

# EDUKASI PUBLIK, PENINGKATAN PEMAHAMAN PENETAPAN HARGA JUAL PRODUK PADA KELOMPOK USAHA AKU-UPPKA (ANDALAN KELOMPOK USAHA- USAHA PENINGKATAN PENDAPATAN KELUARGA AKSEPTOR) KOTA PEKANBARU PROPINSI RIAU

Indarti Indarti<sup>1</sup>; Aljufri<sup>2</sup>; Ika Berty Apriliyani<sup>3</sup>

FEB Universitas Lancang Kuning  
Jln. Yos Sudarso KM 08 Rumbai Telp. (0761) 52581  
E-mail : [indarti@unilak.ac.id](mailto:indarti@unilak.ac.id) (Koresponding)

**Abstract:** This community service activity aims to provide understanding and skills in determining the selling price of their business products. Setting the selling price of a product is one type of management decision that is so important. Business actors must be precise in determining the selling price. One of the obstacles faced by MSME players is the lack of knowledge in financial aspects, such as determining the Cost of Goods Manufactured (COGS) as a basis for determining the selling price of products. This problem is also felt by business actors in the fifty cities business group AKU UPPKA. Based on the results of initial observations, the community service team obtained information about the lack of assistance for business actors in determining the selling price of products. The main activity carried out in this community service activity is assistance in determining the selling price of products. The purpose of this community service activity is to increase the understanding of MSME actors in determining the selling price of products. The methods used in this community service activity use interviews, observation, and documentation methods. The result of this activity is that MSME players are able to carry out financial planning in their business.

**Keywords:** *Product selling price, Business Actors*

Andalan Kelompok Usaha Lima puluh kota merupakan bagian dari Andalan Kelompok Usaha- Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Akseptor (AKU-UPPKA). Kelompok UPPKA merupakan kelompok akseptor yang melakukan berbagai kegiatan usaha ekonomis produktif yang dapat meningkatkan pendapatan keluarga akseptor. Anggotanya terdiri dari akseptor KB (lestari, aktif dan baru, Pasangan Usia Subur (akseptor KB istirahat atau calon akseptor KB), warga masyarakat lainnya yang mempunyai peran serta dalam program KB yang keanggotaannya ditetapkan berdasarkan musyawarah kelompok akseptor. Kegiatan UPPKA merupakan kegiatan bersama yang mengarah kepada koperasi (pra-koperasi) yaitu dilakukan dari, oleh dan untuk anggota kelompok.

Pada semester Ganjil 2023/2024, tim Pengabdian Kepada Masyarakat FEB Universitas Lancang Kuning sudah pernah menyampaikan materi tentang

peningkatan pemahaman pembukuan dan pencatatan keuangan sederhana, dimana kegiatan ini sangat disambut baik oleh peserta kelompok usaha Andalan Kelompok Usaha-Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Akseptor (AKU-UPPKA) tersebut.

Jenis usaha yang dijalankan Kelompok Usaha AKU-UPPKA ini terdiri dari berbagai macam bentuk usaha seperti usaha catering, usaha laundry, usaha merangkai bunga, dan usaha lainnya. Anggota AKU-UPPKA yang merupakan pelaku usaha yang belum menerapkan pembukuan atau pencatatan.

Hasil pengamatan dan diskusi dengan kelompok usaha ini, mereka secara rutin memproduksi setiap hari untuk memenuhi penjualan atau toko-toko. Tim pengabdian dari FEB Lancang Kuning menjadi motivator, pendorong khususnya pada penerapan pencatatan pelaporan keuangan sederhana pada kelompok usaha

tersebut. Dalam perjalanan usahanya, para peserta kelompok usaha tersebut masih kesulitan menentukan harga jual atas produk yang mereka hasilkan yaitu 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). 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).

