

# Pendampingan Penentuan Harga Jual Buku di Penerbit Peneleh (*Assistance in Determining the Selling Price of Books at Peneleh Publishers*)

Aji Dedi Mulawarman<sup>1\*</sup>, M. Fadhir A.I. Lamase<sup>2</sup>, Novrida Qudsi Lutfillah<sup>3</sup>, Febrina Nur Ramadhani<sup>4</sup>, Meryana Rizky Ananda<sup>5</sup>

Universitas Brawijaya, Malang<sup>1,2,4,5</sup>

Politeknik Negeri Malang, Malang<sup>3</sup>

[ajidedim@ub.ac.id](mailto:ajidedim@ub.ac.id)<sup>1\*</sup>



## Riwayat Artikel

Diterima pada 12 September 2022

Revisi 1 pada 2 Oktober 2022

Revisi 2 pada 5 Oktober 2022

Disetujui pada 14 Oktober 2022

## Abstract

**Purpose:** to overcome problems related to determining the selling price of books appropriately by considering material and non-material aspects.

**Method:** This assistance was carried out at Peneleh Publishers using the Participatory Action Research (PAR) method. Data were collected through observation, Focus Group Discussion, interviews, and documentation. Analysis of the success of the mentoring program can be seen through three indicators, namely knowledge, action, and evaluation.

**Results:** The implementation of the program is carried out in three stages, namely socialization, mentoring, and review. The socialization stage of this program was carried out in 5 meetings. From the socialization stage, information was obtained regarding the problems faced by participants related to setting the selling price of books and giving discounts. The next stage is mentoring. The activities carried out at this stage are identifying material and non-material aspects in determining the selling price of books, identifying differences in the components of determining the selling price of printed books and digital books, calculating the cost of goods sold with the agreed method, determining the pattern calculation of selling prices and book discounts, as well as applying formulas with the designed system. The stage of reviewing the abilities and skills of participants is carried out to evaluate the entire program that has been carried out. Based on the review of the abilities and skills of the participants in determining the selling price of books, it can be said that the abilities and skills of the participants are good.

**Conclusion:** The mentoring program have been achieved well. Participants of the mentoring program can understand the concept and urgency of setting selling prices on their products, be able to identify the components of costs, both material and non-material, understand the right discount calculation pattern, and be able to apply the technique of determining the right selling price for book products. published.

**Keywords:** *Cost of Goods Sold, Participatory Action Research, Selling Price*

**How to cite:** Mulawarman, A.D., Lamase, M, F, A, I., Lutfillah, N, Q., Ramadhani, F, N., Ananda, M, R. (2022). Pendampingan Penentuan Harga Jual Buku di Penerbit Peneleh. *Jurnal Abdimas Multidisiplin*, 1(1), 25-33.

## 1. Pendahuluan

Harga jual menjadi salah satu faktor penting karena berdampak pada pendapatan yang juga menentukan sustainability bisnis tersebut. Statement of Financial Accounting Concepts (SFAC) No.5 tentang Pengakuan dan Pengukuran dalam Laporan Keuangan Perusahaan Bisnis menetapkan bahwa pendapatan harus mencerminkan harga jual dan waktu pengiriman barang dan/atau jasa (Norton & Wetzel, 1986; Srivastava, 2013). Perhitungan harga jual produk yang kurang tepat seperti menetapkan harga terlalu tinggi atau terlalu rendah dapat berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis yang bersangkutan, sehingga poin ini tidak dapat diabaikan. Pentingnya persoalan harga jual dengan demikian tidak dapat dikesampingkan, terlebih bagi sebuah bisnis yang merupakan pemain baru di pasar sejenisnya (Purba et al., 2021; Wibowo, 2022). Hal ini menjadi sorotan peneliti dalam rencana tindakan pengabdian kepada masyarakat yang dalam hal ini adalah kepada Penerbit Peneleh sebagai pemain baru dalam industri penerbitan buku. Perhatian khusus terhadap penentuan harga jual dapat menjadi satu upaya dari sisi keuangan untuk menjaga keberlanjutan (*going concern*) eksistensi Penerbit Peneleh. Bukan tanpa maksud, keberlanjutan Penerbit Peneleh diperlukan atas dasar visi-misi yang berorientasi lebih dari sekadar orientasi materialistis.

