



Upgrading Product Gelas Lukis terhadap Peningkatan Laba yang Berdampak pada Meningkatnya Pendapatan Usaha

Rosa Nikmatul Fajri¹

¹Universitas Widya Mataram

(rosaceacealya@gmail.com, 081548015004)

Abstrak

UMKM mengeluhkan margin keuntungan yang tipis, sementara yang lain mengalami kesulitan meningkatkan volume penjualan karena harga produk dinilai terlalu tinggi dibandingkan kompetitor. Hal ini menegaskan perlunya intervensi melalui pelatihan strategi penetapan harga yang aplikatif, agar pelaku UMKM mampu merancang kebijakan harga yang sesuai dengan kondisi usaha sekaligus memperkuat daya saing. Program Pengabdian Masyarakat ini antara lain meminiliasi kejadian-kejadian kewirausahaan seperti menjual lebih murah karena tidak ada value added produk yang dijual, dan nilai ekonomi produk meningkat, Metode pengabdian masyarakat adalah, ceramah, observasi langsung dan menyerahkan draft perhitungan HPP, laba, biaya variable, biaya overhead dan bahan baku. Hasil evaluasi bahwa Rosa Collection sebagai UMKM dianjurkan untuk melakukan metode offline break even dalam penentuan laba satuan unit dan metode online break even dalam penentuan laba satuan mata uang, oleh karena itu, Rosa Collection harus mengikuti dan menerapkan metode perhitungan yang telah ditentukan agar laba mengalami peningkatan dalam upgrad produk gelas lukisnya.

Kata kunci: Break even, Laba, UMKM, Metode Satuan Unit, Metode Satuan Mata Uang

Abstract

MSMEs frequently report experiencing thin profit margins, while others face difficulties in increasing sales volume because their product prices are perceived as higher than those of competitors. This condition highlights the urgent need for intervention through practical pricing strategy training, enabling MSME actors to formulate pricing policies that align with their business conditions while strengthening competitiveness. This Community Service Program aims to minimize entrepreneurial practices such as underpricing due to the absence of value-added features in products, and enhance the economic value of products. The community service methods employed include teaching, direct observation, and the provision of draft calculations covering cost of goods sold (COGS), profit, variable costs, overhead costs, and raw materials. The evaluation results indicate that Rosa Collection, as an MSME, is recommended to apply the offline break-even method to determine profit per unit and the online break-even method to determine profit per monetary unit. Therefore, Rosa Collection should adopt and implement the prescribed calculation methods to increase profitability in upgrading its hand-painted glass products.

Keywords: Break-Even, profit, MSMEs, Unit-Based Method, Monetary Unit Method

DOI: <https://doi.org/10.52188/junu.v3i1.1984>

©2026 Authors by Universitas Nahdlatul Ulama Cirebon



PENDAHULUAN

Manajemen (*management*) secara etimologi berasal dari kata “to manage” yang memiliki makna mengelola atau tata laksana. Sehingga manajemen memiliki arti tentang bagaimana siasat mengelola, mengarahkan dan mengurus sekelompok orang sebagai

bawahannya sehingga upaya yang sedang dilaksanakan dapat memenuhi sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya (Echols dan Shadily, 2003 dalam Julyanthry et al., 2020).

Manajemen produk merupakan proses pengambilan keputusan dalam perusahaan untuk menghasilkan suatu produk secara efektif dan efisien, oleh karena itu manajemen produksi mengkaji pengambilan keputusan dalam fungsi produksi. Melalui kegiatan produksi dapat menghasilkan produk yang memiliki nilai tambah. Produk yang dihasilkan berupa barang jadi, barang setengah jadi dan jasa (Marselina dan Rokamah, 2022).

Manajemen produk juga dapat diartikan sebagai semua kegiatan dan proses yang berhubungan dengan perencanaan dan pelaksanaan gagasan produk, penetapan harga, promosi, distribusi gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi (Assauri, 2018 dalam Gustiawan, 2024).

