



Analisis Kewajaran Penentuan Harga Jual Menurut Masyarakat

Analysis of the Fairness of Determining Selling Prices According To The Community

Muhamad Riski Ramadan¹, Pajar Nugraha², Firman Hidayat³, Muhamad Pradika⁴

Manajemen, Fakultas Ilmu Ekonomi, STIE Pasim Sukabumi

Email : Galon1205@gmail.com¹, pajarnugraha92@gmail.com², fhidayat2125@gmail.com³,
tahugoreng1904@gmail.com⁴

Article Info

Article history :

Received : 04-03-2026

Revised : 06-03-2026

Accepted : 08-03-2026

Pulished : 10-03-2026

Abstract

This research activity aims to improve the understanding of small business owners at EL AZZAM Islamic Boarding School in determining selling prices accurately and systematically. The main problem faced is limited understanding in calculating production costs and determining profits. The implementation method includes initial observation, counseling on cost components and selling price determination, and activity evaluation. The activity was carried out for one month with a weekly schedule. The results of the activity indicate that business owners are able to determine selling prices more accurately and structured. This activity also encourages increased awareness of business owners in managing costs efficiently and setting selling prices that support business sustainability.

Keywords : Determining selling prices, Small business actors

Abstrak

Kegiatan penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku kecil di PONPES EL AZZAM dalam penentuan harga jual secara tepat dan sistematis. Permasalahan utama yang dihadapi adalah keterbatasan pemahaman dalam menghitung biaya produksi dan penentuan laba. Metode pelaksanaan meliputi observasi awal, penyuluhan mengenai komponen biaya dan penentuan harga jual serta evaluasi kegiatan. Kegiatan dilaksanakan selama satu bulan dengan jadwal mingguan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku usaha mampu menentukan harga jual dengan lebih akurat dan terstruktur. Kegiatan ini juga mendorong peningkatan kesadaran pelaku usaha dalam mengelola biaya secara efisien serta menetapkan harga jual yang mendukung keberlanjutan usaha.

Kata Kunci : Penentuan harga jual, Pelaku usaha kecil

PENDAHULUAN

Penentuan harga jual merupakan salah satu Keputusan penting dalam pengelolaan usaha kecil karena berpengaruh langsung terhadap kemampuan usaha dalam menutup biaya produksi dan memperoleh laba yang berkelanjutan. Dalam praktiknya banyak pelaku usaha kecil berbasis masyarakat masih menentukan harga jual secara sederhana, seperti mengikuti harga pasar atau perkiraan pribadi, tanpa memperhitungkan seluruh komponen biaya secara sistematis. Fenomena ini juga di temukan pada pelaku usaha di pondok pesantren El Azzam, Dimana keterbatasan pemahaman atau tidak ingin ribet mengenal biaya produksi dan penentuan laba berdampak pada ke tidak tepatnya harga jual.

Secara teoritis, penentuan harga jual yang tidak di dasarkan pada perhitungan biaya yang memadai dapat menyebabkan ketidak seimbangan antara biaya,harga,dan laba. Pada konteks usaha



kecil berbasis pesantren, kondisi ini menjadi lebih sulit karena usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada keberlanjutan ekonomi dan fungsi sosial.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku usaha kecil di ponpes el Azzam mengenai penentuan harga jual yang tepat dan sistematis melalui pendampingan perhitungan biaya produksi dan penetapan laba, sehingga mendukung keberlanjutan usaha.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep penentuan harga jual dalam usaha kecil

Penentuan harga jual merupakan salah satu Keputusan strategis yang sangat krusial dalam pengelolaan usaha kecil dan menengah (UMKM). Harga jual berfungsi sebagai alat untuk menutup biaya produksi, menghasilkan laba, serta mencerminkan nilai produk di mata konsumen. Dalam konteks UMKM, penetapan harga jual sering kali dilakukan secara sederhana dan intuitif, tanpa didasarkan pada perhitungan biaya sistematis. Kondisi ini menyebabkan harga jual yang ditetapkan tidak mencerminkan kondisi keuangan usaha secara riil.