Penerbit Peneleh merupakan penerbitan buku berbasis donasi/wakaf produktif yang mana modal kerja berasal dari para dermawan yang peduli akan arah pendidikan untuk mencapai Indonesia yang mandiri (*zelfbestuur*). Berdiri di bawah naungan Yayasan Peneleh Jang Oetama, Penerbit Peneleh berkomitmen untuk mendistribusikan seluruh hasil penjualan buku-buku terbitannya untuk pembangunan dan operasionalisasi Masjid Kampus dan Pusat Pembelajaran Gratis URuP, yang merupakan sebuah organisasi yang bergerak pada bidang pendidikan pemuda secara cuma-cuma untuk mencetak para penggerak hijrah. Sebagai sebuah bisnis yang berjalan pada era yang semakin dinamis, dengan berbekal komitmen *zelfbestuur*, Penerbit Peneleh perlu berjalan beriringan dengan segala perkembangan yang terjadi di industri penerbitan buku. Kemajuan teknologi saat ini jelas telah membawa perubahan besar dalam berbagai sektor industri, tidak terkecuali industri penerbitan buku, yang membawa mereka melakukan ekspansi ke pasar digital. Penjualan buku tidak lagi sebatas pada penjualan offline di toko-toko buku tetapi telah merambah ke penjualan online. Selain itu penawaran terhadap pengalaman membaca juga berkembang ke pengalaman membaca secara digital yang dinilai lebih praktis dan dapat dilakukan kapanpun-dimanapun (*e-book*). Penerbit Peneleh telah mengambil peluang ini dengan memberikan penawaran pengalaman belanja kepada konsumen secara offline dan online atas buku-buku yang diterbitkan.

Secara umum penentuan harga jual suatu produk dapat dipengaruhi oleh keseimbangan permintaan dan penawaran pasar. Namun secara khusus terdapat beberapa faktor internal yang juga mempengaruhinya, tergantung pada keunikan internal bisnis yang bersangkutan. Saluran distribusi dua sisi yang dijalankan Penerbit Peneleh (cetak dan digital) akan mempengaruhi bagaimana penentuan harga jual buku seharusnya dilakukan, karena terdapat satu-dua unsur tertentu yang berbeda dari cara kerja keduanya. Salah satunya adalah unsur metadata yang diperlukan dan memiliki efek yang sangat kuat dalam saluran distribusi online (Saputra et al., 2020; Vassallo, 2015; Zamzami et al., 2021). Selain itu, tujuan berdirinya Penerbit Peneleh juga akan mempengaruhi penentuan harga jual, sebagai aspek non-material. Peneliti meyakini bahwa sebetulnya peran dari aspek non-material ini tidak seharusnya dinafikan dalam penentuan harga jual produk. Pandangan ini selaras dengan Hidayat & Triyuwono (2018) yang mengatakan bahwa penentuan harga jual alih-alih hanya mempertimbangkan aspek material sebaiknya juga mempertimbangkan aspek non-material.

Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan oleh tim peneliti terhadap proses teknis penentuan harga jual buku yang dilakukan Penerbit Peneleh, terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh peserta, yakni: (1) terdapat satu-dua komponen biaya yang seharusnya masuk dalam rumusan penentuan harga jual tetapi belum termasuk di dalamnya; (2) pihak penerbit masih cukup kesulitan bagaimana dan dimana aspek non-material muncul dalam rumusan tersebut; (3) tidak melakukan analisis biaya secara komprehensif; (3) pola diskon yang tidak terkontrol.