Kegiatan usaha industri kecil dan menengah dari setiap pelaksanaan kegiatan tidak terlepas dari unsur pembiayaan produksi, karena biaya produksi akan menentukan nilai tambah. Namun jika dilihat dari sistem pengolahan ubi kayu umumnya merupakan salah satu inovasi pengolahan pangan yang bertujuan untuk penerapan nilai tambah yang diiringi dengan suatu penambahan biaya pengolahan, sehingga dari setiap produk pengolahan tersebut dapat menghasilkan keuntungan yang layak bagi pengusaha (Widiastuti et al., 2020 dalam Syahril, 2023).

Permasalahan ini berdampak langsung pada keberlanjutan usaha. Beberapa UMKM mengeluhkan margin keuntungan yang tipis, sementara yang lain mengalami kesulitan meningkatkan volume penjualan karena harga produk dinilai terlalu tinggi dibandingkan kompetitor. Hal ini menegaskan perlunya intervensi melalui pelatihan strategi penetapan harga yang aplikatif, agar pelaku UMKM mampu merancang kebijakan harga yang sesuai dengan kondisi usaha sekaligus memperkuat daya saing.

Hal ini diperjelas dengan hasil Survei oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2022) tentang literasi keuangan dan pemasaran UMKM mengungkapkan bahwa lebih dari 60 persen pelaku usaha kecil masih menetapkan harga berdasarkan perkiraan pribadi tanpa perhitungan biaya yang akurat. Kondisi ini berpotensi melemahkan daya saing UMKM, terutama Ketika harus bersaing dengan produk impor atau pemain besar di sektor yang sama.

Metode umum yang dilakukan dalam peningkatan nilai jual produk adalah inovasi produknya langsung maupun komponen pendukungnya, seperti kemasan produk, jaringan penjualan yang berpengaruh pada laba, dan kepuasan konsumen saat menggunakan produk bernilai tambah (inovasi).

Contoh pertama tentang kemasan produk dalam penelitian Santiari et al. (2024) mengungkapkan hal sama. Seperti dalam kutipan berikut ini.

Adanya upgrade desain kemasan ini membantu memperkenalkan produk IRT yaitu Kepuaknisam terkait komposisi, manfaat, dan izin PRT. Kemasan ini dapat membantu mengenalkan produk kepada konsumen terkait manfaat produk dan bahan-bahan yang dipergunakan dalam membuat produk ini.

Dalam modal untuk melakukan inovasi besar, diungkapkan oleh Julyanthry et al. (2020), kutipan sebagai berikut.

Untuk menjalankan kegiatan produksi, bagian operasi dan produksi menyediakan data produksi seperti data persediaan, produksi dan biaya produksi kepada bagian keuangan. Lalu bagian keuangan/ akuntansi akan bertugas mencatat berbagai transaksi yang terjadi pada kedua unit tersebut, menyediakan dana yang dibutuhkan untuk operasional, khususnya dibagian produksi. Hal ini mengingat bagian produksi menjadi bagian yang membutuhkan dana yang besar.

Menetapkan harga jual menggunakan indikator harga diskriminatif terlihat pada data penjualan bahwa harga diskriminatif terlihat paling efektif meningkatkan volume penjualan tiap tahunnya. Penjualan dengan harga mark-up mengalami fluktuasi di setiap tahunnya sehingga dirasa harga tersebut belum cukup stabil untuk meningkatkan volume penjualan. Sedangkan penjualan dengan harga promosi adalah penjualan yang mengalami kenaikan dan tidak mengalami fluktuasi di setiap tahunnya namun harga promosi bukan menjadi harga yang mendominasi peningkatan volume penjualan pada data penjualan tahun 2018-2020 dikarenakan harga tersebut memiliki periode terbatas (Ariyono dan Manafe, 2022).

