

**Edukasi Penetapan Harga Jual bagi Pelaku UMKM Harum Manis
Desa Parereja, Brebes**

*Selling Price Education for Harum Manis Msme Players
Parereja Village, Brebes*

Nuroksi Apipah¹, Dumadi², Slamet Bambang Riono^{3*}

¹Universitas Muhadi Setiabudi, Indonesia, nuroksi.apipah2018@gmail.com,

²Universitas Muhadi Setiabudi, Indonesia, dumadi_adi@yahoo.co.id.

³Universitas Muhadi Setiabudi, Indonesia, sbriono@gmail.com.*

Article History:
Received:
08, Juli 2022
Revised:
29, Agustus 2022
Accepted:
30, September 2022

Abstract: *Product selling price determination is one type of management decision that is so important. Business actors must be right in determining the selling price must be right. One of the obstacles faced by these MSME actors is the lack of knowledge in financial aspects, such as determining the Cost of Goods Produced (COGS) as a basis for determining the selling price of products. The problem is also felt by business actors in Parereja Village. Based on the results of preliminary observations, the community service team received information about the lack of assistance from business actors in determining the selling price of the product. The main activity carried out in this community service activity is assistance in determining the selling price of products. The purpose of this service activity is to increase the understanding of MSME actors in determining the selling price of products. The method used in this community service activity uses the methods of interviewing, observation, and documentation. The result of this activity is that MSME players are able to carry out financial planning in their business. Based on the results of the evaluation, the understanding and skills of MSME actors increased after this assistance was carried out. This can add simple financial bookkeeping knowledge, business actors in Parereja Village, Brebes are expected to become more advanced, smooth, and develop in running their business.*

Keywords: *Selling Pricing, Motivation, Training Impact*

Abstrak

Penetapan harga jual produk merupakan salah satu jenis suatu keputusan manajemen yang begitu penting. Para pelaku usaha harus tepat dalam menentukan harga jual haruslah tepat. Salah satu kendala yang dihadapi paara pelaku UMKM tersebut adalah kurangnya pengetahuan dalam aspek keuangan, seperti penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) sebagai dasar dalam menentukan harga jual produk. Masalah tersebut dirasakan juga oleh pelaku usaha di Desa Parereja. Berdasarkan hasil observasi awal, tim pengabdian masyarakat mendapatkan informasi mengenai kurangnya pendampingan pelaku usaha dalam menentukan harga jual produk.. Kegiatan utama yang dilaksanakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah pendampingan penentuan harga jual produk. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM dalam menentukan harga jual produk. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil dari kegiatan ini adalah para pelaku UMKM mampu melakukan perencanaan keuangan pada bisnisnya. Berdasarkan

hasil dari evaluasi, pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM meningkat setelah dilaksanakan pendampingan ini. Hal ini dapat menambahkan pengetahuan pembukuan sederhana keuangan yang baik, para pelaku usaha di Desa Parereja, Brebes diharapkan menjadi lebih maju, lancar, dan berkembang dalam menjalankan bisnisnya.

Kata kunci: Penetapan Harga Jual, Motivasi, Dampak Pelatihan

PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berperan peran dan strategis bagi peningkatan pertumbuhan ekonomi (Ariyani et al. 2022). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangat strategis dalam membantu pertumbuhan perekonomian di Indonesia dan mengurangi tingkat pengangguran (Warpuah, Dwi Harini 2022). UMKM dapat bisa berkembang pesat karena cukup mudah dalam merintis usahanya (Riono 2021). Beberapa diantaranya yaitu modal, pendirian usaha yang tidak terlalu rumit, dan bisa juga menciptakan peluang kerja yang lumayan.

Desa Parereja merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Banjarharjo yang mempunyai berbagai macam cemilan sebagai oleh-oleh salah satunya yaitu Arum Manis. Beberapa orang yang berkunjung ke daerah Banjarharjo khususnya Desa Parereja, rasanya belum lengkap jika belum membeli Arum Manis. Salah satu pelaku usaha Arum Manis yang cukup terkenal adalah home industri 'Abah Jaya'. Pelaku UMKM yang ada di Desa Parereja terbilang cukup berkembang salah satu usaha UMKM yang memproduksi serta memasarkan Arum Manis tersebut.

