

PEMBERDAYAAN PEBISNIS UMKM DALAM PENENTUAN HARGA POKOK PRODUK, PERENCANAAN LABA DAN PENINGKATAN OMSET PENJUALAN

Muhammad Nuryatno Amin^{*)}, Christina Dwi Astuti, Erie Rlza Nugraha

Universitas Trisakti, Jakarta, Indonesia

ABSTRAK

Fenomena menunjukkan bahwa para pebisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menghadapi kendala dalam penentuan harga pokok produk, perencanaan laba, dan peningkatan omset penjualan. Padahal ketiga hal tersebut merupakan area-area kritis bagi keberhasilan bisnis. Tujuan kegiatan adalah agar para pebisnis UMKM mampu memahami penentuan harga pokok produk, perencanaan laba, dan peningkatan omset penjualan. Kegiatan dilaksanakan dalam bentuk pelatihan via webinar mengingat dalam masa pandemi Covid-19. Materi pelatihan meliputi penentuan harga pokok produk, perencanaan laba, dan peningkatan omset penjualan. Peserta webinar adalah para pebisnis UMKM dari seluruh Indonesia. Efektivitas pelatihan diukur melalui persepsi peserta terhadap tingkat pemahaman mereka atas materi pelatihan. Data dikumpulkan melalui kuesioner. Hasil memperlihatkan bahwa kegiatan ini dinilai oleh para peserta adalah efektif mencapai tujuan. Artinya materi pelatihan dapat dipahami oleh peserta dengan baik. Disarankan agar dilakukan pendampingan terhadap Pebisnis UMKM dalam implementasinya sehingga nantinya lebih siap memasuki era normal baru.

Kata kunci: Penentuan harga pokok produk, Perencanaan laba, Peningkatan omset penjualan, UMKM, Pandemi Covid-19, Era normal baru.

PENDAHULUAN

Dalam masa pandemi Covid-19 yang berlangsung dewasa ini, Pebisnis UMKM merupakan salah satu pihak yang paling terdampak secara signifikan. Permasalahan yang dihadapi membentang pada semua titik mata rantai nilai usaha mereka, mulai dari penurunan penjualan yang sangat drastis, kesulitan dalam akses permodalan, hambatan distribusi produk, hingga kesulitan perolehan bahan baku (Mussry dkk., 2020). Meskipun terdapat sedikit UMKM yang bertumbuh di masa pandemi ini, namun lebih banyak yang telah kolaps/mati dan sedikit yang masih bertahan hidup. Kematian UMKM akan berdampak signifikan terhadap perekonomian nasional mengingat kontribusinya yang signifikan terhadap PDB Nasional,

Penulis korespondensi:

^{*)} nuryatno@trisakti.ac.id

dan tersedianya peluang kerja yang luas bagi masyarakat. Karena berbagai pertimbangan, Pemerintah berkepentingan untuk menyelamatkan UMKM agar terhindar dari kolaps secara massal (Mussry dkk., 2020).

Merujuk kepada luasnya permasalahan yang dihadapi, maka guna menjamin keberlangsungan hidup dalam masa pandemic Covid-19 ini, penting bagi Pebisnis UMKM untuk memberi perhatian ekstra terhadap penentuan harga pokok produk, perencanaan laba, dan peningkatan penjualan. Hal ini kritikal dalam jangka pendek agar UMKM tetap dapat menjalankan usahanya, dan dalam jangka panjang dapat bertumbuh dalam masa normal baru. Berdasarkan pengalaman melakukan pendampingan terhadap para Pebisnis UMKM, hal-hal tersebut masih belum mendapat perhatian yang memadai, karena kurangnya pemahaman dan sempitnya kesempatan yang dimiliki (Amin, Deliza, dan Puspitasari, 2020). Merujuk kepada pemikiran tersebut, Program Sarjana Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti (FEB Usakti) bekerja sama dengan Yayasan Fokus UMKM Surabaya menyelenggarakan pelatihan untuk para Pebisnis UMKM di seluruh Indonesia dengan tema “Pemberdayaan Pebisnis UMKM Nasional dalam Penentuan Harga Pokok Produk, Perencanaan Laba, dan Peningkatan Omset Penjualan” dalam bentuk Webinar yang diberi judul “Omzet Naik, tapi Profit Menurun. Kog Bisa Yaa?”.