Penentuan harga tidak didasarkan pada perkiraan saja, tetapi dengan perhitungan yang saksama. Harga jual harus dapat menutup semua biaya yang dikeluarkan dan harus dapat menghasilkan laba yang diinginkan sesuai perhitungannya (Moray et al., 2014 dalam Amalia et al., 2022).

Setiap entitas melaksanakan usaha dengan tujuan untuk menghasilkan laba. tidak terkecuali UMKM. Penentuan harga jual menjadi factor penting karena dapat menentukan keberlangsungan usaha. Penetapan harga jual merupakan salah satu faktor dalam strategi pemasaran produk yang mempertimbangkan kalkulasi biaya. Pada sektor usaha yang bergerak di bidang produksi, biaya produksi atau harga pokok produksi merupakan faktor yang berpengaruh pada penentuan harga jual. Penentuan harga pokok produksi harus tepat dan akurat agar menunjukkan harga pokok yang sesungguhnya (Hetika dan Sari, 2019).

Menurut Rasyid et al. (2025) penetapan harga memainkan peran penting dalam profitabilitas dan keberlanjutan jangka panjang setiap perusahaan, terlepas dari ukuran atau industri perusahaan. Penelitian Kotler et al. (2023) menekankan bahwa harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sehingga penguasaan strategi harga sangat penting bagi keberlanjutan usaha kecil.

Berdasarkan hasil penelitian Jannah (2018) menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara biaya produksi dan penjualan terhadap laba kotor baik secara partial maupun simultan pada PT Indocement Tungal Perkasa, Tbk.

Demikian, tujuan utama secara ringkas dari Program Pengabdian Masyarakat ini antara lain (1) meminiliasi kejadian-kejadian kewirausahaan seperti menjual lebih murah karena tidak ada *value added* produk yang dijual, dan (2) nilai ekonomi produk meningkat.

METODE

Metode pelaksanaan program pelatihan ini dilakukan secara langsung (dua arah), dengan melibatkan instruktur dan peserta, dimulai dari penyampaian materi, praktek hingga evaluasi (Butar-Butar dan Harahap, 2020). Penyampaian materi berupa sosialisasi dan workshop dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Metode pada Sosialisasi dan Workshop

No	Kegiatan	Deskripsi	Media	Metode
1	Sosialisasi			
	Definisi <i>upgrading</i> nilai jual	Mendeskripsikan definisi <i>upgrade</i>	<i>Powerpoint</i>	Ceramah
2	Definisi produk	Mendeskripsikan definisi produk	<i>Powerpoint</i>	Ceramah
3	Permasalahan <i>Upgrading product</i>	Mendeskripsikan tentang permasalahan <i>upgrading product</i> secara umum	<i>Powerpoint</i>	Ceramah

		khususnya nilai jual gelas		
4	Cara meng- <i>upgrade</i> nilai jual produk	Mendeskripsikan 1. Definisi Lukis 2. Bahan lukis 3. Media Lukis 4. Tahapan melukis	Powerpoint	Ceramah
5	Workshop	Praktek membuat gelas bambu lukis	Gelas bambu	Praktek
6	Sertifikat Seminar	Jika telah menyelesaikan tugas melukis gelas bambu pada workshop yang diselenggarakan	e-sertifikat	Dokumen
7	Pre-test dan post test	Print out	Paper dan pena	Dokumen
8	Evaluasi pelaksanaan sosialisasi dan workshop	Transkrip singkat	Paper	Dokumen
9	Perhitungan pendapatan laba	Transkrip perhitungan Pendapatan laba	Paper	Dokumen

Observasi langsung pada evaluasi penentuan harga sehingga menjadi laba, sehingga penetapan harga *break even* adalah metode penetapan harga yang didasarkan pada permintaan pasar dan masih mempertimbangkan biaya. Formula untuk *break even point* menurut Swastha dan Sukotjo (2007 dalam Lindiawatie et al., 2022) adalah:

1. Dalam unit

$$Break\ Even = \frac{Biaya\ Total\ Tetap}{Harga - biaya\ variabel\ rata-rata}$$

2. Dalam satuan mata uang

$$Break\ Even = \frac{Total\ Biaya\ Tetap}{1 - \frac{Rata-rata\ biaya\ variabel}{Harga\ jual\ per\ Unit}}$$

HASIL

Hasil observasi langsung pada Rosa Collection Yogyakarta sebagai salah satu UMKM di wilayah Yogyakarta, memperoleh informasi terkait penjualan yang dilakukan sebelum pelatihan hanya menjual gelas bambu mentahan (yang belum di-*upgrade* dalam lukisan). Bahan yang digunakan dalam memproduksi gelas bambu mentah dapat dalam Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Bahan Baku

No	Komponen Bahan Baku	Kegunaan	Jumlah	Bahan Baku dalam Satuan Mata Uang
1	Bambu diameter besar - original (2 meter = 200 cm)	Membuat gelas	2 lonjor	104.000
2	Potongan bambu untuk gelas dengan Panjang 15 cm	1 lonjor	13 gelas	0
3	Membuat lingkaran	Pegangan gelas dengan lebar 3 cm	13 lingkaran	4.000

4	Lem bambu	Penempelan pegangan gelas ke gelas bambu	17.000
Total Biaya Bahan Baku			125.000

Informasi lainnya tentang 1) biaya tetap, 2) biaya variabel dan 3) overhead pabrik. Nilai dalam bentuk satuan mata uang untuk satu kali produksi dalam setiap komponen ini dapat dalam Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Komponen Nilai Biaya Tetap Rosa Collection dalam Satuan Mata Uang

No	Komponen Biaya Tetap	Kegunaan	Jumlah	Biaya Tetap dalam Satuan Mata Uang
1	Gelas bambu original	Media lukis	3 gelas	125.000
2	Kuas kecil	Mengecat gambar yang disketsa di gelas	12 kuas	20.000
3	Kuas besar	Mengecat dasaran gelas sebelum di sketsa	3 kuas	10.000
4	Cat akrilik dalam botol (warna putih)	1. Cat dasar gelas 2. Proses cat 1 gelas 3 kali lapisan cat dasar	2 botol	26.000
5	Cat akrilik dalam botol (warna cream)	1. Cat dasar gelas 2. Proses cat 1 gelas 3 kali lapisan cat dasar	2 botol	26.000
6	Cat akrilik dalam botol (warna hijau)	1. Cat dasar gelas 2. Proses cat 1 gelas 3 kali lapisan cat dasar	2 botol	26.000
7	Pelapis cat	Melapisi cat akrilik pada gelas	1 botol	17.500
8	Cat kecil-kecil akrilik	Pewarnan pada sketsa gambar di gelas	12 pot	5.000
9	Pensil 2B	Pembuatan sketsa gambar	3 pensil	15.000
10	Spidol marker cat akrilik	Pembuat Batasan sketsa gambar / menimpali gambar pensil 2B	2 spidol	28.000
Total Biaya Tetap/ Overhead Pabrik				272.500

Tabel 4. Komponen Nilai Biaya Variabel Rosa Collection dalam Satuan Mata Uang

No	Komponen Biaya Variabel	Kegunaan	Jumlah	Biaya variable dalam Satuan Mata Uang
1	Air bersih	Pembersih cat	1 mangkuk isi 200 ml	3.300
2	Thiner	Pembersih cat pada kuas	1 botol	51.000
3	Kain perca ukuran 25x25 cm	Lap setelah mencuci kuas	1 potong	2.000

Biaya Variabel	56.300
----------------	--------

Informasi lainnya tentang 1) biaya tenaga kerja langsung, 2) prosentase *mark-up* laba dari Harga Pokok Penjualan (HPP) dan 3) biaya *overhead* pabrik. Nilai dalam bentuk satuan mata uang untuk satu kali produksi dalam setiap komponen ini dapat dalam Tabel 5 berikut.

