

Strategi Penentuan Harga Pokok Penjualan untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM

Dian Fahrhani^{1*}, Tantri Risda Zubaidah¹, Anifah Tiara Kusuma Wardani¹, Riezca Nur Fitriana¹, Muhammad Syahrul Mubarak¹, Novita Dwi Adeliyah¹

¹Program Studi Akuntansi, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia.

Abstrak

Sekar Mulya merupakan UMKM di Desa Mulyodadi Kecamatan Sidoarjo yang bergerak dibidang makanan dan minuman olahan berbahan utama belimbing wuluh. Produk unggulan yang dihasilkan UMKM ini adalah sari buah. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi penentuan harga pokok penjualan sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Metode yang digunakan dalam studi kasus ini mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga pokok penjualan dan dampaknya terhadap daya saing pasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang menerapkan strategi harga pokok penjualan berbasis analisis biaya produksi, permintaan pasar, dan kompetisi mampu meningkatkan margin laba dengan mempertahankan harga jual yang kompetitif. Penelitian ini berperan penting dalam pengembangan strategi harga pokok penjualan yang efektif.

Kata kunci

Akuntansi; Daya saing; Harga pokok penjualan; Strategi penentuan harga; UMKM

Abstract

Sekar Mulya is an MSME in Mulyodadi Village, Sidoarjo District, which is engaged in processed food and beverages made from star fruit. The superior product produced by this MSME is fruit juice. This study aims to explore strategies for determining cost of goods sold as an effort to improve the competitiveness of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). The method used in this case study identifies factors that influence the determination of cost of goods sold and its impact on market competitiveness. The results show that MSMEs that implement a cost of goods sold strategy based on analysis of production costs, market demand, and competition are able to increase profit margins by maintaining competitive selling prices. This research plays an important role in the development of effective cost of goods sold strategies.

Keywords

Accounting; Competitiveness; Cost of goods sold; MSMEs; Pricing strategy

Pendahuluan

Pada era globalisasi saat ini, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menghadapi tantangan yang semakin berat dalam mempertahankan daya saing mereka (Nugroho and Arafah, 2020; Wibowo, Arifin and Sunarti, 2023). Perkembangan teknologi dan informasi membawa dampak signifikan terhadap dinamika pasar yang berubah dengan cepat, memperkuat peran Akuntansi Hijau dalam membantu bisnis memahami dan mengintegrasikan prinsip keberlanjutan ke dalam strategi keuangan mereka (Purnomo *et al.*, 2021; Ananda, Dewi and Saleh, 2023). Kebutuhan UMKM untuk terus berinovasi dan menyesuaikan strategi bisnis mereka, termasuk dalam penentuan harga pokok penjualan (HPP), menjadi semakin penting dalam era digital, di mana penerapan Sistem Informasi Manajemen bisa memfasilitasi pengambilan keputusan yang lebih cepat dan akurat (Gunawan, Kurnia and Hasibuan, 2016; Rohman, Nugroho and Mufliq, 2023). Harga Pokok Penjualan, sebagai komponen kritis dalam struktur harga, mempengaruhi margin keuntungan dan posisi kompetitif UMKM di pasar, dan pengintegrasian *Big Data* serta *Cloud Computing* dapat memberikan analisis yang lebih mendalam dan akurat untuk mengoptimalkannya (Meiryani *et al.*, 2022). Oleh karena itu, penentuan harga pokok penjualan yang efektif menjadi kunci utama dalam strategi pemasaran yang dapat meningkatkan daya saing UMKM (Anastasia and Oktafia, 2021; Novie *et al.*, 2021).

Salah satu tantangan yang dihadapi UMKM adalah keterbatasan akses terhadap informasi dan sumber daya yang memadai untuk menerapkan strategi harga pokok penjualan yang efektif (Septin, Muzakki and Putrihadiningrum, 2022; Perdana *et al.*, 2023). Banyak UMKM yang masih mengandalkan intuisi dalam menetapkan harga, tanpa analisis mendalam mengenai biaya produksi, permintaan pasar, dan kondisi kompetitif (Ikawati, 2017). Kondisi ini seringkali menyebabkan kesalahan dalam penentuan harga yang tidak hanya merugikan dari sisi keuntungan, tetapi juga dapat mengurangi daya saing mereka di pasar. Oleh karena itu, penting bagi UMKM di industri kreatif, khususnya dalam rancang bangun game edukasi, untuk memahami dan menerapkan strategi harga pokok penjualan yang berbasis pada analisis yang akurat dan komprehensif, guna memastikan posisi yang kompetitif dan keberlanjutan usaha di pasar yang dinamis (Cholilurrohman and Lisdiyanto, 2023; Aryanto *et al.*, 2024).

