

ANALISIS HARGA POKOK PRODUKSI *FULL COSTING* DAN OPTIMALISASI WHATSAPP BUSINESS PADA UMKM

Handyka Putri Pradani^{*1}, Zaenal Wafa²

^{1,2} Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Daerah Istimewah Yogyakarta, Indonesia

^{*}Corresponding Author: handykaputri04@gmail.com

Info Article Received : 01 Maret 2026 Revised : 03 April 2026 Accepted : 02 Mei 2026 Publication : 31 Mei 2026	Abstract: <i>This community service activity aimed to assist Permata Konveksi MSME in calculating the Cost of Production (COP) using the full costing method while also utilizing WhatsApp Business as a digital marketing medium. The method applied was a qualitative descriptive approach through the stages of interviews, mentoring implementation, and activity evaluation. The mentoring focused on classifying raw material costs, direct labor costs, and factory overhead costs to ensure that production cost recording became more systematic and accurate. In addition, the implementation of WhatsApp Business was carried out through the creation of a business profile, product catalog, and optimization of communication with customers. The results of the activity showed that the business owner became more capable of calculating the Cost of Production in a more structured manner and no longer relied solely on estimates in determining product selling prices. The use of WhatsApp Business also helped accelerate customer service, provide clearer product information, and support the improvement of digital promotion and marketing activities.</i> Abstrak: Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan membantu UMKM Permata Konveksi dalam menghitung Harga Pokok Produksi (HPP) menggunakan metode full costing sekaligus memanfaatkan WhatsApp Business sebagai media pemasaran digital. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif melalui tahapan wawancara, pelaksanaan pendampingan, dan evaluasi kegiatan. Pendampingan difokuskan pada pengelompokan biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, serta biaya overhead pabrik agar pencatatan biaya produksi menjadi lebih sistematis dan akurat. Selain itu, penerapan WhatsApp Business dilakukan melalui pembuatan profil usaha, katalog produk, serta optimalisasi komunikasi dengan pelanggan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku usaha mulai mampu menghitung HPP secara lebih terarah dan tidak lagi hanya mengandalkan perkiraan dalam menentukan harga jual produk. Pemanfaatan WhatsApp Business juga membantu mempercepat pelayanan pelanggan, memperjelas informasi produk, serta mendukung peningkatan promosi dan pemasaran usaha secara digital.
Keywords: MSMEs, Cost of Goods Sold, Digital Marketing, WhatsApp Business, Full Costing. Kata Kunci: UMKM, Harga Pokok Produksi, Pemasaran Digital, WhatsApp Business, Full Costing.	
Licensed Under a Creative Commons Attribution 4.0 International License 	

INTRODUCTION

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berdasarkan UU Nomor 20 Tahun 2008 yaitu kegiatan usaha yang menghasilkan barang atau jasa dijalankan oleh perorangan maupun badan usaha perseorangan yang memenuhi kriteria tertentu bisnis juga membantu peningkatan citra branding usaha melalui informasi yang lebih lengkap (Wijayanti & Pabulo, 2023). Sektor usaha ini memiliki peran yang strategis dan memiliki kontribusi yang sangat besar terhadap perekonomian nasional. Berdasarkan keterangan dari Kementerian Koperasi dan UKM, posisi UMKM sangat dominan dalam perekonomian karena menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto nasional dan mampu menampung sekitar 97% tenaga kerja di Indonesia (Khumairo *et al.*, 2025). Dengan kontribusi yang sangat dominan tersebut, kondisi ini menjadikan pengelolaan UMKM mendapatkan perhatian yang lebih serius.