Tabel 5. Biaya Tenaga Kerja Langsung Rosa Collection dalam Satuan Mata Uang

No	Komponen	Deskripsi Biaya Tenaga Kerja Langsung				
		Upah per Hari	Lama Kerja per Hari	Total Biaya Harian	Total Biaya Bulanan (x4 hari kerjadalam sebulan)	Total Biaya Tahunan (x4x4)
	Tenaga Kerja Langsung					
1	TN 1	35.000	5 jam	175.000	700.000	2.800.000
2	TN 2	35.000	5 jam	175.000	700.000	2.800.000
3	TN 3	35.000	5 jam	175.000	700.000	2.800.000
	Total Biaya Tenaga Keria Langsung			325.000	2.800.000	8.400.000

Dari data hasil observasi tentang 1) biaya variable, 2) biaya tetap, 3) harga pokok penjualan maka UMKM di Wilayah Yogyakarta yaitu Rosa Collection dapat menetapkan laba yang diinginkan.

Penentuan laba Rosa Collection pada produk yang telah di-*upgrade* dari 3 gelas bambu mentah menjadi 3 gelas Lukis yang bernilai seni sebelum mendapatkan pelatihan dalam penentuan laba dapat dilihat dalam Tabel 6 berikut.

Tabel 6. Harga Pokok Penjualan Rosa Collection dalam Satuan Mata Uang

Komponen	Nilai	Jumlah
Bahan Baku (3 gelas bambu mentah)	Satuan mata uang	-
Tenaga Kerja Langsung	Satuan mata uang	-
Biaya Variabel	Satuan mata uang	-
Overhead Variabel = biaya tetap	Satuan mata uang	-
Harga Pokok Penjualan (HPP)		3.253.800
Prosentase Mark-up Laba		-
Offline	10%	-
Online	14%	-
Laba = HPP x ..% Mark-Up		
Offline	(..% x HPP)	-
Online	(..% x HPP)	-

PEMBAHASAN

Manajemen produk juga dapat diartikan sebagai semua kegiatan dan proses yang berhubungan dengan perencanaan dan pelaksanaan gagasan produk, penetapan harga, promosi, distribusi gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi (Assauri, 2018 dalam Gustiawan, 2024).

Untuk mewujudkan realisasi tentang manajemen produk yang mengharuskan dalam penetapan harga pokok produk secara mendetail dengan mengadopsi sistem *break even*. Rumus menurut Swastha dan Sukotjo (2007 dalam Lindiawatie et al., 2022), adalah:

1. Dalam unit

$$\text{Break Even} = \frac{\text{Biaya Total Tetap}}{\text{Harga-biaya variabel rata-rata}}$$

2. Dalam satuan mata uang

$$\text{Break Even} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\frac{1 - \text{Rata-rata biaya variabel}}{\text{Harga Jual per Unit}}}$$

Break point merupakan dasar penentuan laba pada UMKM Rosa Collection di Wilayah Yogyakarta yang dapat dilihat dalam Tabel 7 berikut.

Tabel 7. *Break Even* sebagai Dasar Penentuan Laba

HPP	Break Even (Unit)	Break Even (satuan mata uang)
3.253.800	0,085	16.029

Penentuan laba pada UMKM wilayah Yogyakarta, yaitu Rosa Collection pada produk yang telah di-upgrade dari gelas bambu mentah menjadi gelas Lukis yang bernilai seni sesudah mendapatkan pelatihan dalam penentuan laba berdasarkan *break even*. Namun setelah di aplikasikan dan dihitung, Laba Rosa Collection mengalami kenaikan sebesar 8,5% dari sebelumnya. Hal ini jika di terapkan 8,5% pada *mark-up* laba, maka perhitungannya dapat terlihat dalam Tabel 8.