Sekar Mulya adalah UMKM di Desa Mulyodadi RT 003 / RW 001 Kecamatan Wonoayu Kabupaten Sidoarjo Jawa Timur bergerak di bidang olahan makanan dan minuman dengan bahan dasar belimbing wuluh. Produk unggulan yang dihasilkan oleh UMKM ini adalah sari buah. Berdiri sejak tahun 2019, dipelopori oleh ibu Tyas dan bertahan sampai saat ini. Produk olahan belimbing wuluh ini masih jarang ditemui di kabupaten Sidoarjo. Sejak awal berdiri, UMKM Sekar Mulya tidak mempunyai identitas yang dapat menampilkan citra khusus dan pembeda terhadap kompetitor.

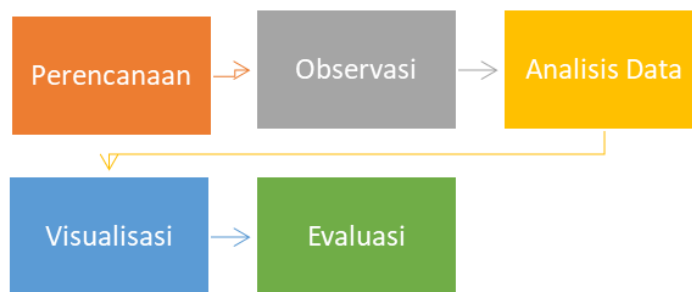
Identitas dalam suatu produk adalah peran penting dalam kegiatan pengembangan strategi pemasaran melalui digitalisasi (Buchari and Nurcahya, 2021). Menurut (Nurkarsa, 2020), menyatakan bahwa promosi adalah informasi dalam pemasaran bertujuan agar produk dapat diterima dengan menyebarkan informasi, membujuk konsumen, mengingatkan konsumen sasaran. Promosi, ketika diintegrasikan dengan pendekatan *Product Based Learning*, tidak hanya meningkatkan minat untuk mengkonsumsi produk yang ditawarkan tetapi juga memperkuat pemahaman pelanggan tentang nilai dan proses pembuatan produk, menciptakan koneksi yang lebih dalam dengan merek (Asitah and Ismafitri, 2021). Dilihat dari kondisi UMKM Sekar Mulya saat ini sudah ada logo untuk mendukung proses promosi dan pemasaran, sehingga konsumen tidak sulit membedakan produk UMKM Sekar Mulya dengan kompetitor.

Strategi penentuan harga pokok penjualan yang kompetitif untuk UMKM, dikombinasikan dengan evaluasi penerapan sistem informasi akuntansi penjualan, membuka jalan bagi peningkatan efisiensi (Yadiati *et al.*, 2024). Menerapkan strategi mengejar return dengan fokus pada peningkatan daya saing UMKM melalui efisiensi operasional dan penetapan harga yang kompetitif, pada akhirnya akan memperkuat posisi mereka di pasar yang semakin kompetitif (Iriyadi *et al.*, 2024). Penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi UMKM dalam mengembangkan strategi harga pokok penjualan yang efektif, serta memberikan rekomendasi bagi pemangku kebijakan dalam mendukung pertumbuhan dan pengembangan UMKM.

Penelitian terkait pengelolaan keuangan desa (Haq and Muzakki, 2023) dan hubungan antara keterlibatan karyawan, budaya organisasi dan stress kerja (Amalia and Novie, 2023) telah dilaksanakan. Namun, penelitian terkait pendampingan strategi penentuan harga pokok penjualan untuk meningkatkan daya saing UMKM belum banyak dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi *gap* tersebut dengan menyediakan tinjauan sistematik literatur mengenai strategi penentuan harga pokok penjualan untuk UMKM. Melalui tinjauan ini, diharapkan dapat diidentifikasi berbagai strategi yang telah diaplikasikan serta efektivitasnya dalam konteks UMKM. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi akademik, tetapi juga praktis bagi pengembangan UMKM.