Penentuan Harga Pokok produk (HPP) merupakan kumpulan biaya produksi yang terdiri dari bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik yang ditambah persediaan produk dalam proses awal dan dikurang persediaan produk dalam proses akhir. Harga Pokok Produksi terikat pada periode waktu tertentu. HPP akan sama dengan biaya produksi apabila tidak ada persediaan produk dalam proses awal dan akhir (Bustami, 2013). Menurut (Kinney dkk, 2011) harga pokok produksi (*Cost of goods Manufactured*) adalah total produksi biaya barang-barang yang telah selesai dikerjakan dan ditransfer ke dalam persediaan barang jadi selama sebulan periode. Kesimpulan dari dua pengertian tersebut bahwa harga pokok merupakan sekumpulan biaya yang dikeluarkan dan diproses yang terjadi dalam proses manufaktur ataupun memproduksi suatu barang, yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, biaya overhead, biaya umum, dan biaya pemasaran. Perusahaan Manufaktur melakukan penentuan HPP untuk menetapkan harga pokok produk yang wajar, dalam artian wajar untuk manajemen namun tidak merugikan konsumen. HPP ditentukan pada saat proses produksi selesai, dalam pengukuran HPP digunakan 2 metode, yaitu *Full Costing* dan *Variable Costing*. Dalam *Full costing* semua biaya produksi akan diperhitungkan. Antara lain unsur-unsur seperti biaya tetap, biaya langsung, biaya variabel, biaya tidak langsung, investasi, dan biaya lainnya yang dikeluarkan untuk memenuhi proses produksi. Dalam *Variable costing* biaya yang diperhitungkan hanyalah biaya yang berubah sesuai dengan perubahan jumlah banyaknya output yang diproduksi. Antara lain unsur-unsur yang diperhitungkan seperti biaya bahan dasar, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead. Rangkuman mengenai hal diperlihatkan pada Tabel 1.

Perencanaan Laba menurut (Horngren, 2018) merupakan metode mendetail yang telah dirumuskan sebelumnya untuk melakukan atau membuat sesuatu. Rencana itu sering dibuat dalam bentuk cerita dan membuat tujuan atau sasaran dan alat untuk mencapai tujuan tersebut; atau suatu rencana itu dapat dibuat dalam bentuk anggaran, bagan, atau karangan kerja dalam istilah keuangan atau grafik dalam suatu unit. Sedangkan menurut (Carter dkk, 2012) perencanaan laba adalah rencana kerja yang telah diperhitungkan dengan cermat dimana implikasi keuangannya dinyatakan dalam bentuk proyeksi perhitungan rugi laba, neraca, kas dan modal kerja untuk jangka panjang dan jangka pendek. Perusahaan Manufaktur merencanakan laba agar mendapatkan laba yang realistis dan sesuai dengan keinginan manajemen, namun tidak memberatkan konsumen dari sisi harga produk/jasa. Hasil dari perencanaan laba dapat dilihat pada saat akhir tahun atau pada saat akhir periode. Penetapan berbagai anggaran yang jika digabung, maka akan membentuk rencana bisnis yang terintegrasi sehingga laba yang diharapkan dapat tercapai. Salah satu caranya dapat menggunakan penerapan *Break Even Analysis* (BEP) dimana perusahaan setidaknya tidak memperoleh kerugian sama sekali atau memperoleh laba nol. Dalam hal ini perusahaan akan berfokus pada unsur jumlah volume penjualan yang harus dicapai minimal dan jumlah biaya yang dikeluarkan untuk produksi agar dapat mencapai BEP. Dalam merencanakan laba konsep pengukurannya adalah *Break Even Point*, yaitu dengan menggunakan metode persamaan (*equation method*) dan metode *contribution margin method* (Garrison dkk, 2016). Rangkuman mengenai hal diperlihatkan pada Tabel 1.