Usaha Arum Manis ini dirintis oleh Bapak Wakim dengan mendirikan brand 'Abah Jaya', yang hanya memproduksi jenis cemilan arum manis. Usaha ini mulai beroperasi berproduksi sudah 7 tahun lamanya. Bapak Wakim selaku pemilik sekaligus pelaku usaha bertekad untuk meningkatkan kualitas produk dan pemasaran arum manisnya. Hasil survei ke beberapa lokasi pelaku usaha sejenis di desa Parereja, warga secara rutin memproduksi setiap hari untuk memenuhi penjualan atau toko-toko. Tim pengabdian dari mahasiswa Kuliah Kerja Nyata, Universitas Muhadi Setiabudi ikut menjadi motivator, pendorong khususnya bidang pengembangan UMKM pada penetapan harga jual produksi.

Sistem biaya (*cost sistem*) adalah serangkaian kegiatan dalam rangka menentukan biaya produksi dan harga pokok produk dalam suatu proses produksi (Runtu, Sabijono, dan Soei 2014). Sistem biaya dikenal ada dua macam, yaitu sistem biaya sesungguhnya (*actual sistem cost*) dan sistem biaya standar (*standart cost sistem*) (Evan Bawiling 2014) Kegiatan dalam sistem biaya mencakup:

1. Pengumpulan biaya produksi,
2. Penentuan biaya produksi,
3. Pelaporan biaya produksi,
4. Analisis biaya produksi (Yasinta et al. 2012)

Penetapan harga jual suatu produk merupakan keputusan yang penting karena dapat mempengaruhi keuntungan perusahaan dan minat beli konsumen (Rini Astuti, Mawar Ratih K) 2021). Penentuan harga adalah proses memilih apa yang bakal diterima sebuah syarat sebagai pertukaran untuk produk (Warpuah, Dwi Harini 2022). Faktor-faktor harga adalah kos pengilangan, tempat pasaran, persaingan, keadaan pasaran, dan kualiti produk (Sarjana, Meitriana, dan Suwendra 2019). Harga ditetapkan oleh pembeli dan penjual yang saling bernegosiasi dan sebagai penentu utama pilihan pembeli, harga masih tetap merupakan salah satu unsur terpenting yang menentukan pangsa pasar dan profitabilitas perusahaan. Penentuan harga merupakan suatu strategi kunci sebagai akibat dari persaingan yang semakin ketat, rendah dan tingginya pertumbuhan ekonomi, dan peluang bagi suatu usaha untuk memantapkan posisinya di pasar dan juga sangat mempengaruhi persepsi pembeli dan penentuan posisi merek. Harga menjadi suatu ukuran bagi konsumen mengalami kesulitan

dalam menilai mutu produk yang kompleks yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan (Slamet Bambang Riono 2022).

Kegiatan yang biasa dilakukan dalam memasarkan produk agar konsumen tertarik yaitu menitipkan semua hasil produksi Arum Manis di berbagai pusat grosir jajanan seperti toko-toko atau warung. Pelaku UMKM belum paham bagaimana cara untuk menentukan penentuan harga yang tepat dan belum mempunyai kemampuan atau skill dalam hal mengelola usahanya. Dalam memasarkan produk salah satu hal yang harus diperhatikan dan menjadi bagian penting yaitu penentuan harga juga merupakan pemboleh ubah utama dalam teori peruntukan harga mikroekonomi.

Penetapan harga adalah suatu proses untuk menentukan seberapa besar pendapatan yang akan diperoleh atau diterima oleh pelaku usaha dari produk atau jasa yang dihasilkan (Ernitawati 2020). Penetapan harga ini lazimnya memperhitungkan tingkat keuntungan yang ingin didapat. Semakin besar nilai keuntungan yang ingin didapat, maka menjadi tinggi pula harga yang ditetapkan untuk konsumen. Dalam menetapkan harga ikut dipertimbangkan daya beli dan variabel lain yang dipengaruhi harga agar laba yang didapat dapat optimal (Rachman 2018). Metode penentuan harga jual yang berdasarkan biaya dalam bentuk yang paling sederhana, yaitu: a) *cost plus pricing method*, b) *mark up pricing method*, dan penentuan harga oleh produsen (Subianto 2007)

Penentuan harga adalah aspek dasar pemodelan kewangan yang berada di Desa Parereja Kecamatan Banjarharjo adalah beberapa unit usaha yang ada di kota Brebes. Seperti yang terjadi pada UMKM Arum Manis "Abah Jaya" desa Parereja. Sebagai usaha kecil berbasis rumahan, kegiatan bisnis yang dilakukan masih menggunakan cara sederhana. Tetapi banyak pelaku usaha yang belum mengenal pembukuan yang baik, sehingga pemasukan dan pengeluarannya bercampur aduk dengan uang sendiri.