Penelitian Ubaidillah (2022) menyatakan bahwa sebagian besar pelaku UMKM, menetapkan harga jual berdasarkan kebiasaan, pemikiran, atau mengikuti harga pesaing tanpa mempertimbangkan struktur biaya secara menyeluruh. Akibatnya, pelaku usaha tidak mampu mengidentifikasi apakah harga jual yang diterapkan telah menutup seluruh biaya produksi dan memberikan keuntungan yang memadai. Hal ini menunjukkan bahwa penentuan harga jual pada UMKM tidak hanya merupakan persoalan pemasaran, tetapi juga berkaitan erat dengan kemampuan manajerial dan literasi keuangan pelaku usaha.

Harga Pokok Produksi Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual

Harga pokok produksi (HPP) merupakan komponen fundamental dalam penentuan harga jual. HPP mencakup seluruh biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu produk, meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, serta biaya overhead produksi, ketepatan dalam menghitung HPP menjadi prasyarat utama agar harga jual yang ditetapkan mampu menutup biaya dan menghasilkan laba.

Penelitian Indriawati dan Astuti (2021). Menemukan bahwa rendahnya pemahaman pelaku UMKM terhadap komponen biaya produksi menyebabkan terjadinya kesalahan dalam perhitungan HPP. Kesalahan tersebut berdampak langsung pada ketidaksepakatan harga jual, dimana sebagian produk dijual di bawah biaya produksi tanpa disadari oleh pelaku usaha. Temuan ini diperkuat oleh Haryoso et al. (2023) yang menyatakan bahwa ketidakakuratan HPP merupakan penyebab utama rendahnya profitabilitas UMKM meskipun volume penjualan relatif tinggi.

Lebih lanjut, penelitian Apipah et al. (2022) menunjukkan bahwa setelah pelaku UMKM diberikan pendampingan dalam perhitungan HPP, terjadi peningkatan kemampuan dalam menentukan harga jual yang lebih rasional dan berpotensi pada keberlanjutan usaha. Hasil ini menegaskan bahwa HPP bukan sekedar alat perhitungan akuntansi, melainkan dasar pengambilan Keputusan strategis dalam penetapan harga jual UMKM.



Teori Strategi Penetapan Harga Jual Pada UMKM

Selain berlandaskan pada biaya produksi, penentuan harga jual juga dipengaruhi oleh strategi harga yang diterapkan oleh pelaku usaha. Strategi penetapan harga merupakan pendekatan yang di gunakan untuk menentukan harga dengan mempertimbangkan tujuan usaha, kondisi pasar, dan karakteristik konsumen.

Penelitian Ubaidillah(2022) mengungkapkan bahwa metode *cost-plus pricing* merupakan strategi yang paling banyak digunakan oleh UMKM, yaitu dengan menambahkan margin keuntungan tertentu di atas HPP. Metode ini dipilih karena relative mudah di terapkan dan tidak memerlukan analisis pasar yang kompleks. Namun demikian, ketergantungan UMKM pada satu metode harga saja di nilai kurang adaftif terhadap dinamika pasar.

Penelitian Sari dan Nugroho(2023) menunjukan bahwa UMKM yang mulai mengobinasikan pendekatan biaya dengan strategi *competitive pricing* dan *value-based pricing* memiliki daya saing yang baik. Pendekatan ini memungkinkan pelaku usaha menyesuaikan harga tidak hanya berdasarkan biaya interna, tetapi juga berdasarkan harga pesaing dan persepsi nilai konsumen. Dengan demikian, harga jual tidak hanya mencerminkan biaya produksi, tetapi juga posisi produk di pasar.

Pengaruh penentuan harga jual terhadap kinerja UMKM

Berbagai penelitian empiris menunjukan bahwa penentuan harga jual memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja dan pendapatan UMKM. Harga jual yang tepat dapat meningkatkan margin laba, menjaga arus kas, serta mendukung keberlangsungan usaha.

Penelitian Harahap et al. (2023) menemukan bahwa harga jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM sektor perdagangan. UMKM yang mampu menyesuaikan harga dengan struktur biaya dan daya beli konsumen menunjukan kinerja keuangan yang lebih baik di bandingkan UMKM yang menetapkan harga secara intuitif. Hasil ini sejalan dengan penelitian Putri dan Ramadhan (2024) yang menyatakan bahwa kejelasan strategi harga berkontribusi terhadap peningkatan profitabilitas dan loyalitas pelanggan.

Temuan-Temuan tersebut menunjukan bahwa harga jual tidak dapat di pandang sebagai variabel pasif, melainkan sebagai instrument strategis yang menentukan keberhasilan UMKM.