Peningkatan omzet penjualan menurut (Chaniago, 2018) adalah keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang/jasa dalam kurun waktu tertentu. Sedangkan menurut (Swastha, 2013) memberikan pengertian omzet penjualan merupakan akumulasi dari kegiatan penjualan suatu produk barang-barang dan jasa yang dihitung secara keseluruhan selama kurun waktu tertentu secara terus menerus atau dalam satu proses akuntansi. Dari kedua penjelasan tersebut dapat peneliti simpulkan bahwa omzet penjualan merupakan keseluruhan jumlah barang/jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan uang yang diperoleh. UMKM meningkatkan omzet penjualan agar manajemen tidak mengalami kerugian dan konsumen puas dengan produk/jasa yang mereka beli. Hasil dari omzet penjualan dapat dilihat pada saat periode pelaporan. Dalam melihat omzet penjualan, dapat diukur dengan “Harga Jual x Jumlah Produk terjual”. Rangkuman mengenai hal ini diperlihatkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Definisi Konsep

<i>Variable</i>	<i>Dimensi</i>	<i>Indikator</i>
Harga pokok produk	1. Biaya produksi 2. Biaya nonproduksi	1.1. Biaya bahan mentah langsung 1.2. Biaya tenaga kerja langsung 1.3. Biaya overhead 2.1. Biaya umum 2.2. Biaya pemasaran

Variable	Dimensi	Indikator
Perencanaan laba	1. Penjualan 2. Biaya variable 3. Biaya tetap 4. Batas kontribusi 5. Laba 6. Market share	1. Kuantitas kali harga per unit 2. Biaya yang berubah-ubah 3. Biaya tidak berubah-ubah 4. Penjualan dikurangi biaya variabel 5. Total penjualan dikurang total biaya 6. Proporsi pasar
Omzet penjualan	1. Partner kunci 2. Aktivitas 3. Sumberdaya 4. Penciptaan nilai 5. Hubungan pelanggan 6. Jaringan 7. Segmen pelanggan 8. Struktural biaya 9. Metode penghasilan	1. Memiliki Partner bisnis 2. Cara berjualan 3. Memiliki sumberdaya yang unggul 4. Memiliki nilai jual 5. Hubungan baik dengan pelanggan 6. Memiliki jaringan konsumen yang luas 7. Pelanggan dari berbagai kalangan 8. Biaya yang mempengaruhi penjualan 9. Mempunyai banyak produk

Tujuan pelatihan ini adalah agar Pengusaha UMKM Indonesia mampu memahami perhitungan harga pokok produk, perencanaan laba, dan meningkatkan omzet penjualan. Pelatihan ini bermanfaat bagi Pebisnis UMKM Indonesia untuk dalam jangka pendek bertahan hidup dalam masa pandemic Covid-19 ini, dan dalam jangka panjang dapat mengembangkan usahanya pada masa normal baru nantinya. Bagi pemerintah, eksisnya UMKM berdampak pada pengamanan salah sector penopang perekonomian nasional yang signifikan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini dilaksanakan dalam beberapa tahapan. Tahap pertama adalah survei yang dilakukan oleh Tim PKM pada 9 Juli 2020. Di sini Tim PKM melakukan survei literature dan survei lapangan. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh pebisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Survei dilakukan dengan cara mengkaji beberapa Laporan PKM terdahulu (survei literature), dan melakukan diskusi dengan dan meminta pendapat Kordinator UMKM Naik Kelas (survei lapangan). Dari survei yang dilakukan, terkuak permasalahan mendesak yang dihadapi Pebisnis UMKM adalah penentuan harga pokok produk, perencanaan laba, dan peningkatan omzet penjualan.

Tahap selanjutnya adalah menentukan kegiatan (11 Juli 2020). Sesuai dengan permasalahan yang teridentifikasi, maka kegiatan yang dipilih adalah pelatihan. Dalam pelatihan ini diterapkan metode ceramah, diskusi, dan tanya jawab. Terdapat 3 materi yang disampaikan, yaitu: Penentuan harga pokok produk, Perencanaan laba, dan Peningkatan omzet penjualan.

Setelah kegiatan ditentukan, maka diselenggarakan rapat kordinasi dengan pemberi materi pada 2 Agustus 2020. Dalam rapat ini disepakati materi dan penanggung jawabnya adalah sebagai berikut: (1) Penentuan harga pokok produk akan disusun dan disajikan oleh Christina Di Astuti; (2) Perencanaan laba akan disusun dan disajikan oleh Muhammad Nuryatno; dan (3) Peningkatan omzet penjualan akan disusun dan disajikan oleh Erie Riza Nugraha.