Meskipun memiliki peran yang krusial, UMKM khususnya pada sektor konveksi saat ini menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat seiring dengan bertambahnya pelaku usaha baru (Purwati *et al.*, 2022). Kondisi utama yang masih sering ditemui pelaku usaha adalah kurangnya kemampuan menentukan Harga Pokok Produksi secara terperinci. Dalam praktiknya, sebagian pelaku usaha masih melakukan perhitungan biaya produksi secara sederhana tanpa pemisahan biaya secara jelas, akibatnya informasi biaya yang diperoleh belum mencerminkan kondisi produksi yang sebenarnya (Dewi & Bahari, 2022). Metode *full costing* dapat digunakan sebagai solusi untuk memperhitungkan seluruh biaya produksi secara menyeluruh, karena salah satu pendekatan yang tepat karena menghitung semua komponen biaya produksi. Menurut Rohadi *et al.*, (2025) pelatihan Harga Pokok Produksi metode *full costing* menyadarkan pelaku pentingnya ketepatan serta perhitungan biaya sebagai dasar pengambilan keputusan produksi, yang pada akhirnya berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha.

Di sisi lain, perkembangan era digital yang sangat pesat menuntut UMKM untuk mampu beradaptasi dengan teknologi dalam kegiatan pemasaran (Sari, 2025). Namun fakta di lapangan masih banyak sebagian pelaku usaha mengalami keterbatasan dalam pemahaman, sumber daya, serta kemampuan manajerial dalam memanfaatkan teknologi digital (Nugraha *et al.*, 2023). Salah satu media yang dapat dimanfaatkan adalah WhatsApp Business, yang menyediakan berbagai fitur katalog produk, pesan otomatis, serta profil bisnis yang mendukung kegiatan promosi dan komunikasi dengan pelanggan (Maulida & Nugraeni, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa WhatsApp Business dapat dimanfaatkan bukan hanya untuk komunikasi, tetapi juga sebagai sarana promosi usaha

yang lebih efektif (Dzulhanto *et al.*, 2025). Pemanfaatan WhatsApp Business terbukti bisa menjangkau pasar lebih luas serta membuat komunikasi dengan pelanggan lebih aktif (Anjari *et al.*, 2025).

Permasalahan dalam digitalisasi UMKM bukan disebabkan oleh kesediaan teknologi, tetapi karena kesiapan pelaku usaha untuk memanfaatkannya secara optimal (Sofyan & Agusman, 2025). Sektor usaha ini memiliki peran yang strategis dan memiliki kontribusi. Permata Konveksi yang berlokasi di Sambeng 3 RT.06/RW.03, Sambirejo, Kecamatan Ngawen, Kabupaten Gunungkidul, Yogyakarta merupakan usaha yang bergerak di bidang jasa konveksi, meliputi pembuatan seragam, jasa jahit, serta produksi kaos.

Dalam pelaksanaannya, usaha ini masih menentukan harga pesanan berdasarkan perkiraan biaya bahan baku dan upah jahit tanpa mencatat dan mengalokasikan biaya overhead pabrik secara rinci setiap pesanan. Kondisi tersebut dapat berdampak pada ketidaktepatan penentuan harga jual serta mempengaruhi perolehan laba usaha (Kurnianto & Wafa, 2024). Selain itu, usaha ini masih menggunakan WhatsApp biasa dalam melayani pemesanan pelanggan dan belum memanfaatkan WhatsApp Business, sehingga fitur pendukung pemasaran seperti katalog, profil bisnis, dan pesan otomatis belum dimanfaatkan sebagai sarana promosi.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat berjudul "Analisis Harga Pokok Produksi *Full Costing* dan Optimalisasi WhatsApp Business pada UMKM." Kegiatan ini diharapkan membantu pelaku UMKM agar mampu mengatur biaya produksi dan dapat membantu dalam menentukan harga jual yang akurat serta memanfaatkan teknologi digital guna memperkuat daya saing usaha dan memperluas pemasaran secara lebih efektif.