Permasalahan Penentuan Harga Jual Pada UMKM

Meskipun peran harga jual sangat penting, berbagai penelitian mengungkapkan masih banyak permasalahan yang di asar penetapan harga.hadapi UMKM dalam penerapan harga jual.indriawati dan astuti (2021) menegaskan bahwa rendahnya literasi keuangan menjadi kendala utama pelaku UMKM dalam menghitung biaya dan menentukan harga jual secara tepat selain itu, Apipah et al. (2022) menyebutkan bahwa minimnya pencatatan keuangan menyebabkan pelaku usaha tidak memiliki data biaya yang akurat sebagai dasar penetapan harga.

Kondisi tersebut di perparah dengan keterbatasan akses pelatihan dan pendampingan usaha, sehingga pelaku UMKM cenderung mempertahankan pola penetapan harga tradisional yang tidak berbasis perhitungan keuangan. Hal ini menunjukan adanya kebutuhan mendesak akan peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam aspek akuntansi biaya dan strategi harga.



SINTESIS TINJAUAN PUSAKA

Jadi dapat di simpulkan bahwa pentuan harga jual pada UMKM merupakan proses multidimensional yang di pengaruhi oleh perhitungan HPP, strategi harga, serta kemampuan manajerial pelaku usaha. Sebagiaian besar penelitian sepakan bahwa HPP merupakan dasar utama penetapan harga jual yang di rasional (Indriawati & astuti, 2021; Haryoso et al., 2023). Selain itu, penetapan strategi harga yang tepat terbukti berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan dan keberlanjutan UMKM (Harapa et al., 2023; Putri & Ramadhan, 2024).

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif atau metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena secara mendalam tanpa melakukan intervensi, dengan fokus pada pemahaman konteks dan pengalaman subjek penelitian. Dengan metode pengabdian kepada Masyarakat. Metode ini dipilih untuk menggambarkan secara sistematis pemahaman pelaku usaha kecil dalam penentuan harga jual serta perubahan yang terjadi setelah diberikan pendampingan.

Subjek dan Lokasi Penelitian.

Subjek penelitiannya adalah pelaku usaha kecil yang berada di Pondok Pesantren El Azzam Sukabumi. pemilihan Lokasi dilakukan karena Dekat dengan Lokasi rumah, dan ditemukannya permasalahan dalam penentuan harga jual yang masih bersifat intuitif dan belum berbasis perhitungan biaya yang sistematis.

Waktu dan Durasi Penelitian.

Kegiatan penelitian dan pendampingan dilaksanakan selama satu bulan, dengan jadwal kegiatan mingguan yang mencakup observasi, penyuluhan, praktik perhitungan harga, dan evaluasi hasil kegiatan.

Tahapan Pelaksanaan Penelitian.

Tahapan penelitian dilakukan melalui tiga tahapan

1. Tahap Observasi Awal (Identifikasi Masalah)

Tahap ini bertujuan untuk mengetahui kondisi awal pelaku usaha dalam menentukan harga jual. Kegiatan yang dilakukan meliputi:

- a. Observasi langsung terhadap proses produksi dan penetapan harga.
- b. Wawancara awal dengan pelaku usaha mengenai cara menentukan harga jual dan perhitungan biaya produksi.
- c. Identifikasi Tingkat pemahaman pelaku usaha tentang biaya bahan baku, teanga kerja, dan biaya overhead produksi.

2. Tahap penyuluhan dan pendampingan

Tahap ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku usaha mengenai penentuan harga jual yang sistematis. Materi yang di berikan meliputi:



- a. Konsep dasar biaya produksi dan harga pokok produksi.
- b. Konsep biaya produksi, yaitu biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead.
- c. Metode penentuan harga jual, seperti *cost-plus pricing*, *competitive pricing*, dan *value-based pricing*.
- d. Simulasi perhitungan HPP dan penentuan harga jual menggunakan contoh kasus usaha pelaku UMKM.

Pendampingan dilakukan melalui diskusi, Latihan perhitungan, serta konsultasi langsung dengan pelaku usaha.