Tahap selanjutnya adalah penyusunan modul (3 – 5 Agustus 2020). Merujuk kepada hasil rapat koordinasi sebelumnya, modul masing-masing materi disusun oleh penanggung jawab materi bersangkutan. Dalam hal ini terdapat 3 modul yang disusun oleh 3 pemberi materi. Masing-masing adalah: (1) Penentuan harga pokok produk oleh Christina Dwi Astuti; (2) Perencanaan laba oleh Muhammad Nuryatno; dan (3) Penigkatan omzet penjualan oleh Erie Riza Nugraha.

Rapat pelaksanaan pelatihan diselenggarakan pada 6 Agustus 2020. Rapat diikuti oleh Tim PKM lengkap, yang terdiri dari 3 orang tenaga pendidik, 3 orang mahasiswa, dan 1 orang tenaga kependidikan. Rapat diselenggarakan secara daring. Hasil rapat menyepakati hal-hal berikut: Rundown acara pelatihan via webinar, Pembawa acara, Pemberi materi pelatihan, Petugas TI, Tenaga pendukung untuk distribusi materi dan kuesioner. Lihat Gambar 1.

Pelaksanaan pelatihan diselenggarakan pada 8 Agustus 2020. Pelatihan dilakukan dengan metode ceramah, dimana pemberi materi menyampaikan materi yang telah ditentukan. Materi dan pemberi materi adalah sebagai berikut: (1) Penentuan harga pokok produk oleh Christina Dwi Astuti; (2) Perencanaan laba oleh Muhammad Nuryatno; (3) Penigkatan omzet penjualan oleh Erie Riza Nugraha. Setelah ceramah selesai, dilaksanakan Diskusi dan Tanya jawab. Pada awal pelaksanaan pelatihan, kepada para peserta dibagikan daftar hadir dan kuesioner yang harus diisi secara daring. Lihat Gambar 5.

Evaluasi dilaksanakan pada 8 Agustus 2020. Pada tahap ini respon kuesioner terkait tingkat pemahaman peserta terhadap materi pelatihan diolah dan dianalisis, dan kemudian disajikan dalam Laporan PKM.

Tahapan kegiatan ini diakhiri dengan pembuatan Laporan PKM pada 10 Agustus 2020. Penyusunan laporan dilakukan dengan mengikui sepenuhnya Template Laporan PKM yang disediakan oleh Universitas Trisakti, dimana terdapat kewajiban untuk menghasilkan luaran, antara lain dalam bentuk seminar dan publikasi.

SEMINAR ONLINE NASIONAL :

OMZET MENINGKAT ↑
TAPI PROFIT MENURUN ↓
KOQ BISA YA...?

NARASUMBER:

		
Dr. Muhammad Nuryatno, MM, CA, Ak Cara Menghitung dan Menganalisis Titik Impas (BEP)	Christina Dwi Astuti, SE, MM, CA, Ak Cara Menentukan Harga Pokok Penjualan	Drs. Erie Riza Nugraha, Ak, MM Rumus Rahasia Meningkatkan Omzet Penjualan

Save the date:
SABTU, 8 AGUSTUS 2020
16.00 sd 18.00 WIB
Via: 

Benefit:
Ilmu yang bermanfaat -
Materi -
E-Sertifikat -

Link Pendaftaran
https://bit.ly/OmzetNaik_ProfitTurun

Gambar 1. Poster Webinar

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penentuan Harga Pokok Produk

Dalam topik ini disampaikan materi-materi sebagai berikut: (a) Biaya produksi yang meliputi biaya bahan mentah, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik; (b) Biaya non produksi yang mencakup biaya penjualan, dan biaya administrasi; (c) Biaya variabel, biaya tetap, dan biaya total; dan (d) Penentuan harga pokok produk: variabel dan penuh. Materi pelatihan disampaikan secara webinar oleh Christina Di Astuti, dan dengan metode Ceramah, Diskusi, dan Tanya jawab. Lihat Gambar 2. Kepada peserta diminta mengisi kuesioner yang disediakan Tim PKM. Dalam kuesioner tersebut, peserta diminta tanggapannya terkait tingkat pemahaman mereka terhadap materi pelatihan yang disampaikan oleh pembawa materi.