METHOD

Kegiatan pengabdian Masyarakat diselenggarakan Permata Konveksi yang berlokasi di Gunungkidul, Yogyakarta pada bulan April 2026. Pelaksanaan kegiatan memanfaatkan pendekatan deskriptif kualitatif metode pendampingan partisipatif yang melibatkan pelaku usaha secara langsung selama rangkaian kegiatan berlangsung. Fokus pengabdian diarahkan pada pendampingan perhitungan Harga Pokok Produksi dengan metode *full costing* dan pemanfaatan WhatsApp Business sebagai sarana pemasaran digital. Tahapan kegiatan dalam pengabdian ini meliputi :

1. Wawancara. Tahap awal dilakukan dengan observasi dan wawancara lapangan secara langsung bersama untuk mengetahui kondisi operasional UMKM Permata Konveksi. Dilakukan indentifikasi terhadap kendala yang dihadapi pelaku usaha, baik dalam pengelolaan biaya produksi maupun pemanfaatan media digital untuk pemasaran. Pada tahap ini dilakukan pengumpulan informasi mengenai proses produksi, penggunaan bahan baku, pencatatan biaya usaha, hingga metode penentuan harga jual. Selanjutnya, dilakukan penyuluhan pentingnya penggunaan WhatsApp Business sebagai media promosi dan komunikasi serta permohonan izin kepada pemilik usaha untuk penerapannya.
2. Pelaksanaan pendampingan. Tahap pelaksanaan pendampingan dilakukan praktik langsung perhitungan Harga Pokok Produksi metode *full costing* dengan memperhitungkan biaya bahan baku, tenaga kerja dan overhead produksi. Selain itu, dilakukan optimalisasi pemasaran digital melalui pendampingan penggunaan WhatsApp Business, meliputi pembuatan akun usaha, pengaturan profil dan penyusunan katalog produk agar pelaku usaha mampu mengelola secara mandiri.
3. Evaluasi. Tahap terakhir ini dilaksanakan sebagai upaya menilai sejauh mana kegiatan yang telah dilakukan memberikan hasil yang efektif. Evaluasi difokuskan terhadap tingkat pemahaman pelaku usaha dalam menghitung Harga Pokok, kemampuan mencatat dan mengelompokkan biaya produksi serta keterampilan dalam memanfaatkan WhatsApp Business sebagai sarana pemasaran digital setelah kegiatan pendampingan dilaksanakan.

RESULTS AND DISCUSSION

Pengelolaan biaya produksi menjadi bagian penting dalam menjalankan usaha secara efisien. Perencanaan Harga Pokok Produksi berperan menggambarkan struktur biaya produksi secara lengkap (Susilawati *et al.*, 2024). Pengabdian ini digunakan metode *full costing* karena metode ini memperhitungkan seluruh komponen biaya produksi, baik yang bersifat tetap atau variabel, sehingga hasil perhitungannya lebih menyeluruh dan akurat. Selain pengelolaan biaya produksi, pemasaran digital juga penting dalam pengembangan usaha. Salah satu pemasaran digital yang akan diterapkan yaitu WhatsApp Business (Hartono & Yulianto, 2024). Menurut Hadi & Astuti, (2024) WhatsApp Business terbukti dapat mendukung komunikasi dengan pelanggan dan meningkatkan efektivitas dan efisiensi usaha.

Gambar 1. Lokasi UMKM Permata Konveksi



Sumber : Dokumentasi Tim PkM 2026

UMKM Permata Konveksi yang terletak di Sambeng, Sambirejo, Ngawen, Gunungkidul, Yogyakarta yang dikelola oleh Bapak Abdul dan Ibu Nida. Usaha ini bergerak di bidang jasa konveksi dan penjahitan pakaian. Melalui Kegiatan operasionalnya. Usaha ini menghadapi kendala Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Pemanfaatan digital marketing, sehingga dilakukan tahapan kegiatan untuk membantu kelancaran usaha. Tahapan kegiatan dalam pengabdian ini meliputi tahap wawancara, pelaksanaan dan evaluasi. Berikut uraian tahapan kegiatan :

Wawancara

Gambar 2 menunjukkan kegiatan wawancara kepada pemilik untuk mengidentifikasi permasalahan. Pada tahap pertama, ditemukan bahwa Permata konveksi masih mengalami kesulitan pada penetapan Harga Pokok Produksi karena belum menghitung secara *full costing* secara menyeluruh dan pencatatan biaya masih dilakukan secara sederhana. Dalam kegiatan ini kemudian diberikan pemahaman dasar mengenai akuntansi biaya dan pentingnya pencatatan seluruh komponen biaya produksi seperti bahan baku, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Setelah pemahaman dasar diberikan, kegiatan ini dilanjutkan dengan perencanaan pencatatan dan perhitungan Harga Pokok Produksi menggunakan Microsoft Excel supaya lebih terstruktur. Melalui penyusunan ini, pelaku usaha dapat mengetahui biaya produksi secara tepat, mengendalikan biaya, serta efisiensi dalam pengelolaan usaha.