Kegiatan pendampingan oleh tim peneliti terhadap penentuan harga jual buku terbitan Penerbit Peneleh, sebagai bagian dari upaya pengabdian kepada masyarakat, maka dari itu akan dilaksanakan dengan maksud untuk mengatasi permasalahan yang muncul dan memastikan bahwa Penerbit Peneleh

menentukan harga jual buku secara tepat dengan mempertimbangkan aspek material dan nonmaterial yang ada.

## 2. Metode penelitian

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini yaitu dengan *Participatory Action Research* (PAR) sebagai strategi yang dilakukan untuk mencapai kondisi yang diharapkan. PAR dimaksudkan untuk memberikan solusi dalam menemukan upaya-upaya perbaikan yang perlu dilakukan dalam penentuan harga jual buku Penerbit Peneleh dalam rangka menjaga stabilitas bisnis penerbit serta keberlanjutan yang diharapkan. PAR telah terbukti dapat menangani dan mengidentifikasi permasalahan dan kekuatan suatu komunitas, sembari mengarahkan komunitas tersebut ke dalam tindakan perbaikan (Arellano et al., 2015).

Menurut Chevalier & Bukles (2013) PAR mengintegrasikan tiga komponen penting yaitu partisipasi (*participation*), tindakan (*action*), dan penelitian (*research*) sebagai upaya untuk memberikan kontribusi dalam proses menemukan solusi atas permasalahan yang muncul, yang mana dalam hal ini adalah permasalahan dalam penentuan harga jual buku yang dihadapi Penerbit Peneleh (Palenti et al., 2020). Data dalam program pendampingan ini diperoleh melalui beberapa teknik, yakni:

1. Observasi, dilakukan dengan mengamati kegiatan produksi buku pada Penerbit Peneleh
2. *Focus Group Discussion* (FGD), dilakukan dengan pihak manajemen Penerbit Peneleh
3. Wawancara, dilakukan dengan pihak manajemen Penerbit Peneleh
4. Dokumentasi, berasal dari arsip-arsip resmi Penerbit Peneleh

Adapun analisis indikator keberhasilan program pendampingan yang akan dilaksanakan adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Analisis Indikator Keberhasilan Program Pengabdian

Kriteria	Analisis	
	Sebelum Pendampingan	Setelah Pendampingan
Pengetahuan ( <i>knowledge</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Peserta belum menyadari terdapat permasalahan dalam penentuan harga jual buku yang telah dilakukan</li> <li>- Peserta masih kesulitan mempertimbangkan aspek non material dalam penentuan harga jual</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Peserta dapat mengidentifikasi permasalahan dalam penentuan harga jual buku yang telah dilakukan</li> <li>- Pihak penerbit dapat mempertimbangkan aspek nonmaterial dalam penentuan harga jual</li> </ul>
Sikap Mental (Persepsi)	Peserta belum memahami pentingnya merumuskan harga jual buku dengan tepat	Peserta memahami urgensi merumuskan harga jual buku dengan tepat
Keterampilan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Peserta belum mampu mengaplikasikan rumus perhitungan harga jual</li> <li>- Belum ada evaluasi berkala terhadap harga jual yang telah ditetapkan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Peserta dapat mengaplikasikan rumus harga jual</li> <li>- Dilakukan evaluasi berkala terhadap harga jual yang telah ditetapkan</li> </ul>

### 3. Hasil dan pembahasan

Secara garis besar, pelaksanaan program dilakukan dengan tiga tahap yakni sosialisasi, pendampingan, dan review.

#### *Tahapan Sosialisasi*

Tahapan sosialisasi program ini dilakukan sebanyak 5 kali pertemuan dengan penjabaran sebagai berikut:

##### *Pertemuan Pertama*

Pada pertemuan ini pendamping menjelaskan tentang gambaran dan tujuan program yang akan dilaksanakan kepada peserta pendampingan. Selain itu, pendamping juga menggali pemahaman peserta tentang komponen dan pola penetapan harga serta diskon yang selama ini digunakan.