Hasil memperlihatkan bahwa materi ini dapat dipahami oleh peserta dengan Sangat Baik (50.8%), Baik (45%), dan sisa 4.2% adalah Lainnya. Hasil ini diperlihatkan dalam Grafik 1. Dari Grafik 1 dapat disimpulkan bahwa hampir semua peserta (95.8%) dapat memahami materi ini dengan baik. Hal ini berarti hampir semua peserta dapat memahami dengan baik materi-materi pelatihan berikut ini: (a) Biaya produksi yang meliputi biaya bahan mentah, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik; (b) Biaya non produksi yang mencakup biaya penjualan, dan biaya administrasi; (c) Biaya variabel, biaya tetap, dan biaya total; dan (d) Penentuan harga pokok produk: variabel dan penuh.

**UMKM Mandiri Berkah
(Unit Produksi = Unit Jual)**

- 5.000 units diproduksi dan dijual
- Harga jual: Rp20.000 per unit
- Variable Manufacturing:
 - Direct Materials: Rp6.000 per unit
 - Direct Labor: Rp 2.250 per unit
 - Variable Overhead: Rp750 per unit
- Fixed Overhead: Rp12.000.000 per year
- 5.000 unit kapasitas normal:
- Selling Expense: Rp400 per unit variable plus Rp1.000.000 fixed.
- Administrative: Rp5.000.000 per year (fixed)

20

SEMINAR PKM ONLINE NASIONAL

Christina Di Astuti

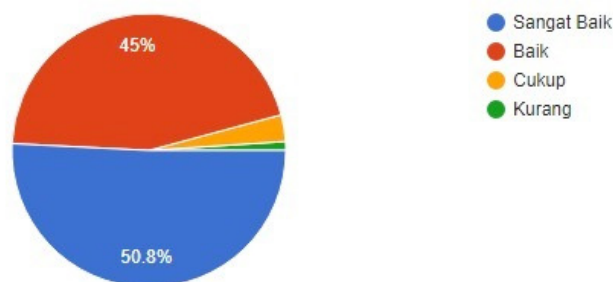
LIVE STREAMING

Mengadakan Seminar Online dengan tema "Omzet Meningkat, tapi Profit"

Gambar 2. Pemaparan Penentuan Harga Pokok Produk

Penilaian Anda tentang paparan  **Christina Dwi Astuti, SE, MM, CA, Ak**

191 responses

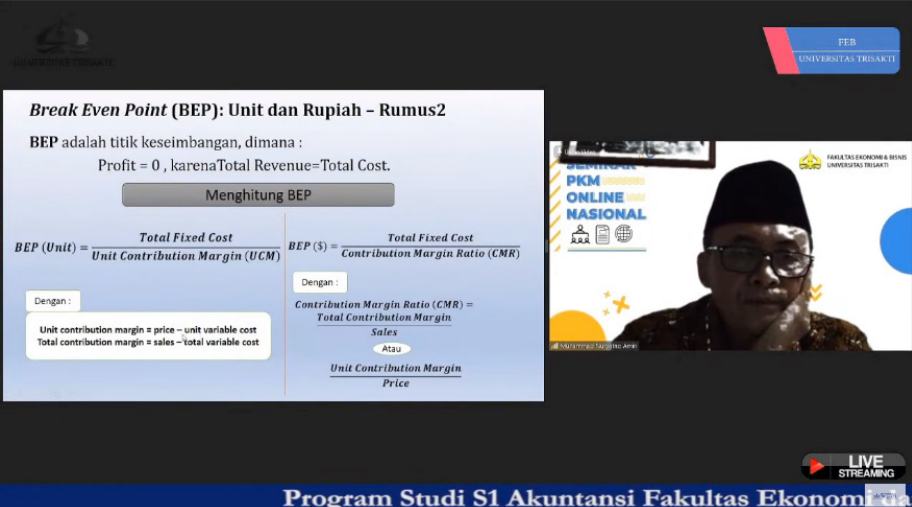


Grafik 1. Pemahaman Peserta atas Ceramah Penentuan Harga Pokok Produk

Perencanaan Laba

Topik ini meliputi materi-materi sebagai berikut: (a) Biaya variabel, Biaya tetap, Total biaya; (b) Total penjualan, Laba; (c) Titik impas, Batas kontribusi; (d) Harga jual, Bauran/proporsi penjualan. Materi pelatihan disampaikan secara webinar oleh Muhammad Nuryatno, dan disampaikan melalui: Ceramah, Diskusi, dan Tanya jawab. Lihat Gambar 3. Kepada peserta diminta mengisi kuesioner yang disediakan Tim PKM. Dalam kuesioner tersebut, peserta diminta tanggapannya terkait tingkat pemahaman mereka terhadap materi pelatihan yang disampaikan oleh pembawa materi.

