

Pemberdayaan Kelompok UMKM Argo Sumilir Desa Pakis Melalui Optimalisasi Potensi Sumber Daya Alam Aren Berbasis Sustainable Development

Ida Nur Aeni ^{1*}, Wahyuningsih ², Faridhatun Faidah ³

¹ Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Semarang

² Fakultas Teknik, Universitas Negeri Semarang

³ Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Muria Kudus

* idanuraeni@mail.unnes.ac.id

Abstrak

Tujuan kegiatan pengabdian pemberdayaan kemiteraan masyarakat ini adalah pemberdayaan Kelompok UMKM Argo Sumilir melalui optimalisasi potensi sumber daya alam aren. Kelompok UMKM Argo Sumilir merupakan kelompok UMKM yang mengarah ke ekonomi produktif di Desa Pakis, Kecamatan Limbangan, Kabupaten Kendal. Namun upaya pengembangan potensi wilayah dan produk unggulan oleh UMKM Argo Sumilir belum dilakukan secara optimal. Hal tersebut disebabkan karena keterbatasan informasi pasar dan teknologi. Solusi yang ditawarkan atas permasalahan mitra yang pertama adalah penguatan pada aspek keuangan terutama pengetahuan biaya produksi dan laporan keuangan usaha. Kedua, penguatan pada aspek produksi melalui pelatihan pengolahan produk kolang kaling dan diversifikasi produk. Terakhir, penguatan pada aspek pemasaran melalui peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam bidang e-marketing termasuk pengemasan produk. Pendekatan pengabdian yang digunakan adalah pelatihan dan pendampingan kualitas produk pada anggota Kelompok UMKM Argo Sumilir. Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa anggota dapat memahami pentingnya penghitungan biaya produksi dan penyusunan laporan keuangan, inovasi produk, diversifikasi produk, dan penggunaan teknologi digital untuk pemasaran. Dari hasil pengabdian dihasilkan logo branding produk dan sarana media sosial untuk memperkenalkan produk ke masyarakat luas. Platform digital marketing melalui terciptanya akun instagram dan shopee produk Kelompok UMKM Argo Sumilir. Dari penerapan digital marketing tersebut menghasilkan peningkatan penjualan produk.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Kelompok UMKM Argo Sumilir, Kolang Kaling, Marketing, Potensi Alam

Pendahuluan

Pembangunan pada dasarnya merupakan suatu usaha dan kegiatan yang dilakukan untuk menciptakan suatu keadaan yang lebih baik di masa yang akan datang (Basrowi & Juariyah, 2010). Aspek perekonomian sangat berperan dalam peningkatan pembangunan suatu wilayah termasuk desa. Salah satu aspek yang harus diperhitungkan dalam pembangunan ekonomi daerah adalah kemampuan untuk memanfaatkan sumber daya manusia dan alam seefektif dan seefisien mungkin oleh industri kecil di desa (Junaidi & Zulgani, 2011). Persoalan sumber daya alam menjadi sangat penting ketika dikaitkan

dengan implementasi otonomi daerah (B., 2012). Hal ini menjadi suatu potensi besar bagi daerah termasuk desa dan industri kecil di desa dalam mengola potensi sumber daya dalam rangka mensejahterakan masyarakat.

Kecamatan Limbangan merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Kendal yang memiliki sektor industri kecil bersumber daya lokal. Kecamatan Limbangan memiliki 16 desa yang mayoritas memiliki potensi sumber daya alam melimpah, salah satunya adalah Desa Pakis. Di wilayah tersebut terdapat sawah dan sebagian besar hutan, sehingga banyak tumbuh pohon aren. Mayoritas mata pencahariannya sebagai petani dan penyadap nira pohon Aren. Hampir setiap rumah mempunyai pohon aren sehingga 80% dari penduduknya sebagai petani aren. Pelaku usaha di bidang pertanian aren tersebut tergabung dalam kelompok UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) Argo Sumilir. Berdasarkan informasi dari Pemerintah Desa Pakis, jumlah anggota yang tergabung dalam Kelompok UMKM Argo Sumilir adalah 20 orang.