Harga jual normal adalah metode penetapan harga jual yang memperhitungkan biaya produksi dan margin yang diharapkan ditutupi melalui penjualan produk atau jasa (Mulyati et al. 2021) untuk memperoleh kepastian bahwa usaha mereka tidak mengalami kerugian dan mampu terus bertahan dari waktu ke waktu. Fredericho Mego Sindoro et al., (2022) UMKM yang digunakan untuk kebutuhan pribadi. Selain itu, UMKM juga masih banyak yang belum bisa menentukan harga pokok penjualan sebagai dasar utama dalam menjual suatu produk. Karena tanpa harga pokok penjualan, pelaku usaha hanya bisa memprediksi harga tanpa mengetahui biaya bahan baku, biaya produksi dan biaya pengiriman. Berdasarkan latar belakang di atas, maka tim pengabdian kali ini berupaya untuk membantu pelaku UMKM dalam pembuatan penentuan harga pokok penjualannya. Tujuannya agar mereka dapat dengan mudah menghitung laba yang di peroleh selama proses produksi sampai mendapatkan pendapatan dari produk yang dipasarkan.

Salah satu program kerja yang dilaksanakan dalam kegiatan KKN pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk melaksanakan kegiatan edukasi penentuan harga jual pada pelaku UMKM yaitu usaha Arum Manis Abah Jaya yang merupakan industri rumahan yang berlokasi di Desa Parereja, Kecamatan Banjarharjo. Melalui kegiatan ini diharapkan mitra mendapatkan tambahan wawasan atau pengetahuan tentang cara edukasi penetapan harga jual khususnya bagi pelaku UMKM.

METODE

Pelaksanaan pelatihan kepada ibu-ibu PKK dilakukan secara langsung di Balai Desa Parereja, dengan metode pelaksanaan yang dilakukan secara: (1) presentasi, (2) demonstrasi, (3) praktik langsung oleh masyarakat (Syahza 2021). Sasaran dalam pengabdian masyarakat ini adalah warga desa Parereja, khususnya pelaku usaha Arum Manis. Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan ini mencakup:

1. Observasi, tahapan ini dilakukan kunjungan langsung dengan berkeliling desa untuk melihat potensi desa.
2. Pendekatan pemecahan masalah, tim pengabdian mengadakan diskusi bersama beberapa perwakilan masyarakat untuk membahas hal-hal yang perlu dipersiapkan dan tahapan-tahapan dalam proses penghitungan biaya produksi dan harga jual.
3. Penentuan waktu dan lokasi, kegiatan pelatihan dilakukan pada tanggal 10 Agustus 2022, yang berlokasi di Balai Desa Parereja.

Sasaran dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu ibu-ibu PKK warga desa Parereja sebanyak 20 pelaku usaha. Narasumber yang diundang dalam kegiatan ini adalah Bapak Dumadi S.Mn, M.M. dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhadi Setiabudi.

Tabel 1. Agenda Kegiatan Pelatihan

No	Waktu	Kegiatan	Narasumber
1	13.00 – 13.30	Pembukaan	Nuroksi Apipah
2	13.30 – 14.00	Sambutan	Ibu Sri Haryati
3	14.00 – 15.00	Materi Pelatihan	Bapak Dumadi, S.Mn., M.M.
4	15.00 – 16.00	Materi Pelatihan	Tim Pengabdian dari Mahasiswa
5	16.00 – 16.15	Penutup	Tim Mahasiswa

Dari hasil kesepakatan tim KKN dalam pengabdian masyarakat dengan pelaku UMKM Arum Manis, ada beberapa permasalahan yang harus diselesaikan yaitu pentingnya edukasi penetapan harga bagi pelaku UMKM. Penyelesaian masalah dilakukan dengan menggunakan metode sebagai berikut:

1. Edukasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat khususnya masyarakat yang sudah mempunyai usaha.
2. Pendampingan membuat pembukuan usaha sederhana sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat mengenai penetapan harga jual produksi.