3. Tahap evaluasi dan monitoring.

Tahap evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas kegiatan pendampingan. Evaluasi meliputi:

- a. Perbandingan kemampuan pelaku usaha dalam menentukan harga jual sebelum dan sesudah pendampingan.
- b. Pengukuran peningkatan pemahaman pelaku usaha melalui wawancara dan diskusi.
- c. Analisis perubahan pola penetapan harga jual setelah pelaku usaha memahami perhitungan biaya produksi.

Teknik pengumpulan data.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Observasi

Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung praktik penentuan harga jual.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur kepada pelaku usaha untuk mengetahui pemahaman mereka tentang biaya produksi dan penetapan harga jual.

Teknik analisis data.

Data yang di peroleh dianalisis menggunakan **analisis deskriptif kualitatif**. Tahap analisis meliputi:

1. Reduksi data, yaitu memilah data yang relevan dengan tujuan penelitian.
2. Penyajian data dalam bentuk anarsi deskriptif.
3. Penarikan Kesimpulan berdasarkan perubahan pemahaman pelaku usaha sebelum dan sesudah pendampingan.

Hasil analisis digunakan untuk menilai kewajaran penentuan harga jual menurut perspektif Masyarakat pelaku usaha kecil serta dampaknya terhadap keberlanjutan usaha.

**Indikator keberhasilan kegiatan.**

Keberhasilan kegiatan diukur berdasarkan:

1. Meningkatnya pemahaman pelaku usaha tentang komponen biaya produksi.
2. Kemampuan pelaku usaha menghitung harga pokok produksi (HPP).
3. Kemampuan pelaku usaha menentukan harga jual secara rasional dan sistematis.
4. Perubahan sikap pelaku usaha dalam mengelola biaya dan menetapkan laba usaha.

HASIL PENELITIAN**Langkah-langkah tes penelitian.**

1. Identifikasi kondisi awal
2. Pengukuran pemahaman awal pelaku usaha
3. Pelaksanaan pendampingan dan simulasi perhitungan biaya
4. Evaluasi akhir pemahaman pelaku usaha
5. Analisa kewajaran harga jual
6. Analisis perubahan pola penetapan harga
7. Evaluasi *dampak terhadap keberlanjutan usaha*.

Penjelasan Langkah yang dilakukan

1. Identifikasi kondisi awal

Langkah yang dilakukan:

- a. Melakukan observasi langsung terhadap proses produksi dan penentuan harga jual yang dilakukan pelaku usaha.
- b. Melakukan wawancara awal untuk mengetahui metode penetapan harga dan pemahaman pelaku usaha terhadap biaya produksi.
- c. Mengidentifikasi komponen biaya yang sudah dan belum diperhitungkan oleh pelaku usaha.

Penjelasan:

Tahap ini bertujuan untuk memperoleh Gambaran awal tentang praktik penentuan harga jual yang dilakukan pelaku usaha sebelum pendampingan. Data ini digunakan sebagai dasar pembandingan untuk melihat perubahan setelah intervensi penelitian dilakukan.

2. Pengukuran pemahaman awal pelaku usaha (pre-test)

Langkah yang dilakukan:

- a. Memberikan pertanyaan sederhana terkait konsep biaya bahan baku, tenaga kerja, overhead.
- b. Meminta pelaku usaha menjelaskan cara mereka menentukan harga jual produk.
- c. Mendokumentasikan Tingkat pemahaman pelaku usaha dalam bentuk kategori (rendah, sedang, tinggi).



Penjelasan:

Pre-test digunakan untuk mengukur Tingkat literasi keuangan pelaku usaha sebelum diberikan pendampingan. Hasil pengukuran di ringkas dalam **Tabel 1**.

3. Pelaksanaan pendampingan dan simulasi perhitungan harga

Langkah yang dilakukan:

- Penyampaian materi tentang konsep harga pokok produksi(HPP).
- Penjelasan metode penentuan harga jual(cost-plus pricing, competitive pricing, dan value-based pricing).
- Simulasi perhitungan HPP dan harga jual menggunakan contoh kasus usaha pelaku UMKM.

Penjelasan:

Tahap ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku usaha melalui pembelajaran teoritis dan praktik langsung perhitungan harga jual.

4. Evaluasi akhir pemahaman pelaku usaha(Post-test)

Langkah yang dilakukan:

- Pelaku usaha diminta menghitung HPP dan harga jual produk secara mandiri.
- Hasil perhitungan pelaku usaha dibandingkan dengan perhitungan peneliti.
- Dilakukan wawancara untuk mengetahui perubahan pemahaman dan sikap pelaku usaha.