Metode

Metode yang digunakan dalam studi kasus ini mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga pokok penjualan dan dampaknya terhadap daya saing pasar. Metode penelitian ini diharapkan bisa meenunjang keberhasilan terhadap beberapa hal yang telah direncanakan. Metode penelitian dalam program pengabdian kepada masyarakat ini yakni dengan metode kualitatif. Kegiatan penelitian penentuan harga pokok produk dan harga pokok penjualan pada UMKM Sekar Mulya ada beberapa tahapan seperti yang ditunjukkan pada gambar 1:



Gambar 1. Metode Pelaksanaan UMKM Sekar Mulya

a. Tahap Perencanaan

Tahap ini adalah fase dimana UMKM melakukan sebuah proses kegiatan yang telah direncanakan mulai dari kegiatan persiapan tim sesuai dengan tugas masing-masing, mempersiapkan alat dan bahan, serta mempersiapkan beberapa materi untuk pelatihan seperti yang ditunjukkan pada gambar 2. Pada tahap ini UMKM Sekar Mulya juga membentuk struktur organisasi.



Gambar 2. Kegiatan Tahapan Perencanaan dan Struktur Organisasi pada UMKM Sekar Mulya

b. Observasi

Observasi pada UMKM Sekar Mulya menggunakan teknik pengumpulan data dan pengamatan langsung kepada UMKM Sekar Mulya yang berlokasi di Desa Mulyodadi RT/RW 003/001 Kecamatan Wonoayu berupa wawancara kepada narasumber yaitu Ibu Tiyas selaku pemilik UMKM Sekar Mulya.

c. Analisis Data

UMKM Sekar Mulya menggunakan analisis data berupa analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Analisis SWOT digunakan untuk membandingkan kekuatan dan kelemahan yang berasal dari UMKM Sekar Mulya seperti yang ditunjukkan pada tabel 1.

Tabel 1. Analisis SWOT pada UMKM Sekar Mulya

Strength	Weakness
Kekuatan yang dimiliki UMKM Sekar Mulya yaitu telah memiliki pelanggan tetap yang berasal dari relasi pemilik dan warga sekitar, Produk UMKM Sekar Mulya ini memiliki khasiat yang banyak, menggunakan bahan-bahan alami yang bebas dari bahan pengawet, dan produk dibuat setiap hari sesuai pesanan untuk menjaga kualitas dari produk.	Kelemahan yang dimiliki UMKM Sekar Mulya yaitu pembukuan keuangannya masih menggunakan metode manual dan belum signifikan.
Opportunity	Threat
Peluang yang dimiliki Sekar Mulya yaitu jumlah kompetitor yang masih belum banyak bermunculan sehingga produk UMKM Sekar Mulya berpotensi dapat dikenali dan diminati banyak orang serta melakukan pengembangan promosi pada media-media digital yang sudah ada.	Ancaman pada Sekar Mulya yaitu banyak yang mencoba memanipulasi produk kemudian membuat produk sejenis dengan merek yang lain namun dengan kualitas lebih rendah.

d. Visualisasi

Mengadakan sosialisasi dan mengikuti kegiatan-kegiatan yang ada di Desa Mulyodadi RT.003 RW.001 Kecamatan Wonoayu. Salah satunya, kegiatan “Sosialisasi Asman dengan Warga Desa Mulyodadi dalam Rangka Berpartisipasi Lomba Tingkat Kabupaten.”

e. Evaluasi

Hasil evaluasi berdasarkan sosialisasi kemarin bersama dengan tim pelaksana, dengan adanya peningkatan kompetensi UMKM Sekar Mulya dalam melakukan promosi dan pemasaran didukung dengan adanya peralatan dalam melakukan produksi, serta diharapkan mampu meningkatkan omset penjualan produk sari buah belimbing wuluh seperti yang ditunjukkan pada gambar 3.



