

Edukasi UMKM dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Harga Jual Produk serta Teknik Pemasaran di Desa Rambu-Rambu Jaya Kec. Ranomeeto Kab. Konawe Selatan

Nasrul¹, La Hatani², Juharsah³, Wahyuniati Hamid⁴, Riski Amalia Madi⁵, Isalman⁶

^{1,2,3,4,5,6}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Halu Oleo, Indonesia
*e-mail: nasrulpdia@gmail.com¹, juharsah2005@gmail.com³, wahyuniati@uho.ac.id⁴,
riski_amalia98@yahoo.com⁵, isalmans@uho.ac.id⁶

Abstrak

Salah satu kelemahan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Di Desa Rambu-Rambu Jaya adalah kemampuan sistem manajemen usaha yang masih rendah. Diantara masalah yang dialami adalah mengenai kemampuan yang masih rendah terhadap perhitungan harga pokok produksi, harga jual produk serta kurangnya pengetahuan dalam teknik pemasaran produk secara online sehingga wilayah pemasaran masih terbatas di sekitar pasar tradisional di wilayah desa dan desa tetangga. Tujuan dari pelatihan dan pendampingan ini adalah pelaku usaha diharapkan dapat membuat laporan perhitungan harga pokok produksi secara akurat sesuai ilmu akuntansi sehingga bisa menetapkan harga jual secara tepat dan usaha yang dilakukan dapat menghasilkan laba yang optimal kemudian Pelaku usaha juga diharapkan dapat menggunakan teknologi informasi (internet) atau media online dalam mempromosikan produknya.

Kata kunci: Harga Jual Produk, Harga Pokok Produksi, Teknik Pemasaran Online

Abstract

One of the weaknesses of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Rambu-Rambu Jaya Village is the low ability of the business management system. Among the problems experienced are the low ability to calculate the cost of production, the selling price of products and the lack of knowledge in online product marketing techniques so that the marketing area is still limited around traditional markets in neighboring villages and villages. The purpose of this training and assistance is that business actors are expected to be able to make reports on the calculation of the cost of production accurately according to accounting knowledge so that they can determine the selling price correctly and the business carried out can generate optimal profits or online media in promoting their products.

Keywords: Cost of Production, Online Marketing Techniques, Product Selling Price

1. PENDAHULUAN

Pengabdian masyarakat merupakan suatu wujud kristalisasi dan integralisasi dari ilmu yang tertuang secara teoritis di bangku kuliah untuk diterapkan secara nyata dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat, sehingga ilmu yang diperoleh dapat diaplikasikan dan dikembangkan dalam kehidupan masyarakat luas (Saefuddin, 2021).

Desa Rambu-rambu Jaya merupakan salah satu desa di Kecamatan Ranomeeto yang dipilih sebagai tempat pelaksanaan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa dan dosen lingkup Universitas Halu Oleo. Adapun waktu pelaksanaannya selama 30 hari (satu bulan). Desa Rambu-rambu Jaya merupakan salah satu desa di Kecamatan Ranomeeto Kabupaten Konawe Selatan yang berjarak 30 km dari kota Kendari. Secara administratif, Desa Rambu-rambu jaya terletak di wilayah Kabupaten Konawe Selatan. Sejak pemekaran hingga saat ini, jumlah penduduk terus bertambah. Data tahun 2021, jumlah kepala keluarga sebanyak 200 kepala keluarga.

Jarak yang relatif dekat dengan Kota Kendari, Desa Rambu-rambu juga menjadi salah satu daerah yang potensial untuk pengembangan UMKM. Ketersediaan berbagai bahan baku lokal dan potensi pasar yang ditunjang dengan akses transportasi dan jaringan komunikasi yang baik juga mendukung untuk tumbuh kembangnya sektor UMKM. Perkembangan bisnis yang sangat cepat dan dinamis, menuntut para pelaku usaha khususnya pelaku Industri Kecil Menengah (IKM) dan pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) harus bergerak cepat mengikuti