Penjelasan:

Post-test dilakukan untuk mengetahui efektivitas pendampingan dalam meningkatkan kemampuan pelaku usaha menentukan harga jual secara sistematis. Hasil evaluasi dirangkum dalam **Tabel 2**.

5. Analisis kewajaran harga jual

Langkah yang dilakukan:

- Membandingkan harga jual yang diterapkan pelaku usaha dengan harga pasar produk sejenis.
- Menganalisis kesesuaian harga jual dengan struktur biaya produksi(HPP).
- Menilai margin keuntungan yang diterapkan pelaku usaha.

Penjelasan:

Harga jual dinilai wajar apabila mampu menutup biaya produksi, memberikan laba yang realistis, dan tetap kompetitif di pasar. Hasil analisis yang disajikan dalam Tabel 3

6. Analisis perubahan pola penetapan harga

Langkah yang dilakukan:

- Mengidentifikasi metode penentuan harga sebelum dan sesudah pendampingan.
- Mengklasifikasikan perubahan metode penetapan harga(intuitif→cost-based/strategic pricing).



Penjelasan:

Tahap ini menunjukkan tahapan pola pikir dan pelaku usaha dalam menetapkan harga jual secara lebih rasional dan berbasis perhitungan biaya.

7. Evaluasi dampak terhadap keberlanjutan usaha

Langkah yang dilakukan:

- Menilai perubahan sikap pelaku usaha dalam pencatatan biaya dan perencanaan laba.
- Mengidentifikasi stabilitas harga dan potensi peningkatan keuntungan usaha.
- Mengumpulkan testimoni pelaku usaha terkait manfaat pendampingan.

Penjelasan:

Evaluasi ini bertujuan untuk melihat dampak jangka pendek dan jangka Panjang pendampingan terdapat keberlanjutan usaha kecil berbasis pesantren.

Tabel dan grafik hasil (Ringkasan stastistik).

Tabel 1. Tingkat pemahaman pelaku usaha sebelum pendampingan

Aspek Pemahaman	Kategori
Biaya bahan baku	Rendah
Biaya tenaga kerja	Rendah
Biaya overhead	Rendah
Perhitungan HPP	mampu

Tabel 2. Perbandingan pemahaman sebelum dan sesudah pendampingan

Aspek	Sebelum	Sesudah
Pemahaman biaya produksi	Rendah	Mampu
Kemampuan menghitung HPP	Mampu	Tinggi
Penentuan harga sistematis	Kurang	Lumayan

Tabel 3. Analisi kewajaran harga jual

Kriteria	Hasil Analisis
Menutup biaya produksi	Terpenuhi
Margin keuntungan	Wajar
Daya saing harga pasar	Kompetitif

PEMBAHASAN

Penentuan harga jual merupakan Keputusan strategis yang sangat menentukan keberlangsungan usaha kecil. Hasil penelitian ini menunjukkan sebelum pendampingan, pelaku usaha cenderung menetapkan harga berdasarkan intuisi dan kebiasaan, sejalan dengan temuan Ubaidillah (2022) yang menyatakan bahwa Sebagian UMKM belum menggunakan perhitungan biaya secara sistematis dalam menentukan harga jual.

Setelah di berikan pendampingan, pelaku usaha mampu menghitung HPP dan menerapkan metode cost-plus pricing. Hal ini sejalan dengan penelitian indriawati dan astuti (2021) serta



haryoso et al. (2023) yang menegaskan bahwa penetapan perhitungan HPP menjadi dasar utama dalam penentuan harga jual yang rasional.

Selain itu, pelaku usaha mulai mempertimbangkan strategi harga lain seperti competitive pricing dan value-based pricing. Sebagaimana dikemukakan oleh saqri dan Nugroho (2023). Pendekatan ini memungkinkan pelaku usaha menyesuaikan harga tidak hanya berdasarkan biaya internal, tetapi juga kondisi pasar dan persepsi konsumen.

Temuan penelitian ini juga mendukung hasil penelitian harapa et al. (2023) dan putri dan Ramadhan (2024) yang menunjukkan bahwa penentuan harga jual yang tepat berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM. Dengan harga yang mencerminkan struktur biaya dan margin keuntungan yang memadai, pelaku usaha memiliki peluang lebih besar untuk mencapai keberlanjutan usaha.