Untuk melaksanakan kegiatan edukasi tersebut digunakan beberapa metode pelatihan, yaitu:

1. Metode Ceramah

Metode ini dipilih untuk memberikan penjelasan bagi pelaku usaha untuk mengetahui pembukuan usaha sederhana tentang penentuan HJP atau Harga Jual Produk, kemudian pelaku usaha dapat mengetahui cara mempromosikan produk menggunakan aplikasi bukuwarung.

2. Metode Diskusi

Metode diskusi sangat penting bagi para peserta edukasi, memberikan pemahaman pentingnya pembukuan usaha sederhana kepada peserta atau pelaku usaha mengenai tentang penetapan harga jual produk guna memberikan gambaran materi sosialisasi yang diperoleh.

Pada permasalahan tersebut untuk bisa dipecahkan, maka solusi penyelesaian masalah yang ditawarkan dan target luaran, dari solusi tersebut dapat dilihat dan dijelaskan pada tabel di bawah ini :

Tabel 2. Permasalahan, Solusi dan Target Luaran yang disepakati oleh Pelaku UMKM dengan Tim Pengabdian

Permasalahan	Solusi	Target dan Luaran dari Solusi yang dilakukan
Edukasi Akuntansi Penetapan Harga Jual Produk		
1. Peserta tidak memahami pentingnya penetapan harga jual.	1. Pengetahuan peserta mengenai pentingnya dan harga jual.	1. Peserta memahami pentingnya menentukan harga jual.
2. Peserta tidak memahami dan kurang terampil dalam menentukan penetapan harga jual.	2. Pengetahuan dan kemampuan peserta dalam menentukan harga jual.	2. Peserta memahami dan mampu menentukan harga jual.

Metode kegiatan ini berupa pelatihan pada pelaku UMKM Arum Manis di Desa Parereja. Kegiatan ini berupa edukasi penetapan harga jual produk, supaya produksi Arum Manis memiliki kualitas yang lebih, sehingga mampu memiliki daya saing yang lebih tinggi dari produk lainnya. Hasil kegiatan pelatihan ini dapat menambah wawasan pelaku usaha untuk menerapkan hasil edukasi penetapan harga jual produk dalam memanfaatkan sebuah kegiatan. Hasil penyuluhan untuk mendapatkan sebuah solusi untuk pengetahuan bagi pelaku UMKM usaha Arum Manis. Kegiatan ini dilakukan dengan harapan agar produksi Arum Manis memiliki kualitas yang lebih baik, sehingga mampu memiliki daya saing yang lebih tinggi dari produk lainnya. Selain itu juga penerapan hasil edukasi penetapan harga jual produk.

HASIL

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan oleh tim pengabdian yang berjumlah 20 orang mahasiswa dan 1 orang Dosen Pembimbing Lapangan (DPL). Kegiatan ini dilakukan tatap muka langsung dengan mengadakan edukasi penetapan HJP. Kegiatan pengabdian ini merupakan salah satu kegiatan yang dapat membantu memecahkan masalah yang dihadapi masyarakat, yang bertujuan untuk memberikan sosialisasi mengenai penetapan harga jual produk solusi melalui cara-cara potensial terhadap kendala yang ada. Dalam rangka membantu pelaku usaha yang memiliki kesulitan dalam menentukan harga jual, tim pengabdian menyusun suatu program yang dapat membantu pelaku usaha untuk menentukan harga jual produknya. Program yang akan dilaksanakan adalah pendampingan penentuan harga jual pada UMKM di Desa Parereja. Adapun teknis pelaksanaan yang akan dilakukan dengan beberapa tahapan. Tahapan tersebut antara lain:

1. Tahap Persiapan

Tahapan pertama dari kegiatan ini yaitu persiapan dimulai dengan pembuatan surat undangan dan surat perizinan yang diperlukan dikarenakan kegiatan ini akan dilaksanakan di balai desa Parereja sehingga kegiatan ini tidak mengganggu acara desa yang lain dan agar tidak terjadi bentrok dengan kegiatan desa. Surat izin pelaksanaan kegiatan ditunjukkan kepada kepala desa dengan persetujuan dari DPL. Selanjutnya membagikan undangan kepada para peserta pelaku usaha.