##### *Pertemuan Kedua*

Tim pendamping memberikan sosialisasi mengenai konsep umum Harga Pokok Penjualan (HPP) dan kaitannya dengan harga jual.

##### *Pertemuan Ketiga*

Tim pendamping memberikan penjelasan HPP yang lebih spesifik, yakni pada usaha penjualan buku, sesuai sasaran program ini. Selain itu, pendamping juga memberikan penjelasan tentang perbedaan HPP pada usaha penjualan buku dengan usaha lain pada umumnya.

##### *Pertemuan Keempat*

Pada pertemuan ketiga dilakukan *brainstorming* yang menekankan pada pentingnya penyusunan harga jual secara akurat, sekaligus mendiskusikan rencana solusi kedepannya yang akan dilakukan oleh Penerbit Peneleh. Dari pertemuan ini diperoleh informasi bahwa selama ini Penerbit Peneleh hanya mempertimbangkan aspek-aspek material dalam menetapkan harga jual produknya.

##### *Pertemuan Kelima*

Pada pertemuan ini pendamping mulai memberikan aspek-aspek penentuan harga jual buku. Pada pertemuan ini dilakukan diskusi interaktif dengan peserta pendampingan menganalisis relevansi konsep yang akan dirumuskan dengan kondisi Penerbit Peneleh.

#### *Tahapan Pendampingan*

Setelah proses sosialisasi selesai, maka pendamping masuk pada kegiatan inti yakni pendampingan. Adapun kegiatan yang dilakukan pada tahap ini adalah mengidentifikasi aspek-aspek material dan non material dalam penetapan harga jual buku, mengidentifikasi perbedaan komponen penentuan harga jual buku cetak dan buku digital, melakukan perhitungan HPP dengan metode yang telah disepakati, menentukan pola perhitungan harga jual dan diskon buku, serta mengaplikasikan rumus dengan sistem yang dirancang. Perhitungan HPP ini nantinya akan berguna terutama dalam penentuan harga jual buku yang diterbitkan oleh Penerbit Peneleh.

##### *Pengidentifikasian Komponen Biaya Material*

Pada kegiatan pertama dilakukan pendampingan tentang pengidentifikasian komponen biaya material dan non-material produksi buku. Dari pertemuan ini diperoleh aspek-aspek material yang selama ini dipertimbangkan dalam produksi buku yakni, jumlah halaman buku, jenis dan ukuran kertas, jenis cetakan (hitam-putih atau warna), jenis cover. Namun demikian, setelah dilakukan pendampingan lebih jauh, peserta baru menyadari bahwa terdapat aspek material lain yang selama ini belum diperhitungkan dalam penentuan harga jual buku, yakni *shrink* (plastik pembungkus) dan biaya operasional lain yang terdiri dari biaya pengiriman dari pihak percetakan dan biaya pengemasan. Dalam proses cetak buku, Penerbit Peneleh tidak melakukan proses cetak secara mandiri melainkan bekerjasama dengan pihak percetakan. Oleh karena itu, besaran aspek material ini tergantung pada dasar penetapan harga cetak dari pihak percetakan. Umumnya, setelah melalui proses cetak, buku akan dibungkus dengan plastik khusus untuk menjaga kualitas dan menjamin keaslian buku. Percetakan yang bekerjasama dengan Penerbit Peneleh mengenakan tambahan biaya untuk setiap eksemplar buku cetak yang menginginkan *shrink*. Ini tentu menjadi komponen biaya tambahan bagi Penerbit Peneleh dalam menetapkan harga jual. Selain itu, terdapat ongkos kirim buku dari pihak percetakan yang perlu diperhitungkan sebagai aspek material meski tidak terkait langsung dengan proses produksi buku. Secara lebih rinci, aspek-aspek produksi buku dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Rincian Aspek Produksi Buku