Hasil memperlihatkan bahwa materi ini dapat dipahami oleh peserta dengan Sangat Baik (54.5%), Baik (43.5%), dan sisa 2% adalah Lainnya. Hasil ini diperlihatkan dalam Grafik 2. Berdasarkan Grafik 2 dapat disimpulkan bahwa hampir semua peserta (98%) dapat memahami materi ini dengan baik. Hal ini berarti hampir semua peserta dapat memahami dengan baik materi-materi pelatihan berikut ini: (a) Biaya variabel, Biaya tetap, Total biaya; (b) Total penjualan, Laba; (c) Titik impas, Batas kontribusi; dan (d) Harga jual, Bauran/proporsi penjualan.



Break Even Point (BEP): Unit dan Rupiah - Rumus2

BEP adalah titik keseimbangan, dimana :
Profit = 0, karena Total Revenue = Total Cost.

Menghitung BEP

$$BEP (Unit) = \frac{\text{Total Fixed Cost}}{\text{Unit Contribution Margin (UCM)}}$$

$$BEP (\$) = \frac{\text{Total Fixed Cost}}{\text{Contribution Margin Ratio (CMR)}}$$

Dengan :

Unit contribution margin = price - unit variable cost
Total contribution margin = sales - total variable cost

Dengan :

$$\text{Contribution Margin Ratio (CMR)} = \frac{\text{Total Contribution Margin}}{\text{Sales}}$$

Atau

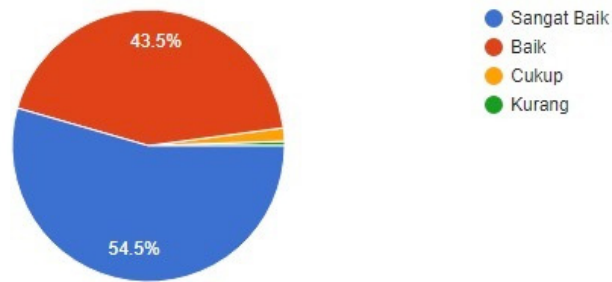
$$\text{Unit Contribution Margin Price}$$

Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi

Gambar 3. Pemaparan Perencanaan Laba

Penilaian Anda tentang paparan  **Dr. Muhammad Nuryatno, MM, CA, Ak.**

191 responses



Grafik 2. Pemahaman Peserta atas Ceramah Perencanaan Laba

Peningkatan Omzet Penjualan

Materi-materi dalam topik ini terdiri dari: (a) Partner kunci; (b) Aktivitas; (c) Sumberdaya; (d) Penciptaan nilai; (e) Hubungan pelanggan; (f) Jaringan; (g) Segmen pelanggan; (h) Struktur biaya; (i) Model penghasilan. Materi pelatihan disampaikan secara daring oleh Erie Riza Nugraha, dan dalam bentuk: Ceramah, Diskusi, dan Tanya jawab. Lihat Gambar 4. Kepada peserta diminta mengisi kuesioner yang disediakan Tim PKM. Dalam kuesioner tersebut, peserta diminta tanggapannya terkait tingkat pemahaman mereka terhadap materi pelatihan yang disampaikan oleh pembawa materi.