Gambar 3. Produk Sari buah belimbing wuluh Asman UMKM Sekar Mulya

Hasil dan Pembahasan

Sekar Mulya adalah UMKM di Desa Mulyodadi RT/RW 003/001 Kecamatan Wonoayu kabupaten Sidoarjo. Sekar Mulya bergerak di bidang pengolahan makanan dan minuman dari bahan belimbing wuluh. Sekar Mulya memiliki makna filosofi dibalik namanya yaitu kata sekar bermakna bunga, sedangkan kata mulya bermakna kemulyaan. Produk Sekar Mulya merupakan makanan dan minuman olahan dari buah belimbing wuluh, jenis olahannya seperti sirup belimbing

wuluh, sari buah belimbing wuluh, manisan belimbing wuluh, dan selai belimbing wuluh. UMKM Sekar Mulya dipimpin dan dikelola oleh seorang pengusaha dekorasi sekaligus MUA (*Make Up Artis*) yang bernama Ibu Tyas.

Berdirinya UMKM Sekar Mulya memberikan peluang pekerjaan untuk para ibu rumah tangga di sekitar, karena Bu Tyas memperkerjakan ibu-ibu rumah tangga warga desa Mulyodadi sebagai tenaga kerjanya. Pada awalnya di desa Mulyodadi terdapat banyak pohon belimbing wuluh yang memiliki buah melimpah ruah. Bu Tyas melakukan beberapa uji coba untuk mengetahui khasiat apa yang ada didalam belimbing wuluh, agar supaya buah belimbing wuluh dapat dimanfaatkan secara maksimal dan tidak terbuang sia-sia.

Mengetahui bahwa belimbing wuluh banyak memiliki khasiat terutama untuk sakit hipertensi, namun karena belimbing wuluh memiliki rasa yang sangat asam membuat beberapa warga enggan mengkonsumsi sebagai obat. Setelah melakukan beberapa kali percobaan, pada tahun 2019 UMKM Sekar Mulya membuat beberapa inovasi baru dari olahan buah belimbing wuluh. Potensi yang ada pada UMKM Sekar Mulya harus didukung dengan strategi dalam melakukan promosi dan pemasaran.

Kebutuhan terkait promosi dan pemasaran penting dilakukan dan dirancang sebuah identitas sehingga dapat membentuk citra terhadap konsumen dan sebagai media pengenalan. Kegiatan penelitian ini dilaksanakan terkait dengan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Sekar Mulya adalah sebagai berikut:

1. Pemilik dari UMKM Sekar Mulya belum bisa menghitung harga pokok dari produk yang diproduksi.
2. Pemilik dari UMKM Sekar Mulya belum bisa menentukan harga jual yang seharusnya pada produk yang dijual.
3. Pemilik dari UMKM Sekar Mulya belum memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam penyusunan harga pokok produk dan harga pokok penjualan.
4. Pemilik dari UMKM Sekar Mulya belum paham akan proses penentuan harga pokok penjualan sampai dengan proses margin atau laba yang diharapkan.

Permasalahan yang telah dilakukan identifikasi sebelumnya Tim Pelaksana PKM memutuskan untuk memberikan pelatihan penentuan harga pokok penjualan sehingga pelaku UMKM mengetahui berapa persen margin yang diinginkan untuk penjualan dari produk yang akan dijual.

Kegiatan penelitian penentuan harga pokok produk dan penentuan harga pokok penjualan pada UMKM Sekar Mulya untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pemangku kepentingan bisnis perusahaan, yang akan digunakan untuk menentukan apakah perusahaan laba atau rugi. Sebelum menjual barang, dilakukan dengan menghitung HPP terlebih dahulu, bukan hanya menentukan harga, karena bisa menghilangkan peluang karena jika harga terlalu tinggi atau terlalu rendah untuk pembeli, dapat mengakibatkan hilangnya calon pembeli. Materi yang disiapkan dalam kegiatan penelitian untuk menentukan harga pokok barang, antara lain:

- a. Materi untuk menentukan HPP produk. Perhitungan HPP untuk produk ini dirancang untuk dapat mengetahui berapa biaya bahan baku dan tenaga kerja untuk memproses 1 unit produk sebelum menambahkannya ke keuntungan yang diharapkan.
- b. Materi untuk menentukan harga jual. Perhitungan HPP dirancang untuk mengukur biaya sebenarnya dari kegiatan produksi untuk barang atau jasa yang dijual dalam periode tertentu. Dengan cara ini, perusahaan dapat menentukan margin yang tepat dan selalu tahu kapan harga barang atau jasa tertentu perlu dinaikkan.
- c. Materi untuk mengetahui tingkat keuntungan digunakan untuk menghitung tingkat HPP, yang dapat digunakan perusahaan untuk menentukan harga jual produk atau layanannya di pasar. Jika perusahaan menemukan bahwa harga jual lebih tinggi dari nilai HPP, perusahaan mendapat untung. Jika harga jual lebih rendah dari HPP, perusahaan akan mengalami kerugian dan harus dinilai agar perusahaan dapat menjual dengan profit.
- d. Laba kotor: pendapatan kotor = pendapatan – HPP
- e. Laba bersih: pendapatan bersih = pendapatan – HPP – beban

- f. Penerapan materi pada soal-soal kasus usaha. Kegiatan ini dilakukan tidak hanya satu arah, tetapi terjadi dua arah dengan adanya sesi diskusi.

Tujuan dari kegiatan penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada pemilik UMKM Sekar Mulya tentang penentuan harga pokok penjualan dan keuntungan yang dibutuhkan untuk menjual produk agar mencapai keuntungan maksimal yang diharapkan dan juga untuk membantu menutupi biaya operasional usaha.

Kesimpulan

Sekar Mulya adalah UMKM bidang makanan dan minuman. Sekar Mulya menjadi adalah UMKM Pengolah makanan dan minuman yang berbahan dasar dari buah belimbing wuluh. Sekar Mulya di desa Mulyodadi Kecamatan Wonoayu Kabupaten Sidoarjo. *Owner* dari UMKM Sekar Mulya adalah ibu tyas. Kegiatan penelitian yang dilakukan dengan memerikan kunjungan dan memberikan pelatihan terkait dengan proses, dimulai dengan menghitung biaya produksi yang digunakan, pertama harga pokok penjualan, kemudian harga pokok penjualan. Manfaat ini dirancang untuk membantu UMKM dalam menentukan laba yang diharapkan sehingga dapat membuat kemajuan dalam pelaporan dan kegiatan operasional di masa mendatang.

Konflik Kepentingan

Tidak ada potensi konflik kepentingan yang relevan dengan artikel ilmiah penelitian ini.

Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Program Studi Akuntansi Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Kepala Desa, Ibu Tyas dan warga desa Mulyodadi di Kecamatan Wonoayu Kabupaten Sidoarjo atas kerjasama dan dukungan sebagai mitra pengabdian kepada masyarakat.

Daftar Pustaka

Amalia, A. and Novie, M. (2023) 'Hubungan antara Keterlibatan Karyawan, Budaya Organisasi dan Stress Kerja terhadap Kinerja Karyawan', *Nusantara Entrepreneurship and Management Review*, 1(1), pp. 11–23. Available at: <https://doi.org/10.55732/nemr.v1i1.1042>.

Ananda, T.A., Dewi, N.K. and Saleh, M.Z. (2023) 'Fenomena Perubahan Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Tantangan di Era Digital', *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (JUPIMAN)*, 2(4), pp. 98–107.

Anastasia, M. and Oktafia, R. (2021) 'Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Kerupuk Desa Tlasi Tulangan Sidoarjo', *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(2), pp. 431–444. Available at: [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(2\).7773](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(2).7773).

Aryanto, R. et al. (2024) *Creativepreneurship: Membangun Bisnis di Industri Kreatif*. Makassar: Nas Media Pustaka.

Asitah, N. and Ismafitri, R. (2021) *Product Based Learning*. Sidoarjo: UNUSIDA Press.

Buchari, A. and Nurcahya, E. (2021) 'Pengembangan Strategi Pemasaran Melalui Digitalisasi Pada Era New Normal Di Kelurahan Kebon Baru Kota Cirebon', *Sawala: Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, 2(1), p. 56. Available at: <https://doi.org/10.24198/sawala.v2i1.30231>.