Jenis kertas	Biaya Cetak Hitam Putih Perhalaman (Rp)			
	A6	A5	B5	A4
Book Paper	xxx	xxx	xxx	xxx
HVS	xxx	-	xxx	xxx
Jenis Kertas	Biaya Cetak Warna Perhalaman (Rp)			
	A6	A5	B5	A4
HVS	xxx	xxx	xxx	xxx
Soft Cover	xxx	xxx	xxx	xxx
Hard Cover	-	xxx	xxx	xxx
Komponen Biaya Lain	Biaya (Rp)		Satuan	
Shrink	xxx		Per buku	
Biaya Operasional Lain	xxx			

#### *Pengidentifikasian Komponen Biaya Non Material*

Kegiatan pendampingan kedua yang dilakukan adalah pengidentifikasian aspek non material dalam produksi buku. Berbeda dengan barang lain pada umumnya, buku merupakan karya yang mengandung aspek-aspek non material dalam penentuan harganya. Berdasarkan hasil interview dan observasi dengan peserta, diperoleh beberapa aspek-aspek non material yang dapat menjadi pertimbangan dalam penentuan HPP, khususnya pada Penerbit Peneleh, yakni:

#### 1. Kepakaran/Jumlah Buku Terbit

Kepakaran yakni menunjuk pada jam terbang penulis yang diukur dengan kepangkatan penulis. Mayoritas penulis yang menerbitkan buku di Penerbit Peneleh adalah dosen (akademisi). Oleh karena itu, kepangkatan secara otomatis telah mewakili sisi jumlah karya dari penulis. Bagi penulis yang bukan berprofesi sebagai dosen, maka aspek ini dapat dihitung dengan jumlah buku yang pernah diterbitkan sebelumnya.

#### 2. Kesesuaian Tulisan

Kesesuaian tulisan yakni menunjukkan jenis tulisan yang akan diterbitkan. Apakah isi buku sesuai dengan bidang keilmuan dari penulis, atau berseberangan. Bagi Penulis yang bukan dosen dan karyanya tidak dimaksudkan sebagai buku teks pengajaran, maka pertimbangan ini dapat diabaikan.

#### 3. Pernah atau belum pernah terpublikasi

Pada aspek ini diberikan poin yang lebih tinggi untuk indikator karya yang belum pernah dipublikasikan sebelumnya baik dalam jurnal ilmiah, buku, majalah atau bentuk penerbitan lainnya dibandingkan dengan karya yang sebelumnya pernah dipublikasikan. Dengan pertimbangan, tingginya nilai orisinalitas dan kebaharuan dari karya yang akan terbit.

Dari ketiga aspek non material ini dapat dikonversi dalam angka-angka sehingga dapat diperhitungkan dalam rumus penentuan HPP (tabel 3).

Tabel 3. Aspek Non Material

Aspek Non Material	Indikator	Poin
- Kepakaran/Jumlah Buku Terbit	Asisten Ahli/Belum Pernah Menerbitkan Buku	0.1
	Lektor/1-3 Buku Terbit	0.2
	Lektor Kepala/4-6 Buku Terbit	0.3
	Guru Besar/> 6 Buku Tebit	0.4
- Kesesuaian Tulisan	Ya	1.0
	Tidak	0.5
- Pernah/Belum Publikasi	Pernah	0.5
	Belum	1.0