Kelompok UMKM Argo Sumilir merupakan mitra yang mengarah ke ekonomi produktif. Produk yang dihasilkan mayoritas berupa kolang kaling dan gula aren cetak yang sekaligus menjadi produk unggulan desa. Produksi gula aren cetak diperlukan proses penyadapan. Rata-rata dilakukan dua kali, sehingga perajin dalam sehari melakukan proses pembuatan gula aren cetak 2 kali. Hasil produk disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Hasil produk tanpa diolah lebih lanjut

Namun upaya pengembangan potensi wilayah dan produk unggulan oleh UMKM Argo Sumilir belum dilakukan secara optimal. Hal tersebut disebabkan karena keterbatasan informasi pasar dan teknologi untuk pengembangan produk, belum berkembangnya infrastruktur kelembagaan yang berorientasi pada pengelolaan pengembangan usaha yang berkelanjutan dalam perekonomian daerah, masih terbatasnya akses petani dan pelaku usaha skala kecil terhadap modal pengembangan usaha, kurangnya upaya pemasaran produk unggulan, serta belum optimalnya pemanfaatan kerangka kerja sama antarwilayah untuk mendukung peningkatan daya saing dan produk unggulan.

Dari sisi kelembagaan, saat ini keanggotaan kelompok UMKM Argo Sumilir belum sepenuhnya aktif dalam pengelolaan usaha karena minimnya pengetahuan dan rendahnya pola pikir ekonomi. Dari sisi produksi, Kelompok UMKM Argo Sumilir belum memiliki produk bersama yang paten karena masing-masing anggota masih mengerjakan produk secara terpisah. Selain itu, produk hanya dipasarkan tanpa melalui proses pengolahan lebih lanjut sehingga nilai jualnya rendah. Dari sisi distribusi, penjualan dan pemasaran produk belum berjalan secara optimal. Saat ini Kelompok UMKM Argo Sumilir hanya mengandalkan penjualan secara tradisional kepada tengkulak, *door to door* melalui pemasaran *word of mouth*. Hal ini yang menyebabkan pangsa pasarnya sangat kecil.

Upaya meningkatkan pemanfaatan buah kolang kaling agar memiliki nilai ekonomis dan kandungan karbohidrat pada buah kolang kaling cukup tinggi maka perlu pemanfaatannya sebagai pangan fungsional yang bermanfaat bagi kesehatan (Purwati & Nugrahini, 2018). Penelitian Yenrina et al. (2016) juga menggunakan kolang kaling sebagai bahan penelitian dan menemukan komposisi produk terbaik dengan komposisi kolang kaling sebesar 70% dan selai kulit buah naga sebesar 30% . Hal ini menunjukkan bahwa kolang kaling merupakan salah satu bahan pangan yang memiliki kualitas tinggi. Apalagi kandungan yang dimiliki oleh kolang kaling sangat bermanfaat untuk kesehatan sehingga menjadi fungsi ganda dari kolang kaling, yaitu sebagai pangan sekaligus kesehatan tubuh. Kedua hal tersebut saling terkait karena keadaan kesehatan seseorang pada setiap tahap daur kehidupan dipengaruhi secara langsung oleh konsumsi makanan (Damayanti et al., 2017).

Tentunya dalam pengembangan usaha juga perlu didukung manajemen usaha yang baik terutama dalam bidang keuangan dan pemasaran. Melalui pengetahuan perhitungan harga pokok produk, para pelaku UMKM dapat mendapatkan manfaat diantaranya (1) membantu dalam menentukan harga jual, (2) memantau realisasi biaya, (3) menghitung laba rugi, dan (4) menghitung harga pokok persediaan barang jadi dan barang dalam proses (Sihite et al., 2012; Indria, 2018). Dengan penghitungan harga pokok produk yang tepat maka mitra mampu menetapkan harga jual produk sesuai dengan margin yang diinginkan (Harefa & Zebua, 2022; Sujarweni, 2017; Triyanto, 2009; Widiya et al., 2022; Yuliyanti & Saputra, 2017). Dengan demikian harga jual yang ditetapkan tidak terlalu tinggi maupun terlalu rendah yang dapat menjadi salah satu daya saing bagi mitra.