perkembangan zaman. Tujuannya agar dapat mempertahankan pasar dan konsumen serta memperluas jaringan bisnis. Tuntutan kemajuan teknologi pun dapat menjadi dua sisi mata uang yang berbeda, dapat sangat membantu perkembangan usaha atau justru memperburuk keadaan usaha para pelaku UMKM/IKM tersebut (Winingrum, Handayani, Purwasih, Sari, & Anjilni, 2020). Berdasarkan survey awal yang dilakukan terhadap UMKM di Desa Rambu-rambu Jaya terdapat berbagai jenis home industri yang membutuhkan pendampingan agar dapat berkembang. Jenis usaha yang dijalankan UMKM di Desa Rambu Rambu Jaya antara lain perbengkelan, pembuatan kripik pisang, pembuatan bakso, reparasi kursi, budidaya tanaman hias, pembuatan pot bunga, pembuatan peyek, peternakan ayam potong, pembuatan alat sanitasi, dan usaha menjahit.

Walaupun telah di manjakan dengan ketersediaan sumber daya, kondisi UMKM di desa tersebut belum memperlihatkan progres yang baik. Diantara masalah yang dialami adalah masalah sistem manajemen usaha yang masih rendah yaitu kemampuan terhadap perhitungan harga pokok produksi, harga jual produk serta teknik pemasaran produk. Kemampuan dalam menentukan HPP (Harga Pokok Produksi) dan Harga Jual Produk yang rendah ditunjukkan dengan cara perhitungan sederhana tanpa didasari oleh pengetahuan secara teori yang diperlukan sebagai dasar perhitungan. Perhitungan harga jual selama ini belum akurat karena kurangnya pengetahuan ilmu akuntansi, yaitu belum mengklasifikasikan biaya yang bersifat tetap maupun variabel kemudian pelaku usaha hanya mempertimbangkan harga bahan baku, tenaga kerja langsung tetapi belum mempertimbangkan biaya overhead (Tyas, A., & Ady, 2018). Konsep biaya overhead pabrik yang belum dikuasai akan menyebabkan kesulitan pembebanan BOP (Biaya Overhead Pabrik/Perusahaan) terhadap produk yang akan berpengaruh terhadap keakuratan hasil perhitungan HPP dan HJP (Mulyati, Efriadi, & Nurwati, 2020). Sedangkan permasalahan pemasaran produk adalah belum mempunyai pengetahuan dan keterampilan pemasaran secara luas sehingga kurang peka melihat peluang pasar sehingga wilayah pemasaran masih terbatas di sekitar pasar tradisional di wilayah sekitar desa Rambu-rambu Jaya, pesanan dari desa tetangga sekitar. Promosi pemasaran masih konvensional dengan "promosi dari mulut ke mulut" dan spanduk depan rumah dan belum memanfaatkan media teknologi informasi, sehingga informasi tentang produk mereka sangat terbatas.

Berdasarkan kondisi di atas maka perlu diadakan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku usaha (UMKM) dalam melakukan perhitungan HPP dan penentuan HJP serta pelatihan teknik promosi produk menggunakan teknologi informasi media online. Tujuan dari pelatihan dan pendampingan ini adalah pelaku usaha diharapkan dapat membuat laporan perhitungan harga pokok produksi secara akurat sesuai ilmu akuntansi sehingga bisa menetapkan harga jual secara tepat dan usaha yang dilakukan dapat menghasilkan laba yang optimal kemudian Pelaku usaha juga diharapkan dapat menggunakan teknologi informasi (internet) atau media online dalam mempromosikan produknya.