Adapun yang menyebabkan belum menerapkan penetapan harga jual produk dengan tepat dikarenakan kurangnya informasi yang diperoleh dan belum tertib dalam melakukan pencatatan atas biaya yang dikeluarkan atas produk yang dihasilkan dalam usahanya tersebut dan belum menyadari arti pentingnya pembukuan

tersebut, dan juga belum menyadari potensi usahanya dapat berkembang dengan baik.

Harga adalah nilai barang atau jasa yang diungkapkan dalam satuan rupiah atau satuan uang lainnya. Sedangkan harga jual adalah nilai yang dibebankan kepada pembeli atau pemakai barang dan jasa. Dalam hal ini harga jual merupakan suatu yang digunakan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang dan jasa serta pelayanannya. Menurut Kotler (1998 :24): (1) Harga jual dalam arti sempit adalah merupakan jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. Dalam arti luas, harga jual adalah jumlah dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa. (2) Titik berat daripada proses penetapan harga adalah harga pada berbagai pasar. Untuk ini, harga suatu barang mungkin merupakan struktur yang kompleks dari pada syarat-syarat penjualan yang saling berhubungan. Setiap perubahan dari pada struktur tersebut merupakan keputusan harga dan akan mengubah pendapatan yang diperoleh. Peranan perusahaan dalam proses penetapan harga jual barangnya sangat berbeda-beda, tergantung dari pada bentuk pasar yang dihadapinya.

Menurut Soemarso SR, (1999:182) ada tiga bentuk penetapan harga jual, yakni :

- 1) Penetapan harga jual oleh pasar (Market Pricing)  
Dalam bentuk penetapan harga jual ini, penjual tidak dapat mengontrol sama sekali harga yang dilempar di pasaran. Harga disini betul-betul ditetapkan oleh mekanisme penawaran dan permintaan. Dalam keadaan seperti ini, penjual tidak bias menetapkan harga jual.
- 2) Penetapan harga jual oleh pemerintah (Government Controlled Pricing)  
Dalam beberapa hal, pemerintah berwenang untuk menetapkan harga barang/jasa, terutama untuk barang/jasa yang menyangkut

kepentingan umum. Perusahaan/penjualan yang bergerak dalam eksploitasi barang/jasa terdapat di atas tidak dapat menetapkan harga jual barang/jasa.

- 3) Penetapan harga jual yang dapat dikontrol oleh perusahaan (Administered or Business controlled pricing)

Pada situasi ini, harga ditetapkan sendiri oleh perusahaan. Penjual menetapkan harga dan pembeli boleh memilih “membeli atau tidak”. Harga ditetapkan oleh keputusan dan kebijaksanaan yang terdapat dalam perusahaan, walaupun faktor-faktor mekanisme penawaran dan permintaan, serta peraturan-peraturan pemerintah tetap diperhatikan.

Secara garis besar metode penentuan harga dapat dikelompokkan menjadi empat kategori utama (Fandy Tjiptono, 2000 : 157) yaitu :

1. Metode penentuan harga berbasis permintaan  
Metode ini lebih menekankan faktor – faktor yang mempengaruhi selera dan preferensi pelanggan daripada faktor-faktor seperti biaya, laba dan persaingan. Paling sedikit terdapat tujuh metode penentuan harga yang termasuk dalam metode penentuan harga berbasis permintaan, yaitu:
  - a) *skimming pricing*, yaitu metode yang diterapkan dengan jalan menetapkan harga tinggi bagi suatu produk baru atau inovatif selama tahap pengenalan, Kemudian menurunkan harga tersebut pada saat persaingan mulai ketat. Strategi ini baru bisa berjalan dengan baik jika konsumen tidak sensitif terhadap harga, tetapi lebih menekankan pada pertimbangan-pertimbangan kualitas, inovasi dan kemampuan produk tersebut dalam memuaskan konsumen.
  - b) *Penetration pricing*, yaitu dalam metode ini perusahaan berusaha

memperkenalkan suatu produk baru dengan harga rendah sehingga akan dapat memperoleh volume penjualan yang besar dalam waktu yang relative singkat. Selain itu metode ini juga bertujuan untuk mencapai skala ekonomis dan mengurangi biaya per unit.

