi dan menggolongkan biaya dengan lebih baik, serta menghitung harga jual produk secara lebih akurat. Kegiatan ini pun melalui beberapa tahapan yang meliputi tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi.

Langkah-langkah metode pelaksanaan adalah sebagai berikut.

1) Tahap Persiapan

Tahap persiapan meliputi berbagai kegiatan awal yang bertujuan mempersiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan agar kegiatan sosialisasi berjalan dengan lancar. Beberapa kegiatan pada tahap ini meliputi permintaan izin kegiatan sosialisasi yang diajukan kepada Ketua Rukun Tetangga (RT) 32, analisis kebutuhan peralatan, perlengkapan, konsumsi dan kebutuhan-kebutuhan lainnya serta penyusunan materi sosialisasi.

2) Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini, kegiatan inti dari program kerja akan dilaksanakan. Ada dua materi pokok yang akan disajikan, yaitu pertama, Pentingnya Peran UMKM Dalam Perekonomian serta Identifikasi dan Penggolongan Biaya. Sedangkan materi yang kedua adalah Penetapan Harga Jual Produk dan Optimalisasi Laba.

3) Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi merupakan tahap akhir dalam program kerja ini. Evaluasi dilakukan untuk menilai beberapa aspek dari keseluruhan kegiatan, termasuk tahap persiapan, tahap pelaksanaan analisis kebutuhan, penyusunan materi, izin pelaksanaan, serta penyajian materi “Sosialisasi Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Profit UMKM di Kelurahan Karang Joang”. Evaluasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap tahap telah dilaksanakan dengan baik dan mencapai tujuan yang ditetapkan.

3. Hasil dan Pembahasan

Sebelum pelaksanaan pengabdian kegiatan sosialisai penetapan harga jual produk, terdapat kegiatan observasi berupa wawancara kepada pelaku UMKM di KM 15 Kelurahan Karang Joang. Pada wawancara ini, pengabdian menanyakan beberapa hal terkait dengan pemahaman pelaku UMKM tentang manajemen biaya dan penetapan harga jual produk.



Gambar 1. Wawancara dengan Salah Satu Pelaku UMKM Jajanan Basah

Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki pemahaman yang memadai tentang konsep *full costing* dan cara yang tepat untuk menetapkan harga jual produk. Mereka cenderung menetapkan harga jual berdasarkan perkiraan atau mengikuti harga pasar tanpa perhitungan biaya yang matang. Selain itu, pelaku UMKM juga mengungkapkan bahwa mereka mengalami kesulitan dalam mengidentifikasi dan menggolongkan biaya-biaya yang terlibat dalam proses produksi. Banyak dari mereka yang mengabaikan biaya *overhead* dan biaya nonproduksi dalam perhitungan harga jual, yang menyebabkan harga jual tidak mencerminkan biaya penuh yang sebenarnya dikeluarkan.

Berdasarkan hasil wawancara, pengabdian berhasil menyusun materi sosialisasi yang menyeluruh untuk pelaku UMKM di KM 15 Kelurahan Karang Joang. Materi tersebut mencakup pemahaman tentang peran UMKM dalam perekonomian, termasuk kontribusi mereka sebagai penyedia lapangan kerja dan sumber inovasi. Selain itu, materi juga menggambarkan secara jelas permasalahan yang sering dihadapi oleh UMKM, seperti manajemen biaya yang masih bersifat tradisional dan kurang pemahaman tentang konsep Harga Pokok Produksi (HPP) serta pentingnya penentuan harga jual yang tepat. Materi ini dirancang berdasarkan hasil observasi dan wawancara langsung dengan pelaku UMKM di KM 15 Kelurahan Karang Joang, sehingga relevan dengan kebutuhan dan tantangan yang mereka hadapi dalam mengelola usaha mereka sehari-hari.

Gambar 2. Contoh Isi Materi Melalui PowerPoint yang Membahas tentang HPP

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan pada tanggal 18 Februari 2024 di KM 15 Karang Joang tepatnya di Aula Wisata Meranti, pada jam 10 pagi. Pengabdi memulai kegiatan “Sosialisasi Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Profit UMKM di Kelurahan Karang Joang” dengan salam dan perkenalan diri terlebih dahulu kepada 33 orang peserta yang merupakan pelaku UMKM di Kelurahan Karang Joang dari berbagai latar belakang usaha, pengelola Wisata Meranti, dan juga warga sekitar.