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan ini berupa pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM yaitu pelatihan penghitungan HPP & penentuan HJP dan pelatihan Teknik promosi produk. Waktu pelaksanaan pelatihan dan pendampingan akan dilaksanakan dalam dua tahap yaitu minggu kedua untuk pelatihan penghitungan HPP dan Penentuan HJP, kemudian di minggu ketiga untuk Teknik promosi produk UMKM. Setelah diberi pelatihan, selanjutnya diminggu keempat mereka dibimbing untuk menerapkan hasil pelatihan. Berikut ini adalah tahapan pelatihan yang dilakukan :

2.1. Pelatihan penghitungan HPP & penentuan HJP

Tahap 1. Perencanaan : Pada tahap ini adalah mahasiswa peserta KKN menyiapkan berbagai format pembukuan yang telah disesuaikan dengan kebutuhan dengan tujuan agar memudahkan dalam menghitung harga pokok produksi. Format yang disediakan antara lain : format perhitungan harga pokok produk yang diklasifikasikan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja

langsung, dan biaya overhead (Supriyono, 2016) . Bentuk kegiatan berupa memberikan penjelasan mengenai perhitungan harga pokok produk.

Tahap 2. Pelaksanaan : Pada tahap ini pemilik usaha diminta untuk praktek mengklasifikasikan biaya yang terjadi kedalam biaya tetap dan biaya variable sesuai format yang telah disiapkan dengan didampingi dan dibimbing mahasiswa secara langsung. Praktek dimulai dengan mengisi biaya-biaya yang terjadi dan dikelompokkan kedalam biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead selanjutnya dimasukkan ke format perhitungan harga pokok produk.

Tahap 3. Evaluasi : Pada tahap ini dilakukan evaluasi program pendampingan yang telah dilaksanakan, apakah dengan pelaksanaan pendampingan ini pemilik Usaha sebagai mitra memperoleh manfaat atau tidak, dan apa yang menjadi kekurangan dari program ini tentunya akan menjadi bahan perbaikan dengan harapan pemilik usaha dapat melakukan perhitungan HPP dan HJP dengan lebih akurat di masa-masa mendatang.

2.2 . Pelatihan Teknik Pemasaran Online

Tahap 1. Perencanaan : Pada tahap ini adalah mahasiswa membuat akun di media sosial yang akan digunakan sebagai contoh buat pelaku usaha kemudian menyiapkan materi dalam bentuk softcopy dan hardcopy.

Tahap 2. Pelaksanaan : Tahap ini menjelaskan tentang pentingnya bagi pelaku usaha untuk mengetahui aplikasi media sosial dan mengaplikasikannya di dunia usaha. Selanjutnya, sesi pelatihan yang menitik beratkan pada kemampuan membuat akun toko online dan mengenali fitur-fitur yang ada pada media pemasaran online tersebut. Pemberian pelatihan ini dilakukan dengan teknik simulasi agar para pelaku usaha mendapatkan pengalaman langsung sekaligus pengayaan dari tim pelatih.

Tahap 3. Evaluasi : Pada tahap ini dilakukan evaluasi program pendampingan yang telah dilaksanakan, apakah dengan pelaksanaan pendampingan ini pemilik Usaha sebagai mitra memperoleh manfaat atau tidak, dan apa yang menjadi kekurangan dari program ini tentunya akan menjadi bahan perbaikan dengan harapan pemilik usaha dapat melakukan promosi menggunakan media online.

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

1. Metode Ceramah

Metode ceramah dipilih untuk memberikan penjelasan bagi pelaku usaha untuk mengetahui penghitungan HPP dan penentuan HJP, kemudian pelaku usaha dapat mengetahui cara mempromosikan produk menggunakan aplikasi market place dan Google Business.

2. Metode Tanya Jawab

Metode tanya jawab sangat penting bagi para peserta pelatihan, baik di saat menerima penjelasan tentang topik yang dibahas serta saat mempraktekkannya