Tabel 8. Penerapan Peningkatan *Mark-up* Laba dengan *Break Even*

Komponen	Nilai	Jumlah
Bahan Baku (3 gelas bambu mentah)	Satuan mata uang	-
Tenaga Kerja Langsung	Satuan mata uang	-
Biaya Variabel	Satuan mata uang	-
Overhead Variabel = biaya tetap	Satuan mata uang	-
Harga Pokok Penjualan (HPP)		3.253.800
Prosentase Mark-up Laba		-
Offline	10,85%	-
Online	11.19%	-
Laba = HPP x ..% Mark-Up		
Offline	(..% x HPP)	-
Online	(..% x HPP)	-

NB

1. Prosentase mark-up laba offline : $8,5\% \times 10\% + 10\% = 0,1085 \times 100\% = 10,85\%$
2. Prosentase mark-up laba online : $8,5\% \times 14\% + 10\% = 0,1119 \times 100\% = 11,19\%$

Dari perhitungan itu, Rosa Collection dianjurkan menggunakan metode offline karena laba tersebut akan meningkat dan menguntungkan perputaran produk berikutnya (% laba offline sebelum *break even* dan % laba offline sesudah *break even* = $10\% - 10,85\% =$ meningkat 0,85) jika dibandingkan dengan metode online dalam meningkatkan labanya (% laba online sebelum *break even* dan % laba online sesudah *break even* = $14\% - 11,19\% =$ menurun 2,81).

Kemudian, dari perhitungan itu, Rosa Collection tidak dianjurkan menggunakan metode offline karena laba tersebut tidak menguntungkan perputaran produk berikutnya (laba dalam satuan mata uang offline sebelum *break even* dan % laba dalam satuan mata uang offline sesudah *break even* = $325.380 - 352.950,5 =$ menurun 27.570,5).

Akan tetapi Rosa Collection dianjurkan menggunakan laba dalam satuan mata uang dengan metode online ini lebih menguntungkan dalam proses peningkatan laba Rosa Collection (laba dalam satuan mata uang online sebelum *break even* dan % laba online sesudah *break even* = $455.532 - 364.010,7 =$ meningkat 91.521,3).

KESIMPULAN

Rosa Collection dianjurkan menggunakan metode offline karena laba tersebut akan meningkat dan menguntungkan perputaran produk berikutnya (% laba offline sebelum *break even* dan % laba offline sesudah *break even* = $10\%-10,85\% =$ meningkat 0,85) jika dibandingkan dengan metode online dalam meningkatkan labanya (% laba online sebelum *break even* dan % laba online sesudah *break even* = $14\%-11,19\% =$ menurun 2,81).

Rosa Collection tidak dianjurkan menggunakan metode offline karena laba tersebut tidak menguntungkan perputaran produk berikutnya (laba dalam satuan mata uang offline sebelum *break even* dan % laba dalam satuan mata uang offline sesudah *break even* = $325.380 - 352.950,5 =$ menurun 27.570,5).

Rosa Collection dianjurkan menggunakan laba dalam satuan mata uang dengan metode online ini lebih menguntungkan dalam proses peningkatan laba Rosa Collection (laba dalam satuan mata uang online sebelum *break even* dan laba online sesudah *break even* = $455.532 - 364.010,7 =$ meningkat 91.521,3).

