

## Optimalisasi Potensi UMKM Bandeng "ICHAKU" melalui Pendampingan Keuangan, Diversifikasi Produk, dan Branding untuk SDG's 8

Diterima : 30 April 2025

Direview : 02 Juni 2025

Disetujui : 01 Agustus 2025

Wiwit Hariyanto<sup>1</sup>, Lukman Hudi<sup>2</sup>, \*Sigit Hermawan<sup>3</sup>, Sintha Wahyu Arista<sup>4</sup>

Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Jl. Mojopahit No.666 B, Sidowayah, Celep, Kec. Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61215<sup>1,3</sup>

Program Studi Teknik Pangan, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Jl. Mojopahit No.666 B, Sidowayah, Celep, Kec. Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61215<sup>2</sup>

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Jl. Mojopahit No.666 B, Sidowayah, Celep, Kec. Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61215<sup>4</sup>

Email: [sigithermawan@umsida.ac.id](mailto:sigithermawan@umsida.ac.id)

### ABSTRAK

UMKM yang produktif dapat memiliki potensi yang besar untuk maju, terutama jika dikelola dengan baik. **Tujuan:** Dalam program Pengabdian kepada Masyarakat (Abdimas) ini untuk memberdayakan UMKM Bandeng "ICHAKU" dalam meningkatkan manajemen keuangan, diversifikasi produk, dan branding pada packaging. Sesuai dengan pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Sustainability Development Goals/SDGs) No. 8 atau "Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi", yang bertujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, inklusif, dan berkelanjutan, serta menciptakan pekerjaan layak dan produktif untuk semua. Permasalahan utama yang dihadapi UMKM ini adalah kurangnya pemahaman dalam menghitung HPP dan pencatatan keuangan, keterbatasan dalam memperluas lini produknya dengan menambahkan varian baru, serta belum adanya box packaging yang berdampak pada daya saing usaha. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, program ini dilakukan melalui metode observasi, pelatihan dan pendampingan, serta pemberian box packaging. **Metode** pelaksanaan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi oleh Tim Abdimas. **Hasil** dari program ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dalam perhitungan HPP dan pencatatan keuangan yang lebih terstruktur, adanya pemahaman dalam diversifikasi produk, serta tersedianya box packaging yang lebih menarik dan fungsional yang dapat meningkatkan daya saing. **Dampak** dari program Abdimas ini terlihat dari meningkatnya kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM Bandeng "ICHAKU", terbukanya peluang pasar yang lebih luas, serta meningkatnya motivasi pelaku usaha dalam mengelola bisnis secara lebih profesional. Selain itu, UMKM Bandeng "ICHAKU" juga mulai menunjukkan kesiapan untuk bersaing di pasar lokal maupun digital. Secara keseluruhan, kegiatan ini berkontribusi nyata dalam penguatan kapasitas ekonomi lokal yang sejalan dengan upaya pencapaian SDG's No. 8.

**Kata kunci :** Harga Pokok Penjualan; Laporan Keuangan; Diversifikasi Produk; Branding; Sustainable Development Goals

### ABSTRACT

*Productive MSMEs can have great potential to advance, especially if they are well managed. Objective: In this Community Service (Abdimas) program, to empower the "ICHAKU" Milkfish MSME in improving financial management, product diversification, and branding on packaging. In accordance with the achievement of Sustainable Development Goals (SDGs) No. 8 or "Decent Work and Economic Growth", which aims to encourage sustainable, inclusive, and sustainable economic growth, and create decent and productive work for all. The main problems faced by this MSME are the lack of understanding in calculating HPP and financial records, limitations in expanding its product line by adding new variants, and the absence of packaging boxes which have an impact on business competitiveness. To overcome these problems, this program is carried out through observation methods, training and mentoring, and providing packaging boxes. The implementation method in this community service is planning, implementation, and evaluation by the Abdimas Team. The results of this program show an*

*increase in understanding in calculating HPP and more structured financial records, an understanding of product diversification, and the presence of box packaging that can increase competitiveness. The impact of this Abdimas program can be seen from the increasing consumer trust in the "ICHAKU" Milkfish MSME products, the opening of wider market opportunities, and the increasing motivation of business actors to manage their businesses more professionally. In addition, the "ICHAKU" Milkfish MSME has also begun to show readiness to compete in local and digital markets. Overall, this activity has made a real contribution to strengthening local economic capacity in line with efforts to achieve SDG's No. 8.*