Pada tahap selanjutnya, permasalahan yang kedua yaitu pemasaran digital yang belum optimal Pada tahapan ini diketahui bahwa usaha masih menggunakan WhatsApp biasa sehingga fitur pendukung pemasaran belum dimanfaatkan secara maksimal.

Melalui wawancara ini disiapkan beberapa informasi yang diperlukan untuk penggunaan WhatsApp Business, seperti alamat usaha, kontak, jam operasional, dan katalog, sehingga dapat dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi dan transaksi secara praktis. Selain itu, profil bisnis juga membantu peningkatan citra branding usaha melalui informasi yang lebih lengkap dan profesional (Wijayanti & Pabulo, 2023). Dengan demikian, penggunaan WhatsApp Business dapat mengoptimalkan pelayanan sekaligus memperkuat identitas dan kepercayaan.

Gambar 2. Wawancara Harga Pokok Produksi dan WhatsApp Business



Sumber : Dokumentasi Tim PkM 2026

Pelaksanaan Pendampingan

Tahap pelaksanaan pendampingan dilakukan melalui pencatatan keuangan menggunakan Microsoft Excel. Pada tahap ini dilakukan perhitungan harga pokok produksi dengan metode full costing melalui penggabungan biaya bahan baku, tenaga kerja langsung dan overhead pabrik pada produksi 500 pcs kaos selama 1 bulan. Berikut tahapannya :

Tabel 1. Biaya Bahan Baku

Bahan Baku	Kuantitas	Harga Satuan	Total Biaya
Kain Combad 24s (kg)	100	Rp 125.000	Rp 12.500.000
Benang (pcs)	65	Rp 9.000	Rp 585.000
Kain Rib (kg)	9	Rp 112.000	Rp 1.008.000
Total biaya Bahan baku			Rp 14.093.000

Tabel 2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Jenis Pekerja	Jumlah Pekerja	Upah /pcs	Total Baya
Biaya Menjahit	3	Rp 4.500	Rp 2.250.000
Biaya Sablon	1	Rp 2.000	Rp 1.000.000
Biaya <i>Freming</i>	1	Rp 1.000	Rp 500.000
Total Biaya			Rp 3.750.000

Tabel 3 Biaya Overhead Pabrik

Biaya Overhead Pabrik Tetap :	
Biaya Penyusutan Mesin Jahit	Rp 133.333
Biaya Penyusutan Mesin Sablon	Rp 41.667
Biaya Overhead Pabrik Variable :	
Biaya Listrik	Rp 250.000
Biaya Plastik Packing	Rp 150.000
Biaya <i>Transport</i>	Rp 550.000
Total Biaya Overhead Pabrik	Rp 1.125.000

Penyusutan mesin dihitung dengan garis lurus selama 10 tahun. Mesin jahit sebanyak 4 unit senilai Rp16.000.000 mengalami penyusutan Rp 1.600.000 per tahun atau Rp133.333 per bulan, sedangkan mesin obras senilai Rp 5.000.000 mengalami penyusutan pertahun atau Rp 41.677 perbulan. Total semua sebesar Rp 2.100.000 pertahun atau Rp 175.000 perbulan.