### Identifikasi Perbedaan Harga Buku Cetak dan Buku Digital

Kegiatan ketiga dilakukan dalam program ini adalah mengidentifikasi perbedaan komponen penentu harga jual buku cetak dan buku digital. Kegiatan ini dilakukan dalam 2 pertemuan untuk memperoleh hasil yang optimal. Pemahaman tentang perbedaan komponen penentu harga jual buku cetak dan buku digital penting bagi Penerbit Peneleh karena selama ini buku yang dijual tidak hanya dalam bentuk *hardfile* (cetak), melainkan juga *softfile* (digital). Selama ini, peserta pendampingan hanya menggunakan presentase dari harga buku cetak untuk menentukan harga buku digital, yakni sebesar 75% dari harga buku cetak. Hal ini dilakukan karena peserta memandang bahwa buku digital tidak memerlukan biaya apapun dalam proses produksinya. Dalam hal ini, peserta tidak menyadari bahwa terdapat potongan yang dikenakan oleh pihak penyedia *platform* penjualan buku digital (seperti MyEdisi) untuk setiap buku yang terjual dan menjadikan margin tersebut sebagai komponen biaya penentuan harga jual oleh penerbit sehingga tidak terjadi kekeliruan dalam perhitungan harga, baik harga yang ditetapkan terlalu rendah maupun terlalu tinggi.

Dari serangkaian aktivitas pendampingan maka diperoleh rumus perhitungan HPP yang lebih sesuai dengan kebutuhan Penerbit Peneleh, baik rumus perhitungan HPP untuk buku cetak maupun buku digital. Setelah diperoleh rumus HPP, maka penentuan harga jual dapat dilakukan dengan menambahkan margin keuntungan yang diharapkan sehingga diperoleh usulan harga jual baru. Rumus perhitungan keduanya, yakni sebagai berikut.

$$\text{HPP Buku Cetak} = (a \times b \times c) + d + e + f$$

$$\text{HPP Buku Digital} = a \times b \times c (1 + g)$$

Keterangan:

a : Jumlah Halaman Buku

b : Biaya Cetak/halaman

c : Aspek-Aspek Non Material

d : Biaya Cetak Cover

e : Biaya Operasional Lain

f : Keuntungan yang Diharapkan

g : Persentase Biaya Platform

Tabel 4. Komponen HPP

Komponen HPP	Buku Cetak	Buku Digital
<b>Aspek Material</b>		
- Jumlah Halaman	X	X
- Jenis dan Ukuran Kertas	X	X
- Jenis Cetakan	X	
- Jenis Cover	X	
- Shrink	X	
- Biaya Penggunaan <i>Platform</i>		X
- Biaya Operasional Lain	X	
<b>Aspek Non-Material</b>		
- Kepakaran	X	X
- Kesesuaian Tulisan	X	X
- Pernah/Belum Publikasi	X	X

### Pengaplikasian Rumus Harga Jual Buku

Setelah diperoleh usulan rumusan harga jual baru, selanjutnya dilakukan proses pendampingan pengaplikasian rumus tersebut dalam penetapan harga jual (gambar 1). Selama kegiatan berlangsung peserta pendampingan (dalam hal ini pihak manajemen) sangat antusias dalam mengikuti kegiatan simulasi-simulasi penetapan harga. Saat program berlangsung Penerbit Peneleh memiliki 61 judul buku yang dipasarkan. Adanya perubahan rumus HPP, tentu menyebabkan terjadinya perubahan harga jual yang harus mereka sosialisasikan kembali. Oleh karena itu, meski pihak penerbit telah menyadari bahwa perubahan ini penting untuk dilakukan tetapi perubahan harga dapat diterapkan secara langsung,

utamanya pada buku-buku yang sudah tercetak. Setelah pendampingan penerapan rumus HPP ini dilakukan, Divisi Pemasaran Penerbit Peneleh menyusun strategi lanjutan untuk sosialisasi harga buku terbaru.

Pendampingan terakhir yang dilakukan yakni terkait perhitungan diskon yang tepat. Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, bahwa salah satu masalah yang terjadi pada Penerbit Peneleh adalah pemberian diskon yang tidak terkontrol. Berdasarkan hasil perhitungan HPP ditambah dengan margin keuntungan yang ditetapkan oleh manajemen penerbit, maka diperoleh persentase diskon tertinggi yang mungkin diberikan oleh Penerbit Peneleh, yakni tidak lebih dari 30%.