**Keywords:** *Cost of Goods Sold; Financial Report; Product Diversification; Branding; Sustainable Development Goals*

## PENDAHULUAN

Abdimas ini dilakukan di UMKM Bandeng "ICHAKU" yang berlokasi di Pondok Dadapan Permai Blok F No 10 Segoro Tambak Sedati, Kabupaten Sidoarjo. Bandeng Presto "ICHAKU" adalah oleh-oleh khas Sidoarjo yang sangat digemari. Banyak pelaku usaha mengolahnya dengan bumbu yang beragam, menghasilkan produk yang menarik bagi wisatawan. Bandeng presto juga praktis untuk dibawa pulang, seringkali dikemas dalam kemasan menarik (Nurdyansyah et al., 2020; Purnamayati et al., 2018). Selain rasanya yang enak, bandeng presto Sidoarjo juga menjadi simbol kuliner daerah, memperkaya pilihan oleh-oleh bagi pengunjung. Bandeng Sidoarjo dikenal memiliki rasa yang khas dan tekstur yang lembut (Wahyuni et al., 2023) Peminat produk bandeng presto khas Sidoarjo umumnya sangat beragam. Wisatawan yang berkunjung ke Sidoarjo, baik dari dalam maupun luar daerah, seringkali mencari oleh-oleh ini sebagai cenderamata (Agustin, 2021). Selain itu, pecinta kuliner dan penggemar makanan laut juga menjadi target pasar utama. Banyak orang yang mencari bandeng presto maupun asap untuk dinikmati sendiri atau diberikan sebagai hadiah. Dengan kualitas rasa yang tinggi dan kemasan yang menarik, bandeng presto berhasil menarik perhatian berbagai kalangan. Proses produksi memberikan cita rasa yang unik. Selain itu, bahan baku yang relatif mudah didapat dan biaya produksi yang rendah dapat meningkatkan margin keuntungan.

Namun dalam hal ini, terdapat tiga permasalahan pada UMKM Bandeng "ICHAKU" yaitu pertama kurangnya pengetahuan terhadap perhitungan HPP dan penyusunan laporan keuangan, kedua adalah belum mampu melakukan diversifikasi produk, dan ketiga adalah tidak adanya *box packaging*.

Selama ini, UMKM Bandeng "ICHAKU" hanya memperhitungkan biaya produksi dan laba yang diperoleh tanpa membuat laporan keuangan untuk memperhitungkan Harga Pokok Penjualan. HPP membantu pemilik usaha mengetahui total biaya yang dikeluarkan untuk

memproduksi barang, sehingga dapat mengontrol pengeluaran (Hidayat, 2022). Dengan mengetahui HPP, UMKM dapat menetapkan harga jual yang sesuai, memastikan keuntungan yang diinginkan (Luh Gede Bevi Libraeni et al., 2022; Saputra et al., 2017; Supardi et al., 2023). Selain itu, HPP memungkinkan pemilik usaha untuk menganalisis profitabilitas produk, membantu mengambil keputusan bisnis yang lebih baik (Hutagaol et al., 2022). HPP juga berfungsi sebagai alat evaluasi untuk menilai kinerja usaha dan efektivitas strategi yang diterapkan (Biduri et al., 2021). Dengan memperhitungkan HPP yang baik, UMKM Bandeng "ICHAKU" dapat lebih siap untuk berkembang dan beradaptasi dengan perubahan pasar.

Selain perhitungan HPP dan laporan keuangan, keterbatasan proses diversifikasi produk UMKM Bandeng "ICHAKU" juga menghambat pertumbuhan usaha. Saat ini, produk yang ditawarkan UMKM Bandeng "ICHAKU" diantaranya adalah bandeng presto, bandeng asap, dan otak-otak. UMKM Bandeng "ICHAKU" memiliki rencana untuk melakukan diversifikasi produk. Dengan melakukan diversifikasi produk, UMKM Bandeng "ICHAKU" dapat mengurangi ketergantungan pada satu jenis produk, sehingga lebih terlindungi dari fluktuasi pasar dan dapat menjangkau segmen pasar yang lebih luas dan menarik pelanggan baru (Martina et al., 2021). Diversifikasi membuka peluang untuk menciptakan sumber pendapatan baru dan meningkatkan total penjualan (Kartikaningsih et al., 2021; Martina et al., 2021; Syafi'i et al., 2023). Produk yang beragam dapat menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan, meningkatkan loyalitas terhadap merek. UMKM Bandeng "ICHAKU" ingin mengembangkan produknya seperti somay udang, dimsum udang, dan scallop ikan. Dengan melakukan strategi diversifikasi produk, UMKM Bandeng "ICHAKU" dapat menciptakan pertumbuhan yang berkelanjutan dan memperkuat posisinya di pasar.