Tabel 4 Analisis Biaya Produksi

Biaya Bahan Baku	Rp 14.093.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 3.750.000
Total Biaya Overhead Pabrik	Rp 1.125.000
Total Biaya Produksi	Rp 18.968.000
Jumlah Produksi	500
HPP Per Unit	Rp 37.936

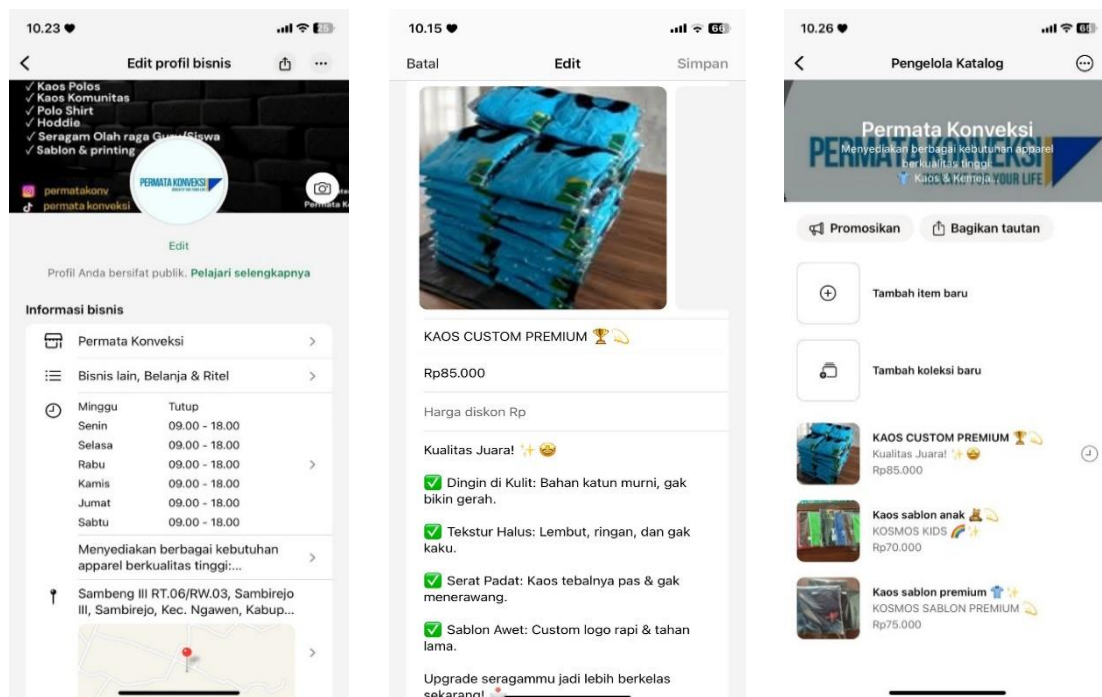
Setelah dilakukan perhitungan menggunakan metode *full costing*, didapatkan biaya produksi sebesar Rp 18.968.000. Dengan total produksi sebanyak 500 pcs kaos sablon, jadi diperoleh Harga Pokok Produksi (HPP) per unit sebesar Rp37.936. Hasil ini menunjukkan bahwa metode *full costing* membantu pelaku usaha mengetahui biaya produksi secara lebih tepat dan terstruktur

Selanjutnya, pemanfaatan WhatsApp Business pada tahap ini bertujuan membantu usaha memiliki identitas bisnis yang lebih jelas dan profesional dalam berkomunikasi dengan pelanggan. Pada tahap awal dilakukan pengunduhan dan pendaftaran akun WhatsApp Busines. Setelah itu ditunjukkan proses pembuatan profil bisnis yang memuat nama usaha, jenis usaha, alamat usaha, jam operasional, serta deskripsi usaha sebagai informasi yang diketahui oleh pelanggan. Selain pembuatan profil bisnis, tahap terakhir difokuskan pada penyusunan katalog produk agar informasi yang ditampilkan pelanggan menjadi lebih lengkap dan informatif.

Pembuatan katalog produk sebagai sarana menampilkan berbagai produk yang di tawarkan usaha yang terdiri dari berbagai macam kaos. Pada tahap ini, menambahkan daftar produk ke dalam katalog dengan melengkapi foto produk, nama produk, harga,

serta keterangan tambahan jika diperlukan. Fitur ini juga memungkinkan penambahan lebih dari satu jenis produk, termasuk pegelompokan produk dalam bentuk paket sesuai kebutuhan usaha.