Strategi pemasaran juga bisa dilakukan dari kemasan produk. Pengemasan berkembang secara substansial akibat produksi bahan-bahan baru hingga tahun 1990-an (Escursell et al., 2021). Namun saat ini, hal tersebut terhenti karena diperlukannya cara yang efektif untuk mengurangi biaya dan dampak lingkungan. (Escursell et al., 2021) mengemukakan bahwa terdapat beberapa paradigma desain baru untuk mengatasi dampak lingkungan kaitannya dengan pengemasan diantaranya: (1) pengemasan yang berlebihan semakin umum terjadi dan harus menjadi perhatian para pembuat kebijakan; (2) Meskipun kemasan yang terbuat dari bahan-bahan yang tidak terbarukan seperti plastik terus digunakan secara luas karena alasan kemampuan daur ulangnya, ketergantungan yang terlalu besar terhadap sumber-sumber ini harus dihindari; (3) Distribusi kemasan masih menjadi salah satu kontributor utama dampak kemasan terhadap lingkungan dan oleh karena itu memerlukan solusi yang lebih efektif. Kemasan menjadi salah satu pilihan keputusan pembelian konsumen. Bagi pelaku usaha penting

untuk memahami opini dan persepsi konsumen terhadap kemasan tersebut jika ingin pemasaran yang dilakukan berhasil (Oloyede & Lignou, 2021).

Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah terkait dengan kurangnya inovasi produk karena produk yang dihasilkan karena kebanyakan langsung dijual dalam bentuk kolang kaling dan gula aren cetak tanpa adanya diversifikasi produk. Pengetahuan keuangan yang rendah menjadi salah satu penyebab mitra kurang dapat menangkap peluang inovasi produk yang dapat menambah nilai jual termasuk pada hal pengemasan. Selain itu, metode pemasaran yang dilakukan masih menggunakan cara tradisional dan hanya mengandalkan tengkulak. Peluang pemasaran digital belum ditangkap oleh pelaku usaha sebagai salah satu perluasan pangsa pasar.

Oleh karena itu, permasalahan prioritas mitra yang berhasil diidentifikasi untuk disepakati bersama dan diatasi melalui kegiatan pengabdian dikelompokkan menjadi 3 aspek yaitu aspek keuangan, aspek produksi, dan aspek pemasaran (termasuk pengemasan produk). Tabel 1 merupakan identifikasi permasalahan dan analisis kebutuhan pada mitra.

Tabel 1. Identifikasi permasalahan dan analisis kebutuhan pada mitra

No	Aspek	Permasalahan	Analisis Kebutuhan
1	Aspek Keuangan	1. Belum memahami perhitungan harga pokok produk sehingga produk yang dijual terlalu murah 2. Belum menggunakan dasar yang tepat dalam penentuan harga jual 3. Belum mampu menyusun laporan keuangan	1. Pemahaman perhitungan harga pokok produk 2. Pemahaman penyusunan laporan keuangan sederhana 3. Penguasaan Teknologi (Pelatihan dan pendampingan keterampilan penggunaan aplikasi laporan keuangan sederhana)
2	Aspek Produksi	1. Pengelolaan produksi masih tergolong orientasi bisnisnya rendah 2. Belum banyak diferensiasi produk olahan kolang kaling dan gula aren	1. Pelatihan pengolahan produk kolang kaling dan gula aren dengan menggunakan proses produksi yang berbeda 2. Pendampingan inovasi produk kolang kaling dan gula aren yang menambah nilai jual
3	Aspek Pemasaran	1. Minimnya pengetahuan tentang pemasaran termasuk pengemasan ramah lingkungan sebagai strategi promosi 2. Belum ada labeling produk 3. Belum optimalnya kreativitas dan inovasi produk melalui sarana pengemasan 4. Pemasaran produk saat ini hanya melalui media offline.	1. Penguasaan Teknologi (Pendampingan pembuatan labeling produk, pembuatan branding di media sosial, dan pengemasan produk ramah lingkungan) 2. Pemahaman Pemasaran (Penguatan mindset dan pengetahuan pemasaran dan akses pasar melalui digital marketing)

Berdasarkan hasil identifikasi masalah mitra, maka kesepakatan aspek permasalahan yang menjadi urgensi untuk diselesaikan adalah keempat aspek tersebut yang berkesinambungan mulai dari perancangan produk, produksi, pengemasan, pemasaran, sampai dengan pengelolaan keuangan.