UMKM Bandeng "ICHAKU" sebagai binaan Lazismu Sidoarjo merupakan salah satu unit usaha lokal yang memiliki potensi untuk berkembang lebih besar. Akan tetapi, UMKM ini masih menghadapi keterbatasan dalam hal strategi branding dan belum memiliki packaging yang representatif untuk menunjang pemasaran produknya. Permasalahan ini menyebabkan daya saing produk di pasar masih relatif rendah, terutama dalam menarik konsumen baru di tengah persaingan produk sejenis.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, program ini dilakukan melalui metode observasi, pelatihan dan pendampingan, serta pengadaan *box packaging*.

## METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut: Tahap pertama yaitu tahapan persiapan. Pada tahapan ini dibagi menjadi 3 diantaranya adalah *Need Assessment* adalah kegiatan untuk identifikasi masalah yang dihadapi oleh UMKM Bandeng “ICHAKU” Kegiatannya adalah survey awal dan berdiskusi dengan pemilik UMKM Bandeng “ICHAKU”. Selanjutnya Perencanaan Program yaitu digunakan untuk mematangkan program yang sudah dipilih dengan mengidentifikasi tujuan kegiatan, sasaran program, waktu yang dibutuhkan dan target. Selanjutnya Pemilihan Metode dan Pendekatan yaitu metode yang digunakan agar lebih tepat dalam menyelesaikan permasalahan UMKM Bandeng “ICHAKU”. Pendekatan yang digunakan adalah pembuatan laporan keuangan dasar untuk mempermudah dalam menghitung HPP, diversifikasi produk, dan *branding packaging*.

Tahap kedua yaitu tahapan pelaksanaan. Pada tahapan ini dibagi lagi menjadi tiga diantaranya adalah pelatihan dan pendampingan perhitungan HPP dan Pembuatan Laporan Keuangan dengan mengumpulkan semua data yang relevan, termasuk catatan penjualan, pembelian bahan baku, dan biaya operasional. Hitung HPP berdasarkan biaya yang telah dikumpulkan. Ini mencakup: Biaya Bahan Baku: Total biaya untuk semua bahan yang digunakan; Biaya Tenaga Kerja: Gaji dan upah yang dikeluarkan untuk produksi; Biaya *Overhead*: Biaya tambahan seperti sewa, listrik, dan utilitas yang terkait dengan produksi.

Rumus HPP:

HPP = Persediaan Item - Persediaan Akhir atau

HPP = (Persediaan Awal + Pembelian Bersih) – Persediaan Akhir.

Tahap berikutnya adalah diversifikasi produk dengan melakukan pelatihan dan pendampingan terkait produk olahan ikan siap saji yang dapat dijadikan produk lini UMKM Bandeng “ICHAKU”. Tahap terakhir adalah branding dengan mem

Tahap ketiga yaitu tahapan evaluasi. Pada tahap ini, Tim Abdimas mengevaluasi guna untuk melihat efektivitas laporan keuangan UMKM Bandeng “ICHAKU” agar apabila ada kekurangan dapat diperbaiki sebelum program abdimas selesai. Selain itu, untuk melihat efektivitas produksi dalam melakukan diversifikasi produk dan hasil produksi Bandeng “ICHA” dengan menggunakan box packaging.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan seperti pada Table 1. berikut ini:

**Tabel 1.** Aktivitas Pelaksanaan Kegiatan

No	Aktivitas Pelaksanaan Kegiatan	Tanggal	Tempat
1.	Persiapan Pelatihan Akuntansi Dan Laporan Keuangan	3 Februari – 7 Februari 2025	Ruang DRPM UMSIDA
2.	Observasi, Sosialisasi, Pelatihan Dan Pendampingan HPP dan Laporan Keuangan Sederhana	10 Februari 2025	Rumah Bu Nurul
3.	Pelatihan Dan Pendampingan Diversifikasi Produk Dan Branding	24 Februari 2025	Rumah Bu Nurul
4.	Pengadaan Box Packaging	3 Maret – 21 April 2025	Ruang DRPM UMSIDA
5.	Serah Terima 1000 Pcs Box Packaging	24 April 2025	Rumah Bu Nurul
6.	Evaluasi Ketercapaian Kegiatan	28 April – 5 Mei 2025	Ruang DRPM UMSIDA
7.	Penyusunan Luaran Abdimas	6 Mei – 6 Juni 2025	Ruang DRPM UMSIDA