Cholilurrohman and Lisdiyanto, A. (2023) 'Rancang Bangun Game Edukasi Nahwu Shorof sebagai Media Persiapan Pembelajaran dalam Membaca Kitab Kuning dengan Metode Rapid Application Development (RADY)', *Nusantara Computer and Design Review*, 1(1), pp. 17–23. Available at: <https://doi.org/10.55732/ncdr.v1i1.1074>.

Gunawan, Kurnia, S. and Hasibuan, M. (2016) 'Analisis Perhitungan HPP Menentukan Harga

Penjualan yang Terbaik untuk UKM', *Teknovasi*, 03, Nomor(2355–701X), p. 16.

Haq, A.F. and Muzakki, K. (2023) 'Analisis Pengelolaan Keuangan Desa Berdasarkan Peraturan Menteri dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2018', *Nusantara Entrepreneurship and Management Review*, 1(1), pp. 1–10. Available at: <https://doi.org/10.55732/nemr.v1i1.1041>.

Ikawati, A.D. (2017) 'Penetapan Harga Jual Dengan Metode Cost Plus Pricing Pada Warung Sederhana 2 Jetis Kulon Surabaya', *Jurnal EMBA*, 5(2), pp. 1–21.

Iriyadi, I. et al. (2024) 'The Analysis of Chasing Returns Strategy in Equity Funds', *Corporate and Business Strategy Review*, 5(1), pp. 66–76. Available at: <https://doi.org/10.22495/cbsrv5i1art7>.

Meiryani, M. et al. (2022) 'The Use of Big Data and Cloud Computing On Accounting', in *Proceedings of the 2022 4th International Conference on E-Business and E-Commerce Engineering*. New York, NY, USA: ACM, pp. 100–106. Available at: <https://doi.org/10.1145/3589860.3589873>.

Novie, M. et al. (2021) 'East Java OPOP: Increasing the Growth of SMEs in Islamic Boarding Schools during the COVID-19 Pandemic', in *6th North American International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*. Monterrey, Mexico: IEOM Society International.

Nugroho, L. and Arafah, W. (2020) *Eksistensi dan Tantangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Umkh) pada Era Globalisasi*.

Nurkarsa, A.H.A. (2020) 'Strategi Pemasaran pada Amik Bumi Nusantara Cirebon', *Jurnal Sosial Teknik*, 21(1), pp. 1–9. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.59261/jequi.v2i1.16>.

Perdana, M.A.C. et al. (2023) 'Analisis Pengaruh Pembiayaan, Skala Usaha, dan Ketersediaan Sumber Daya Manusia terhadap Profitabilitas UMKM', *Sanskara Ekonomi dan Kewirausahaan*, 1(03), pp. 135–148. Available at: <https://doi.org/10.58812/sek.v1i03.120>.

Purnomo, A. et al. (2021) 'Green Accounting Study: Twenty-Seven Years Lesson of Scientometric Mapping', in *11th Annual International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*. Singapore: IEOM Society International.

Rohman, A.A., Nugroho, R.A. and Mufliq, A. (2023) 'Sistem Informasi Manajemen Taman Pendidikan Al-Qur'an Menggunakan Metode Agile', *Nusantara Computer and Design Review*, 1(1), pp. 9–16. Available at: <https://doi.org/10.55732/ncdr.v1i1.1072>.

Septin, A.K., Muzakki, K. and Putrihadiningrum, D.C. (2022) 'Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Recycle Pet Flakes dengan Metode Full Costing (Studi Kasus PT Abadi Sinar Baru Indah)', *GREENOMIKA*, 4(1), pp. 23–30. Available at: <https://doi.org/10.55732/unu.gnk.2022.04.1.3>.

Wibowo, D.H., Arifin, Z. and Sunarti (2023) 'Analisis strategi UMKM (Studi pada Batik Djajeng Solo)', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), pp. 59–66.

Yadiati, W. et al. (2024) 'Evaluation of The Implementation of An Accounting Information System for Sales, Cash Receiving, and Payroll on an Internal Control System', *Corporate Law and Governance Review*, 6(1), pp. 27–37. Available at: <https://doi.org/10.22495/clgrv6i1p3>.