Gambar 3. Hasil pembuatan profil bisnis dan katalog produk



Sumber : Dokumentasi Tim PkM 2026

Evaluasi

Tahap terakhir merupakan evaluasi atas pengabdian yang telah dilakukan di UMKM Permata Konveksi. Sebelum kegiatan dilaksanakan, pelaku UMKM masih kesulitan menetapkan Harga Pokok Produksi karena perhitungan masih belum dilakukan secara rinci serta belum menerapkan metode *full costing*. Pada aspek teknologi digital pelaku usaha juga belum optimalisasi khususnya pada WhatsApp Business sebagai sarana pemasarannya. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelaku memahami perhitungan tersebut lebih rinci, sehingga perhitungan biaya menjadi lebih terarah dan tidak lagi berdasarkan perkiraan. Selain itu evaluasi pada optimalisasi WhatsApp Business menunjukkan bahwa pelaku usaha telah memahami penggunaan profil bisnis dan katalog produk. Pelanggan dapat melakukan pemesanan dengan lebih mudah melalui WhatsApp dan komunikasi berlangsung cepat. Pencapaian evaluasi tersebut ditunjukkan pada indikator berikut :

Table 5 Hasil Indikator Kinerja

Keterangan	Sebelum	Sesudah
UMKM memahami dan mampu menghitung Harga Pokok Produksi metode <i>full costing</i> di setiap pesanan	0%	100%
UMKM memiliki dan melengkapi profil usaha pada WhatsApp Business	0%	100%
UMKM mampu menggunakan WhatsApp Business untuk komunikasi dan pemasaran secara lebih mudah	0%	100%

CONCLUSION

Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Permata Konveksi memperlihatkan bahwa pendampingan Harga Pokok Produksi metode *full costing* serta optimalisasi WhatsApp Business memberikan dampak positif terhadap cara pengelolaan usaha. Pelaku usaha tidak hanya memahami pentingnya mengidentifikasi seluruh unsur biaya produksi secara menyeluruh serta mampu melakukan perhitungan Harga Pokok Produksi sendiri pada setiap pesanan yang diterima. Perubahan terlihat pada cara penentuan biaya dan harga jual yang kini didasarkan pada perhitungan yang lebih terstruktur, tidak lagi berbasis perkiraan serta membantu dalam penentuan harga yang lebih rasional. Di sisi lain, pemanfaatan WhatsApp Business juga menunjukkan dampak positif dalam aspek pemasaran dan pelayanan. Profil usaha dan katalog produk yang telah disusun membuat informasi usaha menjadi lebih jelas, sehingga pelanggan dapat melakukan pemesanan dengan lebih mudah. Dengan demikian, pendekatan pendampingan yang dilakukan secara langsung dan bertahap terbukti efektif dalam mendorong perubahan praktik pengelolaan biaya produksi sekaligus pemanfaatan media digital yang lebih optimal untuk kelancaran usaha sehari-hari.

REFERENCES

- Anjari, B. A., Kristianingsih, T., Ulya, I., Rahmawati, R., & Armayrishtya, Z. (2025). PENDAMPINGAN PEMANFAATAN WHATSAPP BUSINESS UNTUK MEDIA PENGARSIPAN DAN PEMASARAN DIGITAL. *Jurnal Abdimas Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 50–57. <https://doi.org/10.31294/cdjazy05>
- Dewi, R., & Bahari, A. (2022). ANALISIS PERBANDINGAN HARGA POKOK PRODUKSI MENGGUNAKAN METODE FULL COSTING DAN VARIABLE COSTING. Retrieved from <http://ecampus.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/tamwil/index>
- Dzulhanto, B. Y., Khotijah, F., Renjani, I. A., Ramadhan, Y., & Pramono. (2025). PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL

- WHATSAPP BUSINESS UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA FIT.ME HIJAB. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 3(2), 220–226. <https://doi.org/10.61722/jiem.v3i2.3818>
- Hadi, & Astuti. (2024). PELATIHAN WHATSAPP BISNIS UNTUK STRATEGI PEMASARAN PADA UMKM DI TEWEH TENGAH, KALIMANTAN TENGAH. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 2(4), 420–424. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v2i4.299>
- Hartono, R., & Yulidianto, A. (2024). PEMANFAATAN APLIKASI WHATSAPP BUSINESS SEBAGAI MEDIA PROMOSI USAHA MAMA NAURA SHOP DESA TELUK MESJID KECAMATAN DANAU PANGGANG KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA.
- Khumairo, H., Hersiyah, & Mashudi. (2025). PERAN UMKM DALAM MENDORONG PERTUMBUHAN EKONOMI DAN PEMERATAAN PENDAPATAN DI INDONESIA. <https://doi.org/10.55043/ekonomipedia>
- Kurnianto, F., & Wafa, Z. (2024). PELATIHAN PENENTUAN HARGA POKOK PENJUALAN KUE MOCHI DENGAN METODE FULL COSTING. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5(4), 1501–1509. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v5i4.2042>
- Maulida, F., & Nugraeni. (2024). OPTIMALISASI DIGITAL MARKETING, WHATSAPP BUSINESS SEBAGAI MEDIA PEMASARAN PADA UMKM JAMU SEGER WARAS. *Jurnal Ilmiah Kajian Multidisipliner*, 8(6).
- Nugraha, B. B., Khasanah, D. U., Rafif, M., Fadilah, R. A. N., & Azizah, R. (2023). PENDAMPINGAN PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM KONVEKSI AURA DESA KAYENLOR KECAMATAN PLEMAHAN KABUPATEN KEDIRI. Retrieved from <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare>
- Purwati, S., Mukarromah, S., Oktyajati, N., Mayasari, S., Fitroh, B. A., & Utomo, P. W. (2022). PENYULUHAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK PENGEMBANGAN UMKM KONVEKSI. *Educate: Journal of Community Service in Education*, 2(2), 58–65. <https://doi.org/10.32585/educate.v2i2.2760>
- Rohadi, E. A., Pusung, R. J., & Latjandu, L. D. (2025). PENERAPAN METODE FULL COSTING DALAM MENENTUKAN HARGA POKOK PRODUKSI PADA PABRIK TAHU LANGGENG JAYA. *Manajemen Bisnis dan Keuangan Korporat*, 3(2), 660–669. <https://doi.org/10.58784/mbkk.417>

- Sari, B. M., & Bayangkara, I. B. K. (2025). ANALISIS PERKEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL OLEH UMKM LOKAL DALAM MENGHADAPI TANTANGAN TRANSFORMASI DIGITAL: STUDI PUSTAKA DALAM PERSPEKTIF SISTEM PENGENDALIAN MANAJEMEN DAN KEBERLANJUTAN. <https://doi.org/10.69957/grjb.v5i04.2575>
- Sofyan, S., & Agusman. (2025). ANALISIS KESIAPAN UMKM MENGHADAPI EKONOMI DIGITAL. *JMAB*, 9(1). <https://doi.org/10.62262/jmab.v9i1.306>
- Susilawati, R., Salsabila, S., Safitri, S., & Pebrianto, D. (2024). IMPLEMENTASI PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI (HPP) DENGAN METODE FULL COSTING DAN PENGOPTIMALAN PEMASARAN DIGITAL PADA PENJUALAN SNACK GUPAROVE STUDI KASUS PADA PELAKU UMKM IBU SUWARSU KELURAHAN MARGOMULYO. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Ekonomi*, 3(1), 110–125. <https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v3i1.2707>
- Wijayanti, W., & Pabulo, A. P. (2023). PENDAMPINGAN PENGURUSAN LEGALITAS SERTA OPTIMALISASI WHATSAPP BISNIS DALAM RANGKA PENGEMBANGAN UMKM: “UMKM NAIK KELAS!”. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i4.1904>