3. Metode Simulasi

Metode simulasi ini sangat penting diberikan kepada para peserta pelatihan untuk memberikan kesempatan mempraktekkan materi pelatihan yang diperoleh.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan oleh Tim Pengabdian yang berjumlah 16 orang mahasiswa dan 6 orang dosen pendamping lapangan. Mahasiswa dibagi dalam 4 kelompok. Masing-masing kelompok memberikan pelatihan dan pendampingan kepada satu pelaku usaha. Kegiatan ini dilakukan tatap muka dengan mendatangi langsung pelaku usaha untuk mengurangi kegiatan berkerumun dengan masyarakat guna mencegah penyebaran virus Covid-19 (Gambar 1). Pelaku usaha yang diberikan pelatihan dan pendampingan berjumlah 4 kelompok usaha. Jenis usaha terdiri dari Pembuatan Pot Bunga, Budidaya Tanaman Hias, Pembuatan dan Reparasi Sofa, serta Pembuatan Keripik Pisang. Kegiatan awal dimulai dengan mendatangi para pelaku usaha untuk perkenalan tim dan berdiskusi dengan tujuan

mengedukasi pelaku usaha dalam penentuan HPP dan HJP serta Teknik Pemasaran Online. Berdasarkan kegiatan pengenalan dan diskusi tersebut tim dapat mengetahui dan mengumpulkan data berupa biaya-biaya yang dijadikan pelaku usaha dalam melakukan perhitungan HPP dan HJP, kemudian metode apa saja yang sudah dilakukan oleh pelaku usaha dalam memasarkan produknya. Dari kegiatan tersebut diketahui bahwa minat para pelaku usaha terhadap pelatihan dan pendampingan ini cukup tinggi. Banyak pelaku usaha yang tertarik dan ingin segera membuat akun media sosial dalam memasarkan produknya dan melakukan perhitungan HPP dan HJP. Pelaksanaan kegiatan ini berjalan lancar dan sesuai tujuan yang diharapkan.



Gambar 1. Pelatihan dan Pendampingan oleh Tim Pengabdian Masyarakat

Berikut contoh penyusunan laporan HPP dan HJP serta akun media sosial salah satu pelaku usaha di lokasi pengabdian :

3.1. Laporan Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) dan Harga Jual Produk (HJP) UMKM Suci Pot Desa Rambu-Rambu Jaya

Suci Pot merupakan usaha UMKM dengan kategori jenis usaha kecil yang merupakan usaha sendiri. Suci Pot bergerak dalam bidang usaha kerajinan pembuatan pot untuk tanaman hias. Pada penelitian ini menyajikan harga pokok produksi dan harga jual produk Pot dalam sekali produksi yang mencakup pada produk Pot kecil (Produk A) dan Pot ukuran sedang (Produk B). Dalam penentuan harga jual ditentukan diakhir saat produk selesai diproduksi. Sehingga penetapan harga pokok produksi harus tetap agar produk Suci Pot tidak terlalu rendah dan juga terlalu tinggi dalam penentuan harga jualnya.

1. Perhitungan Harga Pokok Produksi

(a) Biaya Bahan Baku

Bahan Baku yang digunakan berupa semen sebesar Rp. 70.000/sak. Untuk campuran pasir sendiri sebulan memerlukan 3 gerobak dengan harga Rp. 18.000/arco. Data biaya bahan baku yang dipergunakan oleh Suci pot dalam sebulan produksi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Rincian Bahan Baku

Jenis Biaya	Harga Perolehan	Pemakaian	Biaya Bahan Baku
Semen	Rp. 70.000/Sak	Produk A = 1 SAK	Produk A = Rp. 70.000
		Produk B = 1 SAK	Produk B = Rp. 70.000
Pasir	Rp. 18.000/Arko	Produk A = 3 Arko	Produk A = Rp. 54.000
		Produk B = 3 Arko	Produk B = Rp. 54.000
Cat	Rp. 105.000/ 5Kg	Produk A = 5 Kg	Produk A = Rp. 105.000
		Produk B = 5 Kg	Produk B = Rp. 105.000

Dari data di atas dapat disimpulkan biaya bahan baku masing-masing produk, yaitu :

Produk A :	Semen = 1 Sak	= Rp. 70.000
	Pasir = 3 Arko	= Rp. 54.000
	Cat = 5 Kg	= <u>Rp. 105.000</u>
	Total biaya bahan baku	= Rp. 229.000
Produk B :	Semen = 1 Sak	= Rp. 70.000
	Pasir = 3 Arko	= Rp. 54.000
	Cat = 5 Kg	= <u>Rp. 105.000</u>
	Total biaya bahan baku	= Rp. 229.000

(b) Biaya Tenaga Kerja Langsung (BTKL)

Didalam usaha Suci Pot dalam melakukan produksinya tidak mengeluarkan biaya tenaga kerja sebab didalam proses pembuatannya dilakukan oleh pemilik usaha itu sendiri.