- c) *Prestige pricing*, yaitu merupakan metode yang menetapkan tingkat harga yang tinggi sehingga konsumen amat peduli dengan statusnya dan akan tertarik dengan produk yang kemudian akan membelinya.
- d) *Price lining*, yaitu metode yang digunakan perusahaan dalam menjual produk yang lebih dari satu jenis. Harga untuk lini produk tersebut bervariasi dan ditetapkan pada tingkat harga tertentu yang berbeda.
- e) *Odd-even pricing*, yaitu metode yang digunakan perusahaan dalam menetapkan harga dimana harga tersebut besarnya mendekati jumlah genap tertentu.
- f) *Demand backward pricing*, yaitu metode yang berdasarkan suatu target harga tertentu, kemudian perusahaan menyesuaikan kualitas komponen-komponen produknya. Dengan kata lain produk didesain sedemikian rupa sehingga dapat memenuhi target harga yang ditetapkan.
- g) *Bundle pricing*, yaitu gabungan dua atau lebih produk dalam satu harga paket.

## METODE

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dilakukan pada Andalan Kelompok Usaha di bagian Lima puluh kota bagian dari Andalan Kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Akseptor (AKU-UPPKA) kota Pekanbaru, Propinsi Riau. Para anggota kelompok usaha ini

diharapkan memahami tentang penetapan harga jual produk untuk meningkatkan pendapatan keluarga akseptor. Dalam rangka mencapai tujuan yang tercantum di atas, maka pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan metode yang sistematis dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- 1).Fasilitator memberikan pre-test mengenai pemahaman penetapan harga jual produk.
- 2).Fasilitator menjelaskan materi yang akan dibahas dan tujuan yang ingin dicapai.
- 3).Fasilitator memberikan kesempatan kepada peserta untuk melakukan tanya jawab dengan nara sumber.
- 4).Fasilitator mencatat sumbang saran dari peserta di papan tulis dan membahasnya bersama lagi sampai dirasa solusi tersebut dianggap sebagai jalan yang terbaik

## HASIL

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilakukan oleh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Lancang Kuning pada hari Senin, tanggal 29 Juli 2024. Pelaksanaan PKM ini bertempat di Gedung BKKBN, Penyampaian materi Pengabdian kepada Masyarakat ini disampaikan kepada kemplompok usaha AKU UPPKA Kota Pekanbaru dengan cara Pemaparan dan Diskusi mengenai Penetapan Harga Jual.

Sebelum kegiatan penyampaian materi, tim dosen PKM memberikan pre test dengan menyebarkan kuesioner kepada peserta yang menghadiri agenda Pengabdian Kepada Masyarakat yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan dan pemahaman peserta mengenai Penetapan Harga jual. Peserta yang menghadiri kegiatan PKM ini sebanyak 21 orang. Setelah pre test diberikan selanjutnya tim Pelaksana PKM menyampaikan materi tentang Penetapan Harga jual produk. Setelah tim dosen Fakultas Ekonomi Universitas Lancang Kuning atau tim PKM memberikan materi terlihat antusiasme peserta terhadap pemaparan materi tersebut. Berdasarkan hasil pre test dan post test yang diberikan kepada peserta pelatihan, kami tim dosen Fakultas

Ekonomi Universitas Lancang Kuning membuat rekapitulasi hasil pre dan post test tersebut. Rekapitulasi hasil pre dan post test ini dapat dilihat pada lampiran pada tabel dibawah ini. Tabel 5.1 Rekapitulasi Pre Test dan Post Test berikut ini:

No	Pertanyaan	Pre Test			Post Test		
		Ya	Tidak	% Ya	Ya	Tidak	% Ya
1	Apakah saudara sudah pernah mengetahui sebelumnya tentang Penetapan Harga Jual?	3	18	14,28	21	0	100
2	Apakah saudara sudah mengetahui tentang Biaya Variabel	0	21	0	21	0	100
3	Apakah saudara mengetahui tentang Biaya Tetap?	0	21	0	21	0	100
4	Apakah saudara mengetahui tentang mengelompokkan biaya?	0	21	0	21	0	100
5	Apakah Anda mengetahui tentang Bagaimana menghitung profit Margin?	0	21	0	21	0	100

Sumber : Hasil Rekapitulasi dari kuesioner

Dari hasil rekapitulasi pada tabel 5.1 diatas, dengan adanya pemaparan pengabdian kepada masyarakat, dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan pemahaman Penetapan Harga Jual produk dengan melihat persentase dari hasil pre test dan post test. . Berikut disampaikan penjelasan dari hasil Pre Test dan Post Test tersebut:

Hasil jawaban yang diberikan oleh peserta mengenai *Apakah sudah pernah mengetahui sebelumnya tentang Penetapan harga jual Produk?*. Pada mulanya hanya 3 peserta yang mengetahui tentang penetapan harga jual produk atau 14,28%. Setelah diberikan edukasi dan pemahaman tentang harga jual produk oleh tim PKM FEB Unilak ternyata sangat berdampak sangat signifikan, dimana terjadi peningkatan pemahaman menjadi 100% , peserta

menjadi mengetahui defenisi, serta pentingnya mengetahui tentang Penetapan Harga Jual produk.

Hasil jawaban yang diberikan oleh peserta mengenai apakah sudah mengetahui tentang Biaya Variabel, peserta menjadi lebih paham 100% dari yang sebelumnya sama sekali tidak mengetahui. Peserta selama ini menggunakan biaya dalam memproduksi produk yang dihasilkan, namun belum tahu bagaimana mengklasifikasikan biaya dan komponen biaya mana saja yang digunakan.

Hasil jawaban yang diberikan oleh peserta mengenai apakah sudah mengetahui tentang Biaya Tetap, peserta menjadi lebih paham 100% dari yang sebelumnya sama sekali tidak mengetahui. Peserta selama ini menggunakan biaya dalam memproduksi produk yang dihasilkan, namun belum tahu bagaimana mengklasifikasikan biaya dan komponen biaya mana saja yang digunakan.

Hasil jawaban yang diberikan oleh peserta mengenai apakah sudah mengetahui tentang bagaimana menghitung profit margin, ditemukan hasil bahwa peserta menjadi lebih paham 100% dari yang sebelumnya sama sekali tidak mengetahui. Peserta selama ini menghitung profit belum sepenuhnya benar, karena hanya menghitung berdasarkan biaya yang dikeluarkan menggunakan biaya dalam memproduksi produk yang dihasilkan, namun belum tahu bagaimana mengklasifikasikan biaya dan komponen biaya mana saja yang digunakan.

## PEMBAHASAN

Menurut Lasena (2013), harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual.

Perubahan harga dalam jumlah kecil maupun besar akan berdampak pada penjualan produk dalam kuantitas yang cukup

besar. Karena itu perusahaan dituntut hati-hati dalam penentuan harga jual karena jika ada kesalahan dalam penentuan harga jual, perusahaan akan rugi atau kehilangan pelanggan karena harga jual yang ditentukan terlalu rendah maupun terlalu tinggi.

Penentuan Harga Biaya Plus (*Cost plus pricing Method*). *Cost plus pricing method* yaitu metode penentuan harga jual produk dimana harga dihitung berdasarkan biaya produksi dan biaya penjualan serta tambahan mark-up yang pantas (Fitrah dan Endang, 2014). Metode *cost plus pricing* merupakan metode penentuan harga melalui pendekatan biaya yang didasarkan atas biaya produksi maupun biaya non produksi yang tidak lepas dari penentuan harga pokok produksi. Metode *cost plus pricing* merupakan metode pendekatan perusahaan untuk dapat menentukan harga jual produk persatuan, dimana dengan harga jual yang telah ditetapkan akan mampu menutupi seluruh biaya yang dikeluarkan selama proses produksi dan menghasilkan tingkat pengembalian investasi yang diinginkan perusahaan.