Gambar 1. Tim Pengabdian Masyarakat

Selanjutnya, tim pengabdian melakukan persiapan dengan membuat dan menyusun program. Program pendampingan kepada pelaku usaha dalam menentukan harga jual produk. Langkah selanjutnya, pengabdian menyiapkan bahan untuk melaksanakan program yang telah dibuat sebelumnya. Bahan yang disiapkan adalah contoh gambaran pembukuan usaha sederhana bagi pelaku UMKM.

2. Tahap Pelaksanaan



Gambar 2. Sosialisasi Pelaku UMKM Arum Manis dalam Pembukuan Sederhana untuk Menetapkan Harga Jual Produk.

Gambar 2. menunjukkan bahwa pelaku usaha yang diberikan edukasi dan pendampingan mengenai cara pembukuan laporan keuangan secara sederhana tentang penetapan harga jual produk. Kegiatan ini awal mulai dengan mendatangi para pelaku usaha untuk perkenalan tim dan berdiskusi permasalahan utama yang sering terjadi yaitu hasil tim kurang pemahaman dalam pembentukan pembukuan secara sederhana dalam menetapkan penetapan harga jual produk. Untuk itu sebagai tim membentuk kegiatan yang berdasarkan pendampingan pada pelaku usaha dalam menentukan penetapan harga jual produk. Dari kegiatan tersebut diketahui bahwa minat para pelaku usaha terhadap edukasi dan pendampingan ini cukup tinggi. Pelaksanaan kegiatan ini berjalan dengan lancar dan sesuai tujuan yang diharapkan pelaku bisa mendapatkan pengetahuan edukasi pembukuan sederhana mengenai penetapan harga jual produk.

3. Tahap Evaluasi

Evaluasi ini meliputi ruang materi yang disampaikan kepada peserta pelatihan di desa Parereja sudah sesuai dengan dari kebutuhan masing-masing peserta pelatihan. Pelatihan ini terlalu pendek waktunya, perlu tambahan sesi waktu di lain kesempatan. Pelatihan harga pokok ini butuh waktu lebih dari satu kali pertemuan. Evaluasi lain adalah mengenai ketidakhadiran dari para pelaku usaha yang mungkin sedang ada kegiatan lain. Secara umum, kegiatan pelatihan kewirausahaan ini cukup bagus karena antusias peserta yang cukup tinggi.



Gambar 3. Foto Bersama Pelaku UMKM Arum Manis di Desa Parereja.

Gambar 3. menunjukkan bahwa tim melakukan observasi langsung ke pelaku usaha Arum Manis salah satu usaha yang ada di Desa Parereja. Tim berdiskusi dengan Bapak Wakim sebagai selaku pelaku usaha ddi rumahnya. Kegiatan berbincang-bincang hanya memberikan arahan hasil edukasi pendampingan bersama DPL secara langsung kepada pelaku UMKM Arum Manis. Olahan cemilan Arum Manis merupakan usaha UMKM dengan kategoris jenis jasa usaha kecil yang merupakan usaha sendiri atau *home industry*. Penetapan harga jual produk adalah penentuan harga jual produk atau jasa suatu organisasi yang umumnya dibuat untuk jangka pendek(Dwi Harini, Slamet Bambang Riono 2020). Hal ini keputusan dipengaruhi oleh kebijakan penentuan harga jual, pemanfaata kapasitas, dan tujuan usaha. Kelebihan dalam menentukan penentuan harga jual produk dapat meningkatkan jumlah pendualan produk Arum Manis dan menciptakan fondasi sebagai dasar bisnis usaha lebih maju.