Metode Pelaksanaan

Alternatif pemecahan masalah pada mitra ditempuh melalui tahapan kegiatan dimulai dari perencanaan, pelaksanaan, evaluasi dan tindak lanjut. Pada awal pengabdian, tim pengabdian melakukan koordinasi dengan mitra terkait dengan jadwal pelaksanaan pelatihan dan pendampingan. Tahap perencanaan pengabdian dilakukan dengan analisa perhitungan harga pokok produksi untuk melakukan identifikasi jenis-jenis biaya pokok produksi sampai dengan laporan kinerja usaha, perancangan aplikasi keuangan, analisa kebutuhan alat produksi pengolahan kolang kaling dan gula aren bersama mitra, dan analisa potensi bahan kemasan yang ramah lingkungan dan biaya rendah.

Tahap berikutnya adalah pelaksanaan pengabdian yang terbagi menjadi sesi pendampingan dan pelatihan. Tim pengabdian melakukan pendampingan dan pelatihan dalam keuangan usaha, pencatatan keuangan sederhana, perhitungan harga pokok produk dan laporan kinerja, penyusunan laporan keuangan berbasis aplikasi, pengolahan produk kolang kaling dan gula aren, desain label produk yang disesuaikan dengan ciri khas mitra, dan pembuatan media pemasaran digital.

Tahap terakhir adalah monitoring dan evaluasi pada ketiga aspek yaitu keuangan, produksi, dan pemasaran. Dari hasil monitoring dan evaluasi tersebut dibuat perencanaan dalam jangka pendek dan panjang, serta strategi untuk meningkatkan daya saing dan kinerja secara berkelanjutan.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian dengan skema pemberdayaan kemitraan masyarakat kelompok UMKM Argo Sumilir terdiri dari tiga program utama yaitu (1) pendampingan keuangan usaha, (2) pelatihan dan pendampingan pengolahan produk, (3) pelatihan branding produk dan marketing.

Pelatihan dan Pendampingan Keuangan

Program peningkatan pada aspek keuangan dilakukan dengan memberikan sosialisasi pentingnya pengelolaan keuangan usaha. Materi yang disampaikan meliputi penghitungan harga pokok produk dan penyusunan laporan keuangan. Pelatihan dalam penghitungan harga pokok produksi meliputi seluruh biaya pokok produk sampai produk tersebut siap untuk dipasarkan. Biaya pokok produksi terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik. Tujuan dari harga pokok produksi adalah untuk menetapkan harga pokok produksi dari produk yang dihasilkan oleh kelompok UMKM. Harga pokok produksi penting karena berguna untuk menentukan harga jual produk.

Pada sesi pendampingan, tim pengabdian memberikan pelatihan perhitungan harga pokok berdasarkan pesanan (job order costing). Kelompok UMKM Argo Sumilir sering memproduksi produk berdasarkan pesanan (meskipun memiliki beberapa persediaan produk jadi yang digunakan sebagai sampel produk). Selain itu, produk yang diproduksi dapat bervariasi bergantung pada permintaan konsumen sehingga metode penghitungan harga pokok yang sesuai adalah metode penghitungan harga pokok produk berdasarkan pesanan.



Gambar 2. Pelatihan dan Pendampingan Keuangan

Melalui pengetahuan perhitungan harga pokok produk, anggota kelompok UMKM dapat mendapatkan manfaat diantaranya (1) membantu dalam menentukan harga jual, (2) memantau realisasi biaya, (3) menghitung laba rugi, dan (4) menghitung harga pokok persediaan barang jadi dan barang dalam proses. Dengan penghitungan harga pokok produk yang tepat maka mitra mampu menetapkan harga jual produk sesuai dengan margin yang diinginkan. Dengan demikian harga jual yang ditetapkan tidak terlalu tinggi maupun terlalu rendah yang dapat menjadi salah satu daya saing bagi mitra.