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, F., Rustiawati, Y., & Puspapatriwi, D. (2022). Analisis Penetapan Harga Produk Usaha Mikro Kecil Menengah Kopi Saluan di Desa Tontouan, Banggai. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 6(2), 581. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.02.22>
- Ariyono, L. D., & Manafe, L. A. (2022). Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Pada CV Vulkanindo Mitra Abadi. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 3(1), 2745–8547. <http://www.jurnal.umitra.ac.id/index.php/bej/article/view/671>
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers. <https://www.rajagrafindo.co.id/produk/manajemen-pemasaran-dasar-konsep-dan-strategi/>
- Butar-Butar, K., & Harahap, O. F. M. (2020). Penyuluhan Tentang Pemanfaatan Pakaian Bekas Menjadi Produk Baru (Lenan Rumah Tangga) di Panti Asuhan Al Manar Desa Ujunggurap Kecamatan Batunadua Kota Padangsidimpuan Sumatera Utara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Aufa*, 2(23), 19. <https://jurnal.unar.ac.id/index.php/jamunar/article/view/335>
- Echols, J. M., & Shadily, H. (2003). *Kamus Indonesia-Inggris*. Gramedia Pustaka Utama. <https://books.google.co.id/books?id=IM4UswEACAAJ>
- Gustiawan, D. (2024). *Manajemen Produk dan Merek*. Indonesia Delapan Kreasi Nusa.
- Hetika, H., & Sari, Y. P. (2019). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi untuk Menentukan Harga Jual pada UMKM di Kota Tegal. *Monex Journal Research Accounting*, 8(1), 303–314. <https://doi.org/10.30591/monex.v8i1.1272>
- Jannah, M. (2018). Analisis Pengaruh Biaya Produksi dan Tingkat Penjualan Terhadap Laba Kotor. *Banque Syar'i: Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah*, 4(1), 87–112. <https://doi.org/https://doi.org/10.32678/bs.v4i1.1073>
- Julyanthry, Siagian, V., Asmeati, Hasibuan, A., Simanullang, R., Pandarangga, A. P., Purba, S., Purba, B., Pintauli, R. F., Rahmadana, M. F., & M, E. A. S. (2020). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Yayasan Kita Menulis.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2023). *Marketing Management*, 16/e. Pearson Education. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/196533/marketing-management-16-e-global-edition.html>
- Lindiawatie, L., Shahreza, D., & Ria, A. (2022). PKM Penentuan Harga Jual Produk Usaha

- Mikro Basis Rumah Tangga Pada Kelompok PKK Cinere dan Gandul Depok. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bangun Cipta, Rasa, & Karsa*, 1(2), 34–41. <https://doi.org/10.30998/pkmbatasa.v1i2.969>
- Marselina, E., & Rokamah, R. (2022). Manajemen Produksi Home Industry Keripik Galih Kurnia Usaha Desa Bubakan Kecamatan Tulakan Kabupaten Pacitan. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(1), 105–120.
- Moray, J. C., Saerang, D. P. E., & Runtu, T. (2014). Penetapan Harga Jual Dengan Cost Plus Pricing Menggunakan Pendekatan Full Costing Pada UD Gladys Bakery. *EMBA*, 2(2), 1272–1283. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v2/index.php/emba/article/view/4719/4242>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Survei Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia 2022*. <https://www.ojk.go.id>
- Rasyid, A., Putri Ndraha, P., Patricia Winata, J., Marvin Sumedi, R., & Farhan, M. (2025). Penerapan Strategi Penetapan Harga pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sultan Indonesia*, 2(2), 25–32. <https://doi.org/10.58291/abdisultan.v2i2.420>
- Santiari, L., Ramayasa, I. P., Suwastika, I. W. K., Jepriana, I. W., & Rahayuda, I. G. S. (2024). Pengemasan dan Peningkatan Desain Kemasan Produk Industri Rumah Tangga Nyoman Restini. *Jurnal Widyabhakti*, 6(2), 41–46. <https://doi.org/10.30864/widyabhakti.v6i2.405>
- Swastha, B., & Sukotjo, I. (2007). *Pengantar Bisnis Modern* (3rd ed.). Liberty.
- Syahril, S. (2023). Analisis Nilai Tambah dan Efisiensi Faktor Produksi pada Usaha Home Industry Kerupuk Ubi di Kecamatan Pasie Raja Kabupaten Aceh Selatan. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 7(2). <https://doi.org/10.35308/jbkan.v7i2.8552>
- Widiastuti, T., Nurdjanah, S., & Utomo, T. P. (2020). Nilai Tambah Pengolahan Ubi Kayu (Manihot Esculenta Crantz) Menjadi Kelanting Sebagai Snack Lokal. *Jurnal Agroteknologi*, 14(01), 58. <https://doi.org/10.19184/j-agt.v14i01.14450>