Pengabdi memulai materi dengan menyampaikan bahwa UMKM memegang peranan yang penting dalam perekonomian, baik lokal maupun nasional. UMKM menjadi penyedia lapangan kerja terbesar dan pencipta pasar serta berbagai inovasi baru. Materi pun dilanjutkan dengan menjelaskan bagaimana konsep dan perilaku biaya pada UMKM. Volume produksi atau volume aktivitas dalam suatu perusahaan akan memengaruhi perubahan biaya, dan peningkatan volume aktivitas biasanya berdampak pada peningkatan biaya.



Gambar 3. Pengabdi Menjelaskan Materi Awal Kepada Para Peserta

Pemahaman akan perubahan biaya memungkinkan manajemen untuk melakukan perencanaan dan pengendalian biaya. Dalam konteks UMKM, seorang pemilik usaha harus mengenali betul karakteristik dan perilaku biaya pada usaha yang dikelolanya. Hal ini sangat berguna dalam perencanaan biaya, termasuk saat penentuan harga jual. Pengabdi menjelaskan bahwa biaya merupakan pengorbanan sumber daya atau pengeluaran yang dilakukan untuk mendapatkan manfaat di masa depan. Dalam pengelolaan suatu usaha, pasti terdapat banyak biaya-biaya yang dikeluarkan, semua jenis biaya ini harus diidentifikasi secara jelas dan nilainya dihitung secara akurat saat penentuan harga jual.

Biaya dapat dibedakan dalam beberapa jenis menurut perilaku biaya, yaitu biaya variabel dan biaya tetap. Kedua jenis biaya ini memiliki karakteristik yang berbeda. Biaya variabel diklasifikasikan sebagai biaya yang totalnya akan berubah seiring dengan perubahan volume produksi atau aktivitas, sementara biaya tetap adalah biaya per unitnya yang tidak berubah. Pengabdi memberikan contoh biaya variabel yang kerap dijumpai

dalam UMKM, seperti pengeluaran untuk bahan baku dalam usaha roti rumahan. Sedangkan biaya tetap memiliki karakteristik bahwa total biaya tetap tidak berubah dalam jangka pendek meskipun terjadi perubahan volume produksi. Klasifikasi biaya variabel dan biaya tetap ini dapat dijadikan sebagai pedoman oleh pelaku UMKM saat mengidentifikasi biaya pada usaha yang dikelolanya.



Gambar 4. Pengabdi Menjelaskan Materi tentang Perilaku Biaya Kepada Para Peserta

Selanjutnya, pengabdi menjelaskan tentang metode penentuan harga jual. Metode penentuan harga jual dalam keadaan normal (*normal pricing*) dinilai lebih sederhana sehingga mudah diterapkan dalam UMKM. Perhitungan harga jual dengan metode ini dapat dilakukan dengan menghitung Harga Pokok Produksi (HPP). Pengabdi menjelaskan bahwa Harga Pokok Produksi dapat dihitung setelah pelaku UMKM sudah mengidentifikasi biaya-biaya yang harus diperhitungkan seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead*. Pengabdi juga melakukan simulasi perhitungan harga jual dengan metode keadaan normal, menekankan pentingnya menetapkan harga jual produk yang optimal. Harga jual optimal tidak berada di bawah harga pokok produksi dan tidak melampaui harga jual pesaing, agar usaha tidak mengalami kerugian dan tetap kompetitif di pasar.



Gambar 5. Pengabdi Menjelaskan Materi tentang HPP

Pada akhir kegiatan, pengabdi menemukan bahwa dalam kegiatan ini masih ada beberapa peserta yang belum sepenuhnya memahami konsep *full costing* dan perhitungan harga jual secara optimal. Selain itu, kendala dalam penerapan teori ke dalam praktik sehari-

hari juga menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku UMKM yang terbiasa dengan metode manajemen tradisional.

Untuk meningkatkan efektivitas program pengabdian di masa mendatang, pengabdian menyarankan beberapa hal, diantaranya:

- a. Menyediakan sesi pelatihan lanjutan yang lebih mendalam mengenai perhitungan harga pokok produksi dan penetapan harga jual.
- b. Melibatkan lebih banyak praktisi bisnis dan mentor yang dapat memberikan contoh kasus nyata dan solusi praktis.
- c. Menerapkan pendekatan yang lebih interaktif dan berbasis pada studi kasus spesifik dari peserta.
- d. Memberikan panduan tertulis dan alat bantu perhitungan yang mudah dipahami dan digunakan oleh pelaku UMKM.

Dengan demikian, pelaku UMKM dapat lebih memahami dan menerapkan konsep-konsep yang telah dipelajari dalam pengelolaan usaha mereka secara lebih efektif dan profesional, sehingga dapat meningkatkan profitabilitas dan daya saing usaha mereka.