Selain bermanfaat sebagai dasar penentuan harga jual, penghitungan harga pokok produk yang tepat juga bermanfaat untuk mengevaluasi efisiensi kegiatan produksi. UMKM dapat melakukan kegiatan evaluasi mengenai efisiensi biaya yang dikeluarkan dalam memproduksi suatu produk. Hal ini bisa dilakukan melalui perhitungan biaya standar untuk mengidentifikasi adanya variasi biaya baik itu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, maupun biaya overhead pabrik. Dengan demikian, UMKM dapat melakukan aktivitas perbaikan melalui hasil evaluasi tersebut.

Pelatihan dan Pendampingan Pengolahan Produk

Program inovasi produk kelompok UMKM Argo Sumilir adalah kegiatan pengembangan diversifikasi produk olahan kolang kaling. Tujuan dari diversifikasi produk adalah untuk meningkatkan daya saing bisnis. Pemaparan materi yang disampaikan berkaitan dengan pengolahan produk. Sebelum masuk pada materi pengolahan produk kolang kaling, pertama diberikan sosialisasi mengenai keamanan produk dan cara mengolah kolang kaling agar tetap sehat dan aman untuk dikonsumsi. Materi terkait pengolahan produk kolang kaling diantaranya manisan basah, manisan kering dengan beragam variasi bentuk, manisan sukade, bolu kukus dengan aplikasi sukade, dan bolu kukus gula jawa.

Setelah pemaparan materi, selanjutnya peserta pengabdian dibekali dengan praktek pengolahan kolang kaling secara langsung. Bahan dan alat dalam praktek pengolahannya disiapkan oleh tim pengabdian dan anggota kelompok UMKM Argo Sumilir. Peserta diberikan kebebasan berkreasi dalam pembuatan olahan kolang kaling menjadi beberapa produk yang telah disampaikan pada materi sebelumnya. Peserta dibagi menjadi beberapa kelompok yang akan membuat beragam produk yang berbeda. Dari praktek pengolahan produk kolang kaling menghasilkan beberapa produk. Berikut beberapa foto produk hasil kreasi dari anggota kelompok UMKM Argo Sumilir.



Gambar 3. Pelatihan dan Pendampingan Pengolahan Produk



Gambar 4. Hasil Produk Olahan Produk



Gambar 5. Pelatihan dan Pendampingan Pengemasan Produk

Pelatihan Branding Produk dan Marketing

Sebelum melakukan pelatihan branding, tim pengabdian memberikan pembekalan dan pelatihan pengemasan produk agar memiliki umur produk lebih lama. Pengemasan produk dilakukan menggunakan vacuum sehingga produk bisa lebih awet. Tim pengabdian memberikan alat vacuum sekaligus laminasi sehingga produk yang sudah dibuat oleh pelaku usaha dapat menjangkau pangsa pasar yang lebih luas.

Selain itu, tim pengabdian memberikan pelatihan marketing digital untuk meningkatkan kesadaran anggota kelompok UMKM Argo Sumilir tentang pentingnya branding produk digital marketing.



Gambar 6. Pelatihan dan Pendampingan Marketing Digital

Digitalisasi UMKM saat ini sangat penting karena memberikan berbagai manfaat, yaitu:

- a. Jangkauan pemasaran lebih luas
- b. Meningkatkan pendapatan usaha
- c. Efisiensi biaya dan waktu
- d. Mempermudah operasional usaha
- e. Mengembangkan usaha

Adapun langkah-langkah dalam menyusun strategi dalam memulai digitalisasi UMKM terbagi menjadi empat tahapan, Tahap pertama melakukan riset pasar, tahap kedua menentukan model bisnis, tahap ketiga memilih platform digital dan tahap terakhir memanfaatkan analisis data. Keempat tahapan tersebut dapat diperluas sebagai berikut:

1. *Melakukan riset pasar*

Pada tahap melakukan riset pasar, yang pertama kali dapat dilakukan oleh pelaku UMKM adalah dengan mencari tahu kompetitor bisnis, hal ini bertujuan untuk mempelajari strategi yang digunakan kompetitor dan juga bagaimana posisi kompetitor

di pasar. Setelah mengetahui posisi competitor di pasar, maka pelaku UMKM dapat mengetahui level atau standar dari usaha miliknya sendiri.