Strategi salah satu dalam menetapkan harga jual produk yaitu target pasar untuk memasarkan dengan mempertimbangkan harga pesaing produk yang serupa dan menjamin bahwa produk yang dihasilkan selalu berkualitas agar dapat memuaskan konsumen sehingga usahanya itu selalu berkembang. Berdasarkan pengamatan tim pengabdian, industri Arum Manis di Desa Parereja merupakan usaha yang dapat dipercaya dan memiliki potensi untuk maju dan berkembang. Oleh karena itu dalam jangka panjang sangat relevan untuk dilanjutkan dengan rencana strategis ataupun penelitian berikutnya dengan tujuan untuk mengembangkan usaha dan pentingnya akan peranan tersebut pemerintah daerah dan Dinas Koperasi dan industri memberikan perhatian khusus kepada pengusaha UMKM untuk meningkatkan perkembangan usaha mereka dengan membuat galeri UMKM (Prasetyo, Saddewisasi, dan Prasetyo 2021).

Banyak penelitian yang menyebutkan bahwa UMKM memegang peranan penting dalam perbaikan perekonomian Indonesia, baik ditinjau dari segi jumlah usaha, segi penciptaan lapangan kerja, maupun dari segi pertumbuhan ekonomi nasional yang diukur dengan Produk Domestik Bruto (Fauzi, Siregar, dan Malik 2020) Pernyataan ini diyakinkan dengan UMKM memiliki peran potensi UMKM di Indonesia sangat besar sebagai salah satu pilar ekonomi

Indonesia disamping sektor ekonomi lainnya.(Nurjanah et al. 2016). Dalam melaksanakan kegiatan tentunya memberikan dampak positif bagi pengembangan UMKM Arum Manis di Desa Parereja, diantaranya yaitu :

Tabel 2. Dampak Positif dari Kegiatan

Permasalahan	Sebelum kegiatan	Sesudah kegiatan
Kurangnya pengetahuan, keahlian teknis, kompetensi serta ketidak tahuan mereka dalam menentukan harga jual	Pelaku usaha mengabaikan biaya kecil Pelaku usaha menjual terlalu murah atau terlalu mahal	Pelaku mendapatkan wawasan pengetahuan mengenai pentingnya pembukuan usaha sederhana Pelaku usaha mampu menganalisis berbagai macam biaya yang digunakan dalam proses produksi untuk dilakukan penentuan harga jual. Pelaku usaha mampu pengetahuan perhitungan biaya yang rinci biaya produksi. Arum manis termotivasi mengembangkan usahanya.

Kegiatan pengabdian yang telah dilakukan tentunya memberikan manfaat yang besar terutama bagi pengembangan usaha pelaku terutama dalam pengetahuan pentingnya pembukuan usaha sederhana guna orientasi aba meliputi target serta meningkatkan laba dan orientasi penjualan meliputi meningkatkan volume penjuala serta mempertahankan mengembangkan angsa pasar.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh DPL dan mahasiswa memberikan pengaruh positif kepada pelaku UMKM di Desa Parereja, Kecamatan Banjarharjo, Kabupaten Brebes. Para pelaku usaha sangat antusias dan termotivasi mengikuti edukasi dan pendampingan. Dampak positif dari edukasi dan pendampingan ini adalah penetapan harga jual produk sudah dapat dilakukan sendiri oleh para pelaku usaha UMKM dengan akurat yang sesuai dengan prinsip akuntansi. Diharapkan pelaku usaha Arum Manis mampu menentukan harga jual produk yang dihasilkan, sehingga dapat mengetahui profit yang dihasilkan dari proses produksi. Selain itu para pelaku usaha UMKM Arum Manis dapat mengembangkan strategi pemasaran *marketing online* yang lebih luas jangkauannya.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak terkait, Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM), Ibu Tuti Nurjanah selaku Kepala Desa Parereja, Ibu Sri Haryati yang sudah memberikan izin, memberikan tempat dan mendampingi kami tim pengabdian dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dan kepada masyarakat Desa Parereja atas dukungan partisipasi, dan kelancaran dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan.