4. Kesimpulan

Hasil akhir dari program kerja “Sosialisasi Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Profit UMKM di Kelurahan Karang Joang”, menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya penetapan harga jual yang tepat. Perhitungan harga jual produk terbukti menjadi bagian terpenting dalam usaha yang dijalankan oleh para pelaku usaha. Partisipan memperoleh wawasan baru tentang cara mengidentifikasi dan menggolongkan biaya, serta menghitung harga jual yang menguntungkan. Kegiatan ini juga berkontribusi pada peningkatan daya saing dan keberlanjutan UMKM di lingkungan RT 32 KM 15 Kelurahan Karang Joang, sejalan dengan tujuan pengabdian kepada Masyarakat yaitu untuk memperkuat ekonomi lokal melalui pendidikan dan pelatihan yang relevan.

5. Ucapan Terima Kasih

Terima kasih dipanjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan mulai dari proses perencanaan sampai dengan proses pelaksanaan program Kuliah Kerja Nyata ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Balikpapan yang telah memberikan kesempatan dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata ini. Rasa terima kasih juga disampaikan kepada Bapak Dr. Jepri, S.S., M.Pd., selaku Dosen Pendamping Lapangan (DPL) Kelompok B9B yang telah memberikan banyak arahan, nasihat dan motivasi selama pelaksanaan kegiatan KKN ini. Tak lupa juga ucapan terima kasih kepada Kelurahan Karang Joang, Ketua RT 32 KM 15 Gang Banyumas Kelurahan Karang Joang termasuk di

dalamnya seluruh Pengelola Wisata Meranti dan warga sekitar yang telah mengizinkan dan memberi kesempatan untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam rangka KKN dan juga terima kasih untuk semua anggota kelompok KKN B9B Universitas Balikpapan atas kerja samanya dari awal hingga akhir kegiatan KKN.

6. Daftar Rujukan

- Abid, M. (2021). Belajar Memulai Bisnis UMKM. *Entrepreneurial Mindsets & Skill*, 35, 35.
- Apipah, N., Dumadi, D., & Riono, S. B. (2022). Edukasi Penetapan Harga Jual Bagi Pelaku UMKM Harum Manis Desa Parereja, Brebes. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Budiarto, R., Putero, S. H., Suyatna, H., Astuti, P., Saptoadi, H., Ridwan, M. M., & Susilo, B. (2018). *Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman praktis*. UGM Press.
- Chusnah, A. (2020). Pengaruh Kondisi Pandemi Pada Permintaan Pasar Fast Food. *Pengaruh Kondisi Pandemi Pada Permintaan Pasar Fast Food*.
- Firmansyah, D., Mulyadi, H., & Susetyo, D. P. (2023). Penentuan Harga Jual: Harga Pokok Produksi dan Ekspektasi Laba. *Jkbn (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*.
- Herawaty, N., & Mansur, F. (2019). PPM Perhitungan Harga Pokok Produksi Untuk Efisiensi Biaya Produksi Pada Industri Tahu di Kecamatan Jaluko Kabupaten Muaro Jambi. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 3(1), 15-21.
- Macpal, B., Morasa, J., & Tirayoh, V. (2014). Analisis perhitungan harga pokok penjualan barang produksi pada Jepara meubel di kota Bitung. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Maesaroh, S. S. (2020). Upaya Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Kota Tasikmalaya melalui Pemanfaatan System Informasi Geografis (SIG). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*.
- Nasiyra, N., & Fathimah, V. (2022). Pengaruh Biaya Produksi dan Harga Jual Terhadap Pendapatan pada UMKM Kolam Pancing Bado Tanjung Morawa. *Civitas: Jurnal Studi Manajemen*.
- Pontoh, W., & Budiarmo, N. S. (2018). Ipteks penerapan metode penentuan harga jual normal dalam penentuan harga jual jasa (Studi kasus pada usaha Photocopy Gloria

- Manado). *Jurnal ipteks akuntansi bagi masyarakat*, 2(1).
- Sari, R., Hamidy, F., & Suaidah, S. (2021). Sistem Informasi Akuntansi Perhitungan Harga Pokok Produksi Pada Konveksi Sjm Bandar Lampung. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(1), 65-73.
- Satriani, D., & Kusuma, V. V. (2020). Perhitungan harga pokok produksi dan harga pokok penjualan terhadap laba penjualan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*.
- Setiadi, P. (2014). Perhitungan harga pokok produksi dalam penentuan harga jual pada CV. Minahasa Mantap Perkasa. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 14(2).
- Vonna, S. R., & Daud, R. M. (2016). Analisis perilaku sticky cost pada biaya produksi dan non-produksi (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 1(1), 120-132.
- Yustitia, E., & Adriansah, A. (2022). Pendampingan Penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) dan Harga Jual pada UMKM di Desa Sawahkulon. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1-9.