Sumber : Data Diolah

Menanggapi permasalahan yang dihadapi oleh mitra, tim abdimas telah memberikan solusi dan pelaksanaan pada Tabel 2. berikut ini:

**Tabel 2.** Permasalahan Mitra, Solusi, dan Kegiatan

Permasalahan Mitra	Solusi	Kegiatan
UMKM Belum Mampu Menghitung HPP	Observasi, Sosialisasi, Pelatihan Dan Pendampingan	Tim Abdimas melakukan kunjungan pertama untuk observasi permasalahan UMKM Bandeng “ICHAKU” (10 Februari 2025). Dalam kunjungan tersebut, tim Abdimas melakukan observasi terhadap peralatan yang dibutuhkan, serta memberikan sosialisasi dan pelatihan mengenai HPP.
UMKM Belum Mampu Membuat Diversifikasi Produk	Sosialisasi, Pelatihan Dan Pendampingan	Tim Abdimas melakukan kunjungan kedua guna memberikan pelatihan dan pendampingan terkait diversifikasi produk (24 April 2025).
UMKM Belum Mampu Membuat Branding Packaging	Pengadaan 1000 Pcs Box Packaging	Tim Abdimas memberikan 1000 pcs box packaging kepada UMKM Bandeng “ICHAKU” (24 April 2025).

Sumber : Data Diolah

## HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat diawali dengan observasi sekaligus pemberian pelatihan khusus terkait pengelolaan keuangan yang lebih efektif bagi pelaku usaha kecil yang dilaksanakan pada Senin, 10 Februari 2025 pukul 09.00 hingga 11.30 WIB (Gambar 1). Dalam sesi pelatihan, Wiwit Hariyanto, SE., M.Si bersama dengan Dr. Sigit Hermawan, SE., M.Si., CIQaR., CRP menyampaikan pentingnya pencatatan laporan keuangan yang tepat dan perhitungan HPP guna untuk meningkatkan daya asing produk UMKM Bandeng “ICHAKU”.



**Gambar 1.** Kegiatan Observasi, Sosialisasi, Pelatihan Dan Pendampingan HPP dan Laporan Keuangan Sederhana

Dalam observasi tersebut, ditemukan tiga permasalahan utama yang menjadi fokus perhatian, yaitu kurangnya pengetahuan mengenai laporan keuangan serta perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP), kurangnya kemampuan dalam proses diversifikasi produk, serta branding packaging.

Kurangnya pengetahuan mengenai laporan keuangan dan perhitungan HPP menjadi masalah yang signifikan. Nurul selaku pemilik UMKM Bandeng “ICHAKU” mengaku bahwa selama ini ia hanya memperhitungkan biaya produksi dan laba yang diperoleh tanpa membuat laporan keuangan yang sistematis. Hal ini mengakibatkan kesulitan dalam menentukan harga jual yang sesuai dan mengontrol pengeluaran. Tanpa pemahaman yang baik tentang HPP, Nurul tidak dapat mengetahui total biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang, sehingga sulit untuk menetapkan harga jual yang kompetitif. Selain itu, kurangnya kemampuan dan pemahaman terkait diversifikasi produk menjadi penghambat UMKM Bandeng “ICHAKU” dalam memperluas variasi hasil produksi dan meningkatkan daya saing. Hal ini menyebabkan produk yang ditawarkan cenderung monoton, sehingga sulit menarik minat konsumen baru dan mempertahankan pelanggan lama, terutama di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Tidak hanya diversifikasi produk, branding packaging juga menjadi faktor

penting dalam menarik perhatian konsumen dan membangun citra merek yang kuat di pasar. Dalam hal ini, UMKM Bandeng “ICHAKU” belum memiliki box packaging untuk meningkatkan nilai jual produknya, memperkuat branding, serta memberikan perlindungan yang lebih baik terhadap kualitas produk selama proses distribusi.

