

## Pengembangan Produksi Sabun CUSO (Cucumber Soap) Sebagai Produk Perawatan Kulit Alami

Anastasya Samandi<sup>1\*</sup>, Vekky Supit, Arief Perdana Kumaat<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Manajemen Bisnis, Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado, [tasyasamandi10@gmail.com](mailto:tasyasamandi10@gmail.com)

<sup>2</sup>Manajemen Bisnis, Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado, [vekkysupit@gmail.com](mailto:vekkysupit@gmail.com)

<sup>3</sup>Manajemen Bisnis, Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado, [arief.kumaat@gmail.com](mailto:arief.kumaat@gmail.com)

\*Korespondensi: [tasyasamandi10@gmail.com](mailto:tasyasamandi10@gmail.com)

### ABSTRACT

*CUSO (Cucumber Soap) is a natural bath soap formulated to maintain moisture, provide freshness, and protect healthy skin. This product is made from nutrient-rich fresh cucumber extract, thus offering effective skin care without the addition of harmful chemicals. The antioxidant content and anti-inflammatory properties in it help soothe and protect the skin, making it safe for use on all skin types, including sensitive skin. The main target consumers of CUSO are men and women aged 14 to 40 years. The marketing area includes Kairagi Dua Village, Buha Village, and the Manado State Polytechnic area. In the first year, the sales target was set at 12,000 bottles with a projected sales growth of 2% annually. The estimated profit in the first year reaches Rp24,289,792 and will increase by 2% in the following years.*

**Keywords:** Business Plan, CUSO (CUCUMBER SOAP), cucumber soap, natural health.

### ABSTRAK

CUSO (Cucumber Soap) merupakan sabun mandi berbahan alami yang diformulasikan untuk menjaga kelembapan, memberikan kesegaran, serta melindungi kesehatan kulit. Produk ini dibuat dari ekstrak mentimun segar yang kaya nutrisi, sehingga menawarkan perawatan kulit yang efektif tanpa tambahan bahan kimia berbahaya. Kandungan antioksidan dan sifat anti-inflamasi di dalamnya membantu menenangkan sekaligus melindungi kulit, sehingga aman digunakan untuk semua jenis kulit, termasuk kulit sensitif. Sasaran utama konsumen CUSO adalah laki-laki maupun perempuan berusia 14 hingga 40 tahun. Wilayah pemasaran mencakup Kelurahan Kairagi Dua, Kelurahan Buha, dan lingkungan Politeknik Negeri Manado. Pada tahun pertama, target penjualan ditetapkan sebanyak 12.000 botol dengan proyeksi pertumbuhan penjualan 2% setiap tahun. Keuntungan yang diperkirakan pada tahun pertama mencapai Rp24.289.792 dan akan meningkat 2% di tahun-tahun berikutnya.

**Kata Kunci:** Rencana bisnis, CUSO (CUCUMBER SOAP), sabun ketimun, kesehatan alami.

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Masalah

Di era modern saat ini, kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kesehatan dan kebersihan diri terus mengalami peningkatan. Salah satu komponen alami yang menarik untuk dikembangkan adalah mentimun. Mentimun merupakan salah satu bahan alami yang memiliki banyak air, Vitamin C, dan antioksidan yang sudah lama dikenal memiliki manfaat bagi kesehatan kulit, seperti mencerahkan, melembapkan, serta mengurangi iritasi. Namun, pemanfaatan mentimun sebagai bahan dasar sabun masih belum banyak dijadikan fokus utama dalam industri lokal, terutama di kalangan para pelaku usaha mikro dan menengah. Melihat peluang tersebut, penulis menginisiasi sebuah inovasi dalam bentuk sabun berbahan dasar mentimun yang dinamakan "CUSO" (*Cucumber Soap*). Inovasi ini tidak hanya bertujuan untuk menciptakan produk perawatan tubuh yang alami, tetapi juga untuk memberdayakan potensi lokal dan membuka peluang usaha berbasis kreatif serta berkelanjutan. Dalam hal ini CUSO (*Cucumber Soap*) adalah sabun mandi alami berbahan dasar mentimun yang dirancang untuk memberikan kelembapan, kesegaran, dan perlindungan kulit. Terbuat dari 90% ekstrak mentimun segar yang kaya akan nutrisi. Produk ini menawarkan solusi perawatan kulit yang efektif tanpa mengandung bahan kimia berbahaya. (*Cucumber Soap*) mengandung antioksidan dan sifat anti-inflamasi yang menenangkan dan melindungi kulit, menjadikannya pilihan ideal untuk semua jenis kulit sensitif.