Terdapat beberapa hal yang menjadi dasar pertimbangan penetapan persentase ini, yakni:

1. Persentase ujroh (gaji) manajemen penerbit  
Ujroh perlu menjadi pertimbangan karena pemberian ujroh didasarkan pada total pendapatan per bulan dan bukan keuntungan.
2. Persentase komisi kepada Yayasan yang menaungi Penerbit Peneleh  
Komponen ini perlu menjadi pertimbangan karena Penerbit Peneleh berada di bawah naungan yayasan.
3. Persentase royalti/wakaf penulis  
Penerbit Peneleh menawarkan dua jenis perikatan kepada penulis, yaitu paket penerbitan dengan royalti dan paket penerbitan wakaf atas buku yang terjual.
4. Persentase dana pengembangan usaha  
Komponen ini perlu menjadi pertimbangan untuk menjaga keberlangsungan usaha.

Gambar 1. Aplikasi Perhitungan Harga Buku  
Sumber: Data Diolah

Pihak penerbit menyadari bahwa penetapan persentase ini sangat membantu divisi pemasaran dalam memberikan penawaran-penawaran khusus sebagai bagian dari strategi pemasaran buku-buku yang diterbitkan oleh Penerbit Peneleh.

### Tahapan Review

Tahapan review kemampuan dan keterampilan peserta dilakukan untuk mengevaluasi keseluruhan program yang telah dilakukan. Berdasarkan review kemampuan dan keterampilan peserta dalam penetapan harga jual buku dapat dikatakan bahwa kemampuan dan keterampilan peserta sudah baik. Secara lebih rinci, hasil yang diperoleh dari tahapan review dapat terlihat dari tabel 5.

Tabel 5. Analisis Indikator Keberhasilan Program Pengabdian

No.	Kegiatan	Hasil <i>Review</i>	Keberhasilan		
			Tidak Dipahami	Dapat Dipahami dan Belum Diterapkan	Dapat Dipahami dan Diterapkan
1	Menentukan Aspek Material dan Non Material	Peserta pendampingan dapat memahami aspek-aspek material yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan harga jual buku			√
		Peserta pendampingan dapat memahami aspek-aspek non material yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan harga jual buku			√
2	Penetapan Rumus Harga Pokok Penjualan (HPP)	Peserta pendampingan dapat memahami rumus HPP sesuai klasifikasi biaya dalam proses produksi buku			√
3	Penentuan Harga Jual	Peserta pendampingan dapat menentukan harga jual buku cetak dan buku digital secara tepat			√
		Peserta pendampingan dapat mengaplikasikan rumus perhitungan harga jual buku cetak dan buku digital secara tepat		√	
4	Penetapan Presentase Diskon yang Tepat	Peserta pendampingan dapat mengontrol presentase diskon yang diberikan		√	

Secara keseluruhan aktivitas pendampingan dan perhitungan harga jual buku dapat dipahami oleh peserta. Namun demikian, penerapan hasil perhitungan harga jual buku terbaru perlu dilakukan secara bertahap. Sebagaimana telah diejelaskan sebelumnya bahwa sebagai tindak lanjut dari program pendampingan ini, maka divisi pemasaran perlu menyusun strategi lanjutan untuk sosialisasi harga buku terbaru. Berdasarkan program yang telah dilaksanakan, maka dilakukan pengukuran capaian yang diperoleh. Pada program pengabdian ini, terdapat tiga indikator pengukur dalam menganalisis keberhasilan program, yaitu pengetahuan, tindakan, dan evaluasi. Hasil analisis indikator keberhasilan terangkum pada tabel 6.