Setelah mengidentifikasi permasalahan, tim Abdimas memberikan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan mengenai pentingnya perhitungan HPP dan pencatatan laporan keuangan. Dalam sesi pelatihan, tim menjelaskan bahwa HPP adalah langkah penting dalam laporan keuangan yang dapat membantu pemilik usaha mengukur profitabilitas. Dengan memahami komponen yang perlu dihitung dalam HPP, Nurul dapat lebih mudah menentukan harga jual yang sesuai dengan biaya produksi dan keuntungan yang diinginkan. Pelatihan ini juga mencakup pengenalan terhadap pencatatan keuangan yang sistematis. Tim Abdimas memberikan contoh laporan keuangan sederhana yang dapat membantu Nurul dalam mengelola aliran kas masuk dan keluar. Dengan adanya sistem pencatatan yang baik, diharapkan dapat memantau keuntungan usaha dengan lebih efektif dan membuat keputusan bisnis yang lebih baik.

Pada kunjungan kedua yang dilakukan pada Kamis, 24 April 2025 pukul 10.00 hingga 12.00 WIB, Tim Abdimas memberikan materi mengenai pengembangan produk olahan ikan siap saji, yang sangat relevan dengan jenis usaha yang dijalankan oleh UMKM Bandeng “ICHAKU” yang disampaikan oleh Lukman Hudi, S.TP., M.MT. Sementara itu, Wiwit Hariyanto, SE., M.Si juga menyampaikan materi tentang strategi branding produk, yang bertujuan meningkatkan citra dan daya tarik produk di pasar (Gambar 2).



**Gambar 2.** Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan Terkait Diversifikasi Produk Dan Branding Packaging

Sebagai bentuk dukungan nyata, kegiatan ditutup dengan serah terima 1000 pcs dus kemasan produk kepada UMKM Bandeng “ICHAKU” untuk membantu meningkatkan nilai

jual dan tampilan produk mereka dan sesi foto Bersama seluruh peserta UMKM beserta tim Abdimas.



**Gambar 3.** Serah Terima 1000 pcs Box Packaging

Dari hasil kegiatan ini, dapat disimpulkan bahwa melalui program pelatihan dan pendampingan ini, UMKM Bandeng “ICHAKU” mampu memahami pentingnya menghitung Harga Pokok Produksi (HPP) dan menyusun laporan keuangan sederhana yang berguna untuk pengambilan keputusan bisnis. Selain itu, diversifikasi produk berhasil dipahami untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasar. Peningkatan branding melalui pembuatan desain packaging yang lebih menarik juga turut memperkuat identitas produk di mata konsumen.

Sebelum adanya program pelatihan dan pendampingan ini, UMKM Bandeng “ICHAKU” belum memiliki laporan keuangan dan tidak ada perhitungan HPP dalam menjual produknya. Namun setelah adanya pendampingan ini, UMKM Bandeng “ICHAKU” sudah memiliki pemahaman yang lebih baik dalam pengelolaan keuangan, mampu membuat laporan keuangan, menghitung HPP, serta mampu meningkatkan kapasitas produksinya, yang pada akhirnya dapat memperkuat daya saing usaha di pasar. Diharapkan, dengan sistem keuangan yang lebih teratur, diversifikasi produk, dan adanya box packaging, UMKM Bandeng “ICHAKU” dapat meningkatkan daya saing, berkembang lebih pesat dan beradaptasi dengan perubahan pasar.