(c) Biaya *Overhead* Pabrik (BOP)

Tabel 2. Rincian Biaya *Overhead* Pabrik Produk A dan B

Item	Biaya
Biaya Listrik	Rp. 10.000
Biaya pemeliharaan alat putar	Rp. 20.000
Biaya Pemeliharaan alat campur semen	Rp. 15.000
Biaya Pemeliharaan Rak Pot	Rp. 25.000
Biaya Air	Rp. 20.000
Total BOP	Rp. 90.000

Keterangan:

1. Biaya Listrik digunakan untuk pemakaian lampu akan tetapi hal ini jarang digunakan dan hanya digunakan apabila pengerjaan dilakukan pada malam hari.
2. Biaya Pemeliharaan alat putar yakni seperti pembelian lahar apabila lahar yang digunakan sudah tidak dapat di pergunakan (Rusak)
3. Biaya pemeliharaan alat campur semen seperti pemegang cangkul dan secop atau menambah angin ban arko.
4. Biaya pemeliharaan Rak Pot seperti pembelian kayu jika tersebut sewaktu waktu ada yang sudah tidak dapat di gunakan (lapuk) maka dapat langsung di ganti.
5. Biaya air merupakan biaya sewa di PDAM selama sebulan.

Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) Produk A dan Produk B milik Suci Pot sebagai berikut:

Tabel 3. Harga Pokok Produksi (HPP) dengan menggunakan metode Full costing (Pot Kecil)

Keterangan	Total Biaya (Rp)
Biaya bahan baku langsung	Rp. 229.000,-
Biaya Tenaga Kerja Langsung	-
Biaya Overhead Pabrik	Rp. 90.000,-
Jumlah total sekali produksi	Rp. 319.000,-
Jumlah yang di produksi	40
HPP Per Produk A (Pot Kecil)	Rp. 7.975,-

Tabel 4. Harga Pokok Produksi (HPP) dengan menggunakan metode Full costing (Pot sedang)

Keterangan	Total Biaya (Rp)
Biaya bahan baku langsung	Rp. 229.000,-
Biaya Tenaga Kerja Langsung	-
Biaya Overhead Pabrik	Rp. 90.000,-
Jumlah total biaya sekali produksi	Rp. 319.000,-
Jumlah yang di produksi	24
HPP Per Produk B (POT Sedang)	Rp. 13.291,-

2. Deskripsi Perhitungan Harga Jual Produk A (Pot Kecil)

Dalam menentukan harga jual produk A menggunakan metode penentuan harga jual normal (normal pricing) seringkali disebut dengan istilah cost-plus pricing, karena kebijakan perusahaan menginginkan laba sebesar 88%, agar harga jual tidak terlalu tinggi dan dapat bersaing di pasaran. Perhitungan Harga Jual :

Biaya produksi : Rp. 319.000
Laba yang di inginkan 88% : Rp. 280.720
Total : Rp. 599.720

Jumlah sekali produksi sebanyak 40 Pot.

Harga jual per unit = (Biaya Produksi + Laba)/Jumlah Produksi (Unit)
= Rp. 599.720/40 pot
= Rp. 14.993

Di bulatkan menjadi Rp. 15.000

Jadi harga jual produk A (Pot Kecil) perbuah pada Suci Pot dengan laba sebesar 88% dari total biaya adalah Rp. 15.000, dengan kata lain keuntungan yang di dapat Suci Pot dalam penjualan satu buah pot produk A : Rp. 15.000 – Rp. 7.975,- = 7.025/buah

3. Perhitungan Harga Jual Produk B (Pot Sedang)

Dalam menentukan harga jual produk B menggunakan metode penentuan harga jual normal (normal pricing) seringkali disebut dengan istilah cost-plus pricing, karena kebijakan perusahaan menginginkan laba sebesar 88%, agar harga jual tidak terlalu tinggi dan dapat bersaing di pasaran. Perhitungan Harga Jual :

Biaya produksi : Rp. 319.000
Laba yang di inginkan 88% : Rp. 280.720
Total : Rp. 599.720

Jumlah sekali produksi sebanyak 24 Pot.