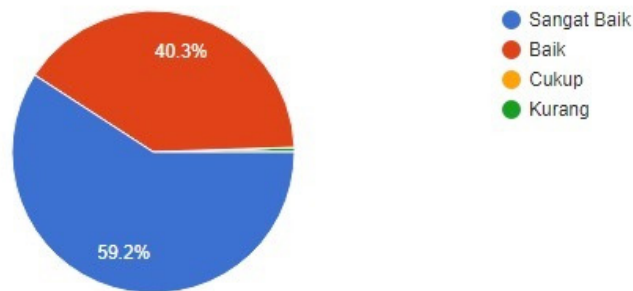
Hasil memperlihatkan bahwa materi ini dapat dipahami oleh peserta dengan Sangat Baik (59.2%), Baik (40.3%), dan sisa 0.5% adalah Lainnya. Hasil ini diperlihatkan dalam Grafik 3. Kesimpulannya adalah hampir semua peserta (99.5%) dapat memahami materi ini dengan baik. Hal ini berarti hampir semua peserta dapat memahami dengan baik materi-materi pelatihan berikut ini: (a) Partner kunci; (b) Aktivitas; (c) Sumberdaya; (d) Penciptaan nilai; (e) Hubungan pelanggan; (f) Jaringan; (g) Segmen pelanggan; (h) Struktur biaya; dan (i) Model penghasilan.



Gambar 4. Pemaparan Peningkatan Omzet Penjualan

Penilaian Anda tentang paparan  **Drs. Erie Riza Nugraha, Ak., MM**

191 responses



Grafik 3. Pemahaman Peserta atas Ceramah Peningkatan Omzet Penjualan

Rekaman pelaksanaan kegiatan Webinar PKM bisa diakses : <https://youtu.be/lwE5Ob577NY>



Gambar 5. Rekaman YouTube Kegiatan Webinar PKM



Gambar 6. Sertifikat Para Pembicara Kegiatan Webinar PKM

KESIMPULAN

Berdasarkan respon kuesioner yang diterima, berikut disimpulkan bahwa tingkat pemahaman para peserta terhadap materi-materi pelatihan berikut ini adalah baik.

1. Penentuan harga pokok produk, dengan pokok bahasan sebagai berikut: (a) Biaya produksi yang meliputi biaya bahan mentah langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik; (b) Biaya non produksi yang mencakup biaya penjualan, dan biaya administrasi; (c) Biaya variabel, biaya tetap, dan biaya total; dan (d) Penentuan harga pokok produk: variabel dan penuh.
2. Perencanaan laba, dengan pokok bahasan: (a) Biaya variabel, Biaya tetap, Total biaya; (b) Total penjualan, Laba; (c) Titik impas, Batas kontribusi; dan (d) Harga jual, Bauran/ proporsi penjualan.
3. Peningkatan omzet penjualan, yang meliputi pokok bahasan: (a) Partner kunci; (b) Aktivitas; (c) Sumberdaya; (d) Penciptaan nilai; (e) Hubungan pelanggan; (f) Jaringan; (g) Segmen pelanggan; (h) Struktur biaya; dan (i) Model penghasiian.

Disarankan agar dilakukan kegiatan pendampingan terhadap Pebisnis UMKM dalam pengimplementasian materi pelatihan ini (yakni: Penentuan harga pokok produk, Perencanaan laba, dan Peningkatan omzet penjualan) sehingga mereka lebih siap dalam memasuki era normal baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, Muhammad Nuryatno, Henny, Deliza, dan Puspitasari, Windhy (2020). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Bagi Komunitas UMKM Jakarta Selatan. Laporan Pelaksanaan PKM FEB Universitas Trisakti Jakarta.
- Hansen dan Mowen. (2017). *Akuntansi Manajemen*, Edisi Ketujuh Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Mussry, Jacky, Ridwansyah, Ardhi, Meiza, Rifeldo, dan Laksmana, Dede Udayana. *Coronavirus vs UMKM*. Makalah Webinar 3 April 2020
- Bustami, B. dan N. (2013). *Akuntansi Biaya* (keempat). Jakarta: Mitra Wacana Media
- Kinney, Michael R dan Raiborn, Cecily A. (2011). *Akuntansi Biaya dan dan Perkembangan*. Buku 1. Edisi 7. Jakarta: Salemba Empat
- Horngren. (2018). *Akuntansi Biaya: Dengan Penekanan Manajerial*. Jilid 1. PT INDEKS JAKARTA
- Carter, William K. and Milton F. usry, (2012), *Cost Accounting*, Buku 1, Edisi 13, Alih Bahasa: Krista, Salemba Empat, Jakarta
- Garrison, Noreen., Peter C. (2016). *Akuntansi Manajerial*. Edisi ke 11. Salemba Empat. Jakarta
- Chainago, A. Arifinal. (2018). *Ekonomi 2*. Bandung: Angkasa
- Swastha, Basu. (2013). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.