Dengan demikian, kegiatan Abdimas di UMKM Bandeng “ICHAKU” diharapkan dapat memberikan dampak yang signifikan tidak hanya bagi pemilik usaha, tetapi juga bagi masyarakat sekitar melalui peningkatan ekonomi lokal. Selain itu, juga meningkatnya daya saing produk di pasar, membangun citra merek (*branding*) yang lebih profesional, serta membuka peluang pemasaran yang lebih luas, baik di pasar lokal maupun online.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan Abdimas yang telah dilakukan di UMKM Bandeng “ICHAKU” dapat disimpulkan bahwa melalui program pelatihan dan pendampingan ini, UMKM Bandeng “ICHAKU” mampu memahami pentingnya menghitung Harga Pokok Produksi (HPP) dan menyusun laporan keuangan sederhana yang berguna untuk pengambilan keputusan bisnis. Selain itu, diversifikasi produk berhasil dipahami untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasar. Peningkatan branding melalui pembuatan desain packaging yang lebih menarik juga turut memperkuat identitas produk di mata konsumen. Dengan demikian, kegiatan Abdimas di UMKM Bandeng “ICHAKU” diharapkan dapat memberikan dampak yang signifikan tidak hanya bagi pemilik usaha, tetapi juga bagi masyarakat sekitar melalui peningkatan ekonomi lokal.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam kesempatan ini, kami ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada Majelis Dikti Litbang PP Muhammadiyah untuk program pengabdian masyarakat risetmu dengan kontrak nomor 0258.960/I.3/D/2025 dan Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang telah memberikan dukungan penuh dalam pelaksanaan kegiatan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, D. (2021). Pelatihan Desain Kemasan Produk Olahan Bandeng di Desa Sawohan Sidoarjo. *Abdi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2), 200–208. <https://doi.org/10.24036/abdi.v3i2.125>
- Biduri, S., Wardani, D. P. K., Hermawan, S., & Hariyanto, W. (2021). Skeptisme Pelaku Usaha Mikro Terhadap Standar Akuntansi. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 12(2), 431–448. <https://doi.org/10.21776/ub.jamal.2021.12.2.25>
- Hidayat, T. (2022). Analisis Biaya Produksi Sebagai Penetapan Harga Jual Makanan Resto Ikan Bakar Taria Minang Di Bogor. *Jurnal Ilmiah Pascasarjana*. <https://doi.org/10.32832/djip-uika.v2i1.5012>
- Hutagaol, L. H., Novianti, N., & Bhuana, K. W. (2022). Penentuan dan Perhitungan Harga Pokok Produksi serta Penyusunan Laporan Keuangan. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta*, 2(2), 51–61.
- Kartikaningsih, H., Wati, L. A., Primyastanto, M., Supriyadi, & Putri, R. A. C. (2021). Otak Otak Bandeng Milenial, Diversifikasi Produk Bandeng Cabut Duri Untuk Segala Umur Dari Cv Anugrah Mitra Lestari. *Journal Of Innovation And Applied Technology*, 7(1), 1208–1212.
- Luh Gede Bevi Libraeni, Desmayani, N. M. M. R., Devi Valentino Waas, Ayu Gede Willdahlia, Gede Surya Mahendra, Ni Wayan Wardani, & Putu Gede Surya Cipta Nugraha. (2022). Pelatihan Penentuan Harga Pokok Penjualan pada Toko Kue Dapur

- Friska. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 3(2), 255–265. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v3i2.973>
- Martina, N., Fathur, M., Hasan, R., & Wulandari, L. S. (2021). Upaya Peningkatan Nilai Ekonomis Produk UMKM Melalui Sosialisasi Diversifikasi Produk. *JMM: Jurnal Masyarakat Mandiri*, 5(5), 3–8.
- Nurdyansyah, F., Ferdiansyah, M. K., Affandi, A. R., & Hasbullah, U. H. A. (2020). Peningkatan Kualitas Produksi dan Pemasaran Produk Bandeng Presto di UMKM Bandeng Presto “Mbak Sofi” Semarang. *Jurnal Surya Masyarakat*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.26714/jsm.3.1.2020.1-6>
- Purnamayati, L., Wijayanti, I., Dwi Anggo, A., Amalia, U., & Sumardianto, S. (2018). Pengaruh Pengemasan Vakum Terhadap Kualitas Bandeng Presto Selama Penyimpanan. *Jurnal Teknologi Hasil Pertanian*, 11(2), 63. <https://doi.org/10.20961/jthp.v11i2.29052>
- Saputra, H., Rosyafah, S., & Susanti, W. (2017). Analisa Harga Pokok Penjualan Untuk Menentukan Pendapatan Laba (Studi Kasus Rumah Makan Cepat Saji Kfc Store Pondok Tjandra Surabaya). *E-Journal Akuntansi “EQUITY,”* 3(2), 259–271.
- Supardi, S., Sriyono, S., & Hermawan, S. (2023). Pendampingan Strategi UMKM di Era Digital Melalui Pencatatan Keuangan, Penghitungan Harga Pokok Produksi dan Manajemen Pemasaran untuk Dapat Naik Kelas. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(6), 968–979. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v8i6.5510>
- Syafi’i, A., Shobichah, & Mulyani. (2023). PENGARUH DIVERSIFIKASI PRODUK TERHADAP PERTUMBUHAN DAN KEUNGGULAN BERSAING: STUDI KASUS PADA INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN. *Jurnal Impres*, 2(6), 592–599. <https://doi.org/10.58344/jii.v2i6.3140>
- Wahyuni, S., Umiyati, S., Ratnawati, S., Agustin, T. I., & Siswanto, D. (2023). Pelatihan Pengasapan Ikan dengan Pengawet Alami dan Permodalan Syariah di Desa Penatarsewu Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Abdidas*, 4(2), 148–161.