Secara keseluruhan, kegiatan pendampingan ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan dan pemahaman biaya produksi dapat meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam menentukan harga jual secara wajar menurut persepsi Masyarakat pelaku usaha kecil.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa:

- a. Pelaku usaha kecil di Pondok pesantren El Azzam Pada wal menetapkan harga jual secara intuitif tanpa perhitungan biaya produksi yang sistematis.
- b. Pendampingan dan penyuluhan mengenai perhitungan HPP dan strategi penetapan harga jual mampu meningkatkan pemahaman pelaku usaha dalam menentukan harga jual secara rasional dan terstruktur.
- c. Setelah pendampingan, pelaku usaha mampu menghitung biaya produksi, menetapkan margin laba, serta mempertimbangkan factor pasardalam penentuan harga jual.
- d. Penentuan harga jual yang tepat meningkatkan kesadaran pelaku usaha dalam mengelola biaya secara efisien dan mendukung keberlanjutan usaha kecil.

REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian, rekomendasi yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku usaha kecil

Pelaku usaha disarankan untuk melakukan pencatatan biaya produksi secara rutin dan menggunakan perhitungan HPP sebagai dasar dalam menentukan harga jual agar usaha dapat memperoleh laba yang berkelanjutan.

2. Bagi pengelola Pondok pesantren

Pengola pondok pesantren di sarankan untuk menyediakan pelatihan manajemen keuangan dan akuntansi biaya secara berkala guna meningkatkan kapasitas pelaku usaha di lingkungan pesantren.

3. Bagi akademis dan perguruan tinggi

Perguruan tinggi disarankan untuk melakukan program pendampingan



UMKM secara berkelanjutan sebagai bagian dari pengabdian kepada Masyarakat guna meningkatkan literasi keuangan pelaku usaha kecil.

4. Bagi Peneliti selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan kuantitatif atau mixed methods untuk mengukur secara statistik pengaruh penentuan harga jual terhadap profitabilitas dan kinerja UMKM.

PENELITIAN LANJUTAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian ini, terdapat beberapa peluang untuk penelitian selanjutnya. Penelitian lanjutan dapat dilakukan dengan pendekatan kuantitatif untuk mengukur secara empiris pengaruh penentuan harga jual terhadap profitabilitas, volume penjualan, dan kinerja keuangan UMKM.

Selain itu, penelitian selanjutnya dapat mengembangkan model strategi penetapan harga berbasis nilai (value-based pricing) yang disesuaikan dengan karakteristik konsumen pesantren dan Masyarakat sekitar. Pendekatan mixed methods juga dapat digunakan untuk mengombinasikan analisis kualitatif dan kuantitatif guna memperoleh Gambaran yang lebih komprehensif mengenal factor-faktor yang memengaruhi kewajaran harga jual menurut Masyarakat.

Penelitian lanjutan juga disarankan untuk memperluas objek penelitian pada UMKM di wilayah lain agar diperoleh generalisasi hasil penelitian yang lebih luas serta pengembangan model pendampingan UMKM yang lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Apipah, N., Rahman, A., & Suryani, T. (2022). Improving cost calculation capability of micro enterprises through production cost training. *Journal of Community Empowerment*, 7(2), 45–53.
- Harahap, R., Nasution, D., & Lubis, M. (2023). The effect of pricing strategy on MSMEs income performance in trade sector. *Journal of Business and Management Research*, 12(1), 88–99.
- Haryoso, A., Pratama, R., & Wulandari, S. (2023). Accuracy of cost of goods manufactured and its impact on MSMEs profitability. *Journal of Applied Accounting*, 10(3), 120–131.
- Indriawati, L., & Astuti, S. (2021). Analysis of MSMEs understanding of production cost components in determining selling price. *Journal of Economics and Business Studies*, 9(2), 65–74.
- Putri, D., & Ramadhan, A. (2024). Pricing strategy and customer loyalty in small enterprises. *Journal of Marketing and Entrepreneurship*, 6(1), 30–41.
- Sari, M., & Nugroho, B. (2023). Pricing strategies based on cost and customer value in MSMEs. *Strategic Management Journal*, 5(2), 101–112.
- Ubaidillah. (2022). Pricing decision in small and medium enterprises: A managerial perspective. *Journal of Entrepreneurship Studies*, 8(1), 55–66.