DAFTAR REFERENSI

- Ariyani, Deva, Slamet Bambang Riono, Hendri Sucipto, Prodi Manajemen, dan Universitas Muhadi Setiabudi. 2022. "Pelatihan Branding Equity untuk Membangun Brand Image pada Pelaku UMKM di Desa Ciawi dalam Meningkatkan Daya Jual." *KREATIF: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2 (3): 100–106.
- Dwi Harini, Slamet Bambang Riono, Muhammad Syaifulloh. 2020. "Analisis Sistem Akuntansi Keuangan Daerah di Badan Pengelolaan Pendapatan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Brebes." *Syntax Idea* 2 (3): 18–25. <https://doi.org/https://doi.org/10.36418/syntax-idea.v2i3.154>.
- Ernitawati, Andi Yulianto; Mukson; Otong Saeful Bachri; Slamet Bambang Riono; Yenny. 2020. "Manajemen Tatakelola BUMDES: Mengelola Pemasaran Produk." *JAMU: Jurnal Abdi Masyarakat UMUS* 1 (1). <http://jurnal.umus.ac.id/index.php/jamu/article/view/234/jamu>.
- Evan Bawiling, Victorina Z Tirayoh. 2014. "Analisis Perhitungan Harga Pokok dan Perlakuan Akuntansi Atas Produk Sampingan Pada Ud Sinar Sakti" 2 (2): 745–54.
- Fauzi, Indra, Horia Siregar, dan Abdul Malik. 2020. "Bimbingan teknis penetapan harga jual suatu barang dalam peningkatan penjualan pada usaha kecil mandiri di desa medan senembah kecamatan tanjung morawa kabupaten deli serdang sumatera utara," 161–65.
- Fredericho Mego Sindoro a, 1,*, Windasari Rachmawati b, 2, Abdul Karim. 2022. "Penentuan Harga Pokok Penjualan pada UMKM di Kelurahan Ngesrep Kecamatan Banyumanik Kota Semarang" 2 (June): 13–19.
- Mulyati, Henny, Bisnis Ahmad, Dahlan Jakarta, Bisnis Ahmad, Dahlan Jakarta, Bisnis Ahmad, dan Dahlan Jakarta. 2021. "Pelatihan Penentuan Harga Jual Normal (Normal Pricing) bagi Kuliner Binaan Pusat Majelis Ulama Di Masa Pandemi Covid-19."
- Nurjanah, Yayuk, Harga Jual, Harga Pokok Penjualan, dan Harga Pokok Produksi. 2016. "Pelatihan Akuntansi Penetapan Harga Jual Bagi UMKM Kota Bogor" 1: 5–8.
- Prasetyo, Iwan, Wyati Saddewisasi, dan Agus Prasetyo. 2021. "Penerapan Strategi Penentuan Harga Jual dalam Menunjang Kesuksesan Usaha UMKM Aneka Snack" 12 (2): 305–9.
- Rachman, Tahar. 2018. "Penetapan Harga." *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.
- Rini Astuti, Mawar Ratih K), Lina Saptaria. 2021. "Strategi Penetapan Harga Jual Produk Pupuk Organik Bahan Baku Limbah Cincin Hitam Untuk Meningkatkan Keuntungan UD Rsa Kediri" 2 (4): 1103–12.
- Riono, Slamet Bambang. 2021. *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Diedit oleh Roby Setiadi. Klaten: Penerbit Lakeisha.
- Runtu, Treesje, Harijanto Sabijono, dan Christanti Natalia Soei. 2014. "Penentuan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing Pada Ud. Sinar Sakti." *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 2 (3): 208–17.
- Sarjana, Bagus, Made Ary Meitriana, dan I Wayan Suwendra. 2019. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Harga Perumahan Di Kabupaten Buleleng." *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 10 (2): 356. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v10i2.20041>.
- Slamet Bambang Riono. 2022. "Analisis Strategi Pemasaran Kredit, Prosedur Pemberian Kredit, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Simpan Pinjam." *Jimak (Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan)* 1 (3). cccxx.
- Subianto, Totok. 2007. "Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ekonomi Modernisasi* 3: 165–82.
- Syahza, Almasdi. 2021. *Metodologi Penelitian (Edisi Revisi Tahun 2021)*.
- Warpuah, Dwi Harini, Slamet Bambang Riono. 2022. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada UMKM Kluban di Banjarnegara)." *Jurnal Akuntansi dan Bisnis (Akuntansi)* 2 (1): 49–57.

<http://journal.politeknik-pratama.ac.id/index.php/JIAB/article/view/154>.

Yasinta, Putu Yesi, Made Nuridja, Anjuman Zukhri, Jurusan Pendidikan Ekonomi, dan Fakultas Ekonomi. 2012. “Produk Sampingan Pada Ud . Sari Nadi Singaraja.”