2. *Menentukan model bisnis*

Tahap berikutnya adalah menentukan model bisnis UMKM. Model bisnis yang dimaksud adalah apakah ingin merubah menjadi penjualan secara online sepenuhnya atau hanya sebagian. Selain itu, pelaku UMKM juga harus mencari tahu keuntungan masing-masing model bisnis tersebut sehingga pelaku UMKM dapat menerapkan model bisnis sesuai dengan kebutuhan masing-masing.

3. *Memilih platform digital*

Dalam penerapan digitalisasi UMKM, yang tidak kalah penting adalah pemilihan platform digital yang akan digunakan untuk membantu operasional usaha. Platform digital yang dapat digunakan UMKM antara lain sebagai platform pemasaran digital, keuangan digital dan penyimpanan dokumen secara digital. Setelah memilih jenis platform digital yang akan digunakan, pelaku UMKM juga perlu mengoptimalkan penggunaan masing-masing platform baik secara penggunaan sehari-hari maupun sistem keamanannya.

4. *Memanfaatkan analisis data*

Tahap terakhir dalam penggunaan digitalisasi UMKM adalah memanfaatkan analisis data digital yang telah dilakukan. Melakukan analisis data dapat membantu untuk memahami perilaku konsumen, tren pasar, kinerja keuangan usaha. Data-data tersebut dapat digunakan sebagai landasan penyusunan strategi pengembangan UMKM berikutnya.

Berdasarkan analisis kebutuhan dan potensi dari anggota Kelompok UMKM Argo Sumilir maka dibentuk platform pemasaran melalui media sosial Instagram dan shopee. Pendampingan branding produk dengan tujuan untuk memberikan pengetahuan dasar pentingnya logo produk, editing foto dan video sehingga menarik minat pengguna media sosial. Tim pengabdian melakukan diskusi dengan pelaku UMKM Argo Sumilir dalam menentukan logo produk. Hal ini diharapkan dapat menumbuhkan semangat dari anggota Kelompok UMKM agar usaha yang mereka rintis dapat berkembang sesuai tujuan usaha.



Gambar 7. Logo Produk

Pelaksanaan kegiatan branding produk shibori dimulai pada 1 September 2024 melalui observasi awal oleh tim pengabdian pada anggota Kelompok UMKM Argo Sumilir. Kemudian, pada 11 September 2023 dilakukan pengambilan foto produk yang akan diunggah di sosial media.



Gambar 8. Sampel Foto Produk

Kesimpulan

Serangkaian kegiatan pengabdian pemberdayaan kemitraan masyarakat berjalan dengan baik dan lancar. Semua anggota UMKM Argo Sumilir paham arti penting inovasi, pengelolaan keuangan, dan penentuan harga pokok produksi yang dapat mendukung keberlanjutan bisnis. Dengan adanya pelatihan inovasi produk berupa pengolahan produk / diversifikasi produk memberikan variasi produk penjualan. Anggota UMKM Argo Sumilir sangat antusias dan kooperatif dalam pelaksanaan pelatihan dan pendampingan. Digital marketing yang baru dirintis harapannya dapat memperluas pangsa pasar. Penjualan melalui shopee juga dapat memberikan variasi bentuk penjualan online yang mudah dijangkau oleh banyak masyarakat. Disamping itu juga partisipasi dan dukungan masyarakat yang tinggi sehingga setiap pelatihan dapat mengikuti kegiatan dengan baik.