Tabel 6. Analisis Indikator Keberhasilan Program Pengabdian

Kriteria	Analisis		Hasil
	Sebelum Pendampingan	Setelah Pendampingan	
Pengetahuan ( <i>knowledge</i> )	- Peserta belum menyadari terdapat permasalahan dalam penentuan harga jual buku yang telah dilakukan	- Peserta dapat mengidentifikasi permasalahan dalam penentuan harga jual buku yang telah dilakukan	√
	- Peserta masih kesulitan mempertimbangkan aspek non material dalam penentuan harga jual	- Pihak penerbit dapat mempertimbangkan aspek nonmaterial dalam penentuan harga jual	√

Sikap Mental (Persepsi)	Peserta belum memahami pentingnya merumuskan harga jual buku dengan tepat	Peserta memahami urgensi merumuskan harga jual buku dengan tepat	√
Keterampilan	- Peserta belum mampu mengaplikasikan rumus perhitungan harga jual	- Peserta dapat mengaplikasikan rumus harga jual	√
	- Belum ada evaluasi berkala terhadap harga jual yang telah ditetapkan	- Dilakukan evaluasi berkala terhadap harga jual yang telah ditetapkan	√

## 5. Kesimpulan

Kemampuan menentukan harga jual produk secara tepat merupakan salah satu komponen kunci dalam keberhasilan suatu bisnis karena berpengaruh terhadap daya saing produk di pasaran. Pada bisnis penerbitan buku, adanya aspek-aspek non material yang terkandung dalam buku seringkali tidak disadari oleh pelaku bisnis penerbitan sehingga masih terdapat kekeliruan dalam menghitung harga jual maupun pemberian diskon. Oleh karena itu, tim pendamping berupaya untuk melakukan perbaikan terhadap penentuan harga jual buku pada Penerbit Peneleh. Indikator keberhasilan program pendampingan dapat tercapai dengan baik. Manajemen Penerbit Peneleh selaku peserta program pendampingan dapat memahami konsep dan urgensi penetapan harga jual pada produk mereka, mampu mengidentifikasi komponen biaya-biaya baik material maupun non material, mamhami pola perhitungan diskon yang tepat, serta mampu menerapkan teknis penentuan harga jual yang tepat terhadap produk buku yang diterbitkan

## Referensi

- Arellano, R., Balcazar, F. E., Alvarado, F., & Suarez, S. (2015). A Participatory Action Research Method in a Rural Community of Mexico. *Universitas Psychologica*, 14(4), 1197–1208. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy14-4.parm>
- Hidayat, S., & Triyuwono, I. (2018). Praktik Penentuan Harga Jual Berbasis Meuramin. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 10(1), 42–62. <https://doi.org/10.18202/jamal.2016.12.7024>
- Norton, C. L., & Wetzel, T. S. (1986). The Recognition and Measurement Guidelines of FASB Concepts No.5. *Journal of Accounting Education*, 4(2), 75–84.
- Palenti, C. D., Prasetyo, I., & Gusti, R. (2020). Pendampingan Masyarakat dalam Pengembangan Destinasi Wisata Melalui Pemetaan Kebutuhan. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 4(1), 11–20. <https://doi.org/10.21831/diklus.v4i1.27551>
- Purba, D. S., Kurniullah, A. Z., Banjarnahor, A. R., Sari, A. P., Hasyim, H., Butarbutar, Y. M., Aznur, T. Z., Purba, B., & Rahmadana, M. F. (2021). *Manajemen Usaha Kecil dan Menengah*. Yayasan Kita Menulis.
- Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Wahyuni, R. D., & Simarmata, J. (2020). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Yayasan Kita Menulis.
- Srivastava, A. (2013). Selling-price Estimates in Revenue Recognition and the Usefulness of Financial Statements. *Springer*. <https://doi.org/10.1007/s11142-013-9263-6>
- Vassallo, N. (2015). Publishing in the Digital Age. In *E-Book in Academic Libraries: Stepping Up to the Challenge* (pp. 19–34). Purdue University Press. <https://doi.org/10.4324/9781315818528>
- Wibowo, A. (2022). *Studi Kelayakan dan Perencanaan Bisnis*. Yayasan Prima Agus Teknik.
- Zamzami, F., Nusa, N. D., & Faiz, I. A. (2021). *Sistem Informasi Akuntansi*. Gajah Mada University Press.