Harga jual per unit = (Biaya Produksi + Laba)/Jumlah Produksi (Unit)
= Rp. 599.720/24 pot
= Rp. 24.988

Di bulatkan menjadi Rp. 25.000

Jadi harga jual produk B (Pot sedang) perbuah pada Suci Pot dengan laba sebesar 88% dari total biaya adalah Rp. 25.000, dengan kata lain keuntungan yang di dapat Suci Pot dalam penjualan satu buah pot produk B : Rp. 25.000 – Rp. 13.291 = 11.709/buah.

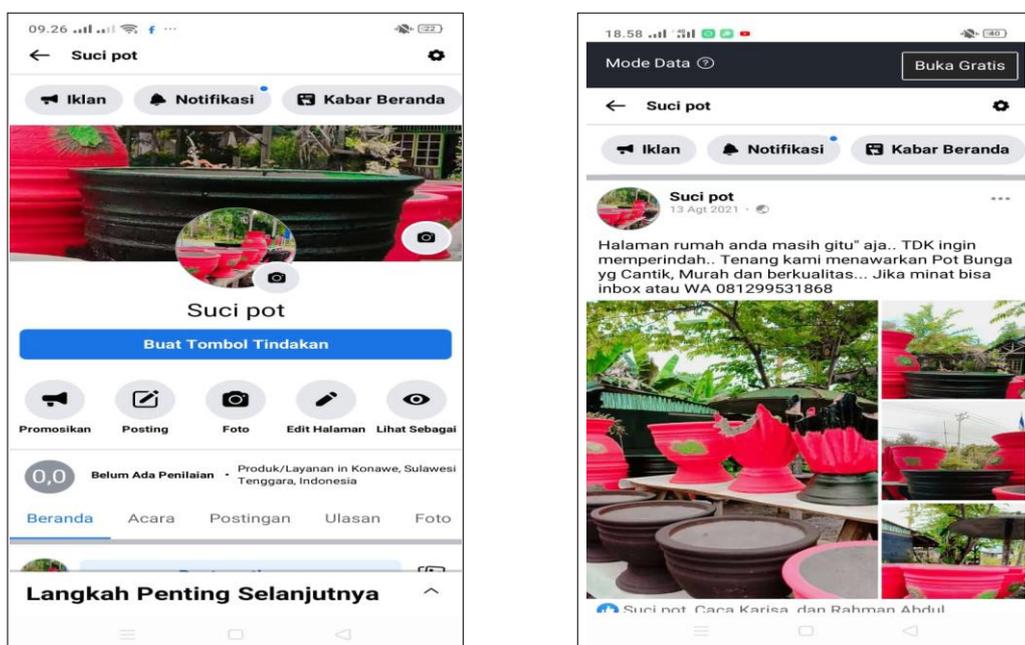
3.2. Pemasaran Digital UMKM Usaha Suci Pot Desa Rambu-Rambu Jaya

Pemasaran digital adalah suatu usaha untuk mempromosikan sebuah merek dengan menggunakan media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, pribadi, dan relevan. Tipe pemasaran digital mencakup banyak teknik dan praktik yang terkandung dalam kategori pemasaran internet. Dengan adanya ketergantungan pemasaran tanpa internet membuat bidang pemasaran digital menggabungkan elemen utama lainnya seperti ponsel, SMS (pesan teks dikirim melalui ponsel), menampilkan iklan spanduk, dan digital. Dalam tipe pemasaran yang kami programkan di Desa Rambu-rambu Jaya yaitu Facebook Fanpage.