Ucapan Terimakasih

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Direktur Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat yang telah mendanai pengabdian ini. Selain itu, tim pengabdian juga menyampaikan terima kasih kepada Kelompok UMKM Argo Sumilir Desa Pakis yang telah bekerja sama dan berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Referensi

- B., Jauchar. (2012). Otonomi Daerah dan Pengelolaan Sumber Daya Alam di Propinsi Kalimantan Timur. *Jurnal Borneo Administrator*, 8(1), 7–30.
- Basrowi, & Juariyah, Siti. (2010). Analisis Kondisi Sosial Ekonomi dan Tingkat Pendidikan Masyarakat Desa Srigading, Kecamatan Labuhan Maringgai, Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 7(1), 58–81.
- Damayanti, D., Pritasari, & Lestari, N. T. (2017). *Gizi dalam Daur Kehidupan*. Pusat Pendidikan Sumber Daya Manusia Kesehatan.
- Escursell, S., Llorach-Massana, P., & Roncero, M. B. (2021). Sustainability in e-commerce packaging: A review. *Journal of Cleaner Production*, 280, 124314.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124314>
- Junaidi, J., & Zulgani, Z. (2011). Peranan Sumberdaya Ekonomi dalam Pembangunan Ekonomi Daerah. *Jurnal Pembangunan Daerah Edisi III*, 0(0), 27–33.
<http://repository.unja.ac.id/id/eprint/239>
- Oloyede, O. O., & Lignou, S. (2021). Sustainable paper-based packaging: A consumer's perspective. *Foods*, 10(5). <https://doi.org/10.3390/foods10051035>
- Panca Restu Anugerah Harefa, Serniati Zebua, A. B. (2022). Analisis Biaya Produksi Dengan Menggunakan Metode Full Costing dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi (JAMANE)*, 1(Vol. 1, No. 2, November (2022), Page 218–223), 218–223.
- Purwati, & Nugrahini, T. (2018). Pemanfaatan Buah Kolang Kaling dari Hasil Perkebunan sebagai Pangan Fungsional. *Jurnal Abdimas Mahakam*, 2(1), 24–33.
- Sihite, Lundu Bontor; Sudarno, S. (2012). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Pada Perusahaan Garam Beryodium (Studi Kasus pada UD. Empat Mutiara). *Diponegoro Journal of Accounting*, 1(1), 468–482.
- Sujarweni, V. W. (2017). Implementasi Penentuan Harga Pokok Produksi Untuk Mencapai Laba Optimal (Studi Pada Sentra UKM Industri Bakpia di Wilayah Minomartani Sleman Yogyakarta). *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 4(3), 1111–1124.
<https://doi.org/10.17509/jrak.v4i3.4665>
- Triyanto, Agus . Santosa, T. E. C. (2009). Organizational Citizenship Behavior (OCB) Dan Pengaruhnya Terhadap Keinginan Keluar dan Kepuasan Kerja Karyawan. *Jurnal Management*, 7(4), 1–86.
- Widiya, A., Anggraini, L. D., Ratu, M. K., & Purnamasari, E. D. (2022). Pendampingan Penentuan Harga Pokok Penjualan (HPP) dan Harga Jual pada UMKM Kerupuk dan Kemplang Desa Lembak Kabupaten Muara Enim. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(3), 1462–1467.
- Widyastuti Indria, D. M. (2018). Akuntansi Perhitungan Harga Pokok Penjualan Dengan Metode Pesanan Untuk Menentukan Harga Jual. *Jurnal Moneter*, 5(1), 74–85.

<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/moneter/article/view/3232>

Yenrina, R., Azima, F., & Khumairoh., F. (2016). Betacyanin Content and Antioxidant Activity of Slice Jam Mixture of Kolang-Kaling (*Arenga Pinnata*) and Dragon Fruit Peel (*Hylocereus Polyrhizus*). *International Journal of Advanced Research*, 4(12), 1223–1229. <https://doi.org/10.21474/ijar01/2513>

Yuliyanti, Y., & Saputra, R. (2017). Analisis Harga Pokok Produksi Roti Berdasarkan Metode Full Costing dan Variable Costing. *Jurnal Online Insan Akuntan*, 2(2), 229–236. <http://ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JOIA/article/view/642>