Slat (2013) dalam penelitiannya mengenai analisis harga pokok produk dengan menggunakan metode *full costing* dan penentuan harga jual berdasarkan *cost plus pricing* dalam menentukan profitabilitas perusahaan pada CV. Anugerah Genteng Manado. Tujuan penelitian untuk mengevaluasi penentuan harga pokok produk dan penetapan harga jual yang dilakukan perusahaan, untuk membandingkan dengan metode penentuan harga pokok proses dengan menggunakan pendekatan *full costing*, dan metode penetapan harga jual berdasarkan *Cost Plus Pricing*, kemudian melihat pengaruh terhadap laba perusahaan. Metode penelitian ini adalah kualitatif. Persamaan penelitian sebelumnya adalah Metode penentuan harga jual menggunakan metode *Cost Plus Pricing*. Perbedaan penelitian sebelumnya adalah Peneliti terdahulu melakukan penelitian pada CV. Anugerah Genteng Manado sedangkan penelitian ini pada

kelompok usaha AKU UPPKA kota Pekanbaru. Gayatri (2013) dalam penelitiannya mengenai penentuan harga jual produk dengan metode *cost plus pricing* pada PT. Pertani (persero) cabang sulawesi. Tujuan penelitian untuk mengetahui harga jual produk benih padi dengan menggunakan pendekatan *cost plus pricing* pada pt.pertani. Metode penelitian adalah deskriptif kuantitatif. Persamaan penelitian sebelumnya adalah peneliti sebelumnya menghitung harga pokok produksi secara signifikan.

### SIMPULAN

Sesuai dengan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Dengan adanya PKM ini membawa dampak akan peningkatan pemahaman kelompok Usaha AKU-UPPKA Kota Pekanbaru Propinsi Riau tentang penetapan harga jual produk.
2. Meningkatkan peran serta Fakultas Ekonomi Universitas Lancang Kuning dalam membantu kelompok usaha UPPKA Pekanbaru Riau melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pelatihan bagaimana menetapkan harga jual produk. Selama proses Kegiatan Pengabdian tersebut kegiatan berjalan dengan baik dan lancar sesuai dengan yang diharapkan.
3. Para peserta yang merupakan para pengusaha yang tergabung dalam Kelompok Usaha UPPKA kota Pekanbaru Provinsi Riau untuk kedepannya akan selalu melakukan komunikasi dengan tim PKM Unilak jika dalam pelaksanaannya terdapat kendala dalam mengimplementasikan saat menetapkan harga jual produk.

### DAFTAR RUJUKAN

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.

Gayatri Winny. 2013. Penentuan Harga Jual Produk Dengan Metode Cost Plus Pricing Pada PT.Pertani (Persero) Cabang Sulawesi Utara. <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/3388/2931>. Jurnal EMBA ISSN 2303-1174 Vol.

- 4, Manado. Diakses 19 Mei 2014. Hal 1770-1891.
- 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 Cincou 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). ccxx.
- Slat Andre Henry. 2013. Analisis Harga Pokok Produk Dengan Metode Full Costing dan Penetapan harga Jual. <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/1638/1309>. *Jurnal EMBA ISSN 2303-1174* Vol. 3, Manado. Diakses 19 Mei 2014. Hal 110-117.
- 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 Banjartama)." *Jurnal Akuntansi dan Bisnis (Akuntansi)* 2 (1): 49-57. *10 Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol. 1, No. 3 September 2022 E-ISSN: 2962-942X , P-ISSN: 2962-9438, Hal 01-10 <https://ejurnal.stpkat.ac.id/index.php/jpkm> <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.