Facebook fanpage menurut Sproutsocial adalah akun bisnis yang mempresentasikan sebuah organisasi atau seseorang dengan fitur-fitur unik didalamnya. Berbeda dengan facebook profile yang hanya ditujukan untuk bersosial media, fanpage ditujukan untuk keperluan bisnis dan penanganan sosial media secara professional.

Banyak orang menggunakan media sosial facebook untuk berbisnis, bahkan sebelum facebook sendiri menciptakan fitur *fanpage*. Para seller membuat akun facebook tersendiri dengan mengatasnamakan merek bisnisnya. Sejak fitur fanpage facebook dibuat, banyak seller kemudian lebih memilih untuk membuat fanpage merek bisnisnya ketimbang membuat akun. Para pengguna facebook pun hanya tinggal *nge-like fanpage* tersebut, tanpa perlu berteman dengan akun merek bisnis.

Pemasaran digital yang diprogramkan dan diajarkan untuk UMKM Suci Pot adalah menggunakan akun Facebook *Fanpage* seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2, dikarenakan diantara media sosial lainnya pengguna Facebook merupakan yang terbesar dan untuk memasarkannya juga tidak terlalu rumit. Sehingga Suci Pot bisa mengiklankan produknya menjadi lebih mudah dari sebelumnya. Sistem pemasaran Suci Pot dulunya hanya memasarkan produknya secara offline dimana Suci Pot memajangkan pot-pot bunga didepan rumah. Jika menggunakan facebook fanpage konsumen dari berbagai macam daerah dapat melihat postingan produk yang ditawarkan oleh Suci Pot, tidak hanya itu saja, adapun keuntungan lain dari facebook fanpage pelaku usaha bisa melayani pembeli dimana saja dan kapan saja, sehingga dapat membuat waktu lebih efektif dan efisien.



Gambar 4. Facebook Fanpage Suci Pot

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa memberikan pengaruh positif kepada pelaku usaha UMKM di Desa Rambu-Rambu Jaya Kecamatan Ranomeeto Kabupaten Konawe Selatan Sulawesi Tenggara. Para pelaku usaha sangat antusias dan termotivasi mengikuti pelatihan dan pendampingan. Dampak positif dari pelatihan dan pendampingan ini adalah penyusunan laporan perhitungan Harga Pokok Produksi dan Harga Jual Produk sudah dapat dilakukan sendiri oleh para pelaku usaha dengan akurat sesuai prinsip akuntansi. Teknik pemasaran dengan menggunakan media online juga sudah dapat dilakukan oleh para pelaku usaha dengan adanya akun bisnis di *Facebook Fanpage*. Jika menggunakan *facebook fanpage* konsumen dari berbagai macam daerah dapat melihat postingan produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha, tidak hanya itu saja, adapun keuntungan lain dari *facebook fanpage* pelaku usaha bisa melayani pembeli dimana saja dan kapan saja, sehingga dapat membuat waktu lebih efektif dan efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Mulyati, H., Efriadi, A. R., & Nurwati, N. (2020). Workshop Perhitungan Harga Pokok Produksi Bagi UMKM Binaan Pinbas Mui. *Sawala: Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, 1(1), 23. <https://doi.org/10.24198/sawala.v1i1.25839>
- Saefuddin. (2021). KKN Tematik 2017 – KELAS SAEFUDDIN. Diambil 28 April 2021, dari <https://www.kelassaefuddin.com/kkn-tematik-2017/>
- Supriyono, R. A. (2016). *Akuntansi Biaya; Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok* (Buku 1). BPFE-Yogyakarta.
- Tyas, M., A., A., & Ady, S. U. (2018). *Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Produksi Di Umkm Kripik Usus Dusun Bangsari Desa Modopuro Kecamatan Mojosari Kabupaten Mojokerto*. Surabaya.
- Winingrum, S. P., Handayani, A., Purwasih, D., Sari, I. R., & Anjilni, R. Q. (2020). Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Penjualan Untuk UMKM Se-Kecamatan Gunungsindur. *Prosiding Senantias* 2020, 1(1), 607-614.