### Tujuan Penelitian

Usaha CUSO memiliki tujuan untuk meningkatkan pemahaman konsumen mengenai pentingnya pemakaian produk perawatan kulit berbahan alami, menghadirkan sabun yang mampu memberikan sensasi sejuk sekaligus hidrasi optimal bagi kulit, serta meminimalkan penggunaan zat kimia berbahaya dalam produk perawatan tubuh. Selain itu, CUSO berupaya menjadi pilihan utama masyarakat dalam kategori sabun cair alami baik di pasar lokal maupun global, serta mendorong penerapan praktik produksi yang berkelanjutan dan ramah lingkungan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Teori Produksi

Menurut Sukirno (2011), produksi adalah suatu kegiatan yang mengubah input menjadi output yang memiliki nilai lebih tinggi. Dalam konteks usaha, produksi mencakup pemanfaatan sumber daya seperti bahan baku, tenaga kerja, dan peralatan untuk menghasilkan barang atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Pada usaha CUSO, proses produksi dilakukan dengan mengolah bahan baku utama berupa mentimun menjadi sabun cair herbal yang memiliki nilai tambah dibandingkan bahan mentimun segar.

### **Teori Manajemen Produksi**

Heizer & Render (2014) menyatakan bahwa manajemen produksi adalah pengelolaan aktivitas yang berkaitan dengan penciptaan barang atau jasa melalui proses transformasi input menjadi output. Manajemen produksi berfokus pada perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian kegiatan produksi agar berjalan efektif dan efisien. Dalam usaha CUSO, manajemen produksi mencakup perencanaan jumlah bahan baku, penjadwalan proses pembuatan sabun, serta pengendalian kualitas agar produk yang dihasilkan sesuai standar yang diharapkan.

### **Teori Proses Produksi dan Efisiensi**

Menurut Assauri (2016), proses produksi merupakan rangkaian kegiatan yang saling berkaitan dalam menghasilkan produk dengan mempertimbangkan efisiensi biaya, waktu, serta pemanfaatan sumber daya. Efisiensi produksi sangat penting karena berpengaruh pada harga pokok produksi dan daya saing produk di pasar. Dalam usaha CUSO, penerapan proses produksi sederhana dengan peralatan dasar memungkinkan biaya produksi tetap rendah, namun tetap menghasilkan produk yang berkualitas dan sesuai dengan preferensi konsumen.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penyusunan Business Plan CUSO (Cucumber Soap) lebih menitikberatkan pada aspek produksi dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif-kuantitatif. Metode deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis proses produksi sabun cair, mulai dari pemilihan bahan baku mentimun, pengolahan, pencampuran bahan tambahan, hingga pengemasan produk dalam bentuk sabun cair. Sedangkan pendekatan kuantitatif diterapkan untuk menghitung kebutuhan bahan baku, kapasitas produksi, serta biaya produksi per unit yang kemudian dijadikan dasar dalam penentuan harga pokok dan proyeksi penjualan. Data primer diperoleh melalui observasi langsung terhadap ketersediaan bahan baku di pasar lokal, penghitungan biaya produksi, dan wawancara dengan calon konsumen mengenai preferensi produk. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari literatur mengenai teori produksi, manajemen operasi, serta referensi standar kualitas produk perawatan tubuh. Dengan kombinasi pendekatan kualitatif dan kuantitatif tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai efisiensi proses produksi, kelayakan biaya, serta potensi pengembangan usaha sabun CUSO ke skala yang lebih besar.

### **Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dalam penyusunan Business Plan CUSO (Cucumber Soap) yang berfokus pada aspek produksi dilakukan melalui beberapa cara. Pertama, observasi lapangan

---

dilakukan untuk mengetahui ketersediaan bahan baku mentimun di pasar lokal, kualitas bahan penolong, serta sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam proses produksi. Observasi ini juga mencakup penghitungan kapasitas produksi yang dapat dicapai dengan peralatan sederhana yang digunakan. Kedua, wawancara dilakukan dengan pemasok bahan baku dan tenaga kerja potensial untuk memperoleh informasi mengenai ketersediaan bahan, stabilitas harga, serta estimasi biaya tenaga kerja dalam proses produksi. Ketiga, dokumentasi data sekunder diperoleh dari literatur dan sumber referensi yang membahas manajemen produksi, standar mutu produk perawatan tubuh, serta praktik produksi ramah lingkungan. Keempat, studi pustaka digunakan untuk memperkuat landasan teori mengenai proses produksi, efisiensi penggunaan sumber daya, serta metode pengendalian kualitas. Dengan kombinasi pengumpulan data primer dan sekunder ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai efektivitas proses produksi, efisiensi biaya, serta kualitas produk sabun herbal CUSO.

### **Model Business Plan**

Model yang digunakan dalam penyusunan business plan ini adalah **Business Model Canvas (BMC)**. BMC membantu menggambarkan model bisnis secara sederhana, terstruktur, dan menyeluruh melalui sembilan elemen utama, yaitu:

1. **Customer Segments** – Target pasar meliputi mahasiswa Politeknik Negeri Manado, tenaga pendidik dan pegawai kampus, masyarakat di Kelurahan Kairagi Dua dan Buha, serta konsumen yang memiliki preferensi terhadap produk perawatan tubuh alami dan ramah lingkungan.
2. **Value Propositions** – Produk sabun cair berbahan dasar 90% ekstrak mentimun segar yang bermanfaat untuk melembapkan, menyegarkan, dan menenangkan kulit, aman untuk kulit sensitif, bebas bahan kimia berbahaya, ramah lingkungan, dan dijual dengan harga kompetitif.
3. **Channels** – Distribusi dilakukan melalui penjualan langsung di lokasi usaha, toko retail lokal, serta pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk pemasaran digital melalui konten promosi, reels, dan video produksi.
4. **Customer Relationships** – Hubungan dengan pelanggan dibangun melalui interaksi di media sosial, pemberian promo penjualan, pengelolaan testimoni dan ulasan konsumen, serta pelayanan responsif untuk menjaga kepuasan pelanggan dan menciptakan loyalitas.
5. **Revenue Streams** – Sumber pendapatan berasal dari penjualan sabun cair CUSO ukuran 250 ml dengan harga Rp32.000–Rp35.000 per botol. Selain itu, terdapat peluang diversifikasi produk ke varian lain di masa depan dengan proyeksi kenaikan penjualan 2% per tahun.

6. **Key Resources** – Sumber daya utama meliputi bahan baku mentimun dari pasar lokal, bahan penolong (glycerine, xanthan gum, parfum, dll.), peralatan produksi sederhana, tenaga kerja internal (pendiri usaha), serta modal awal sebesar Rp35.000.000.
7. **Key Activities** – Aktivitas utama mencakup proses produksi sabun cair (pengolahan mentimun, pencampuran, pengemasan), pemasaran digital melalui media sosial, distribusi ke konsumen, serta pengelolaan administrasi dan laporan keuangan usaha.
8. **Key Partnerships** – Mitra utama terdiri dari pemasok bahan baku (petani/pasar lokal), toko retail sebagai penyalur, platform media sosial sebagai sarana promosi, serta komunitas konsumen peduli produk alami yang berpotensi mendukung brand awareness.
9. **Cost Structure** – Struktur biaya terdiri dari biaya bahan baku, bahan penolong, biaya tenaga kerja, biaya sewa tempat usaha, biaya peralatan produksi, serta biaya pemasaran digital (boost postingan dan iklan media sosial).

## HASIL DAN DISKUSI

### Hasil Penelitian

Hasil penelitian dari penyusunan Business Plan CUSO (Cucumber Soap) pada aspek produksi menunjukkan bahwa usaha ini memiliki potensi yang kuat untuk dikembangkan. Proses produksi sabun cair berbahan dasar mentimun dilakukan dengan tahapan sederhana namun terstruktur, mulai dari pemilihan bahan baku, pengolahan ekstrak mentimun, pencampuran dengan bahan penolong seperti glycerine dan xanthan gum, hingga tahap pengemasan ke dalam botol 250 ml. Pemilihan bahan baku lokal menjadi keunggulan karena mudah diperoleh, harganya stabil, dan kualitasnya terjamin, sehingga mendukung kontinuitas produksi.

Kapasitas produksi yang direncanakan adalah 12.000 botol pada tahun pertama dengan target peningkatan sebesar 2% setiap tahun. Dari hasil perhitungan, biaya produksi per botol berada pada kisaran Rp18.000–Rp20.000, sedangkan harga jual ditetapkan Rp32.000–Rp35.000 per botol, yang menunjukkan adanya margin keuntungan yang signifikan. Hal ini membuktikan bahwa efisiensi produksi dapat tercapai melalui penggunaan peralatan sederhana dan pengelolaan tenaga kerja internal.

Selain itu, dari sisi kualitas, sabun CUSO mengandung sekitar 90% ekstrak mentimun segar dengan sifat antioksidan dan anti-inflamasi, sehingga aman digunakan untuk semua jenis kulit, termasuk kulit sensitif. Hal ini menjadi nilai tambah yang membedakan produk dari sabun berbahan kimia yang ada di pasaran.

Proses produksi yang sederhana juga memungkinkan pengawasan mutu dilakukan dengan lebih mudah, sehingga kualitas produk dapat dijaga secara konsisten. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aspek produksi sabun CUSO dapat dijalankan dengan efisien, berbiaya rendah, namun tetap menghasilkan produk yang berkualitas tinggi.

Efisiensi biaya, ketersediaan bahan baku lokal, serta kualitas produk yang unggul menjadi faktor penting yang mendukung kelayakan dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

**Hipotesis:** Penerapan strategi promosi melalui digital marketing yang dikombinasikan dengan penjualan langsung diyakini mampu memperkuat daya saing CUSO (Cucumber Soap) di pasar lokal.

**Pembahasan:** Analisis yang dilakukan memperlihatkan bahwa pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan TikTok sebagai sarana promosi efektif dalam menjangkau segmen konsumen muda, terutama mahasiswa Politeknik Negeri Manado yang menjadi target utama. Konten pemasaran berupa video proses produksi, testimoni pengguna, serta penawaran khusus terbukti berkontribusi dalam meningkatkan brand awareness. Di sisi lain, penyaluran produk melalui penjualan langsung di lokasi usaha dan toko retail lokal menjamin ketersediaan produk bagi konsumen. Dengan harga jual kompetitif Rp32.000–Rp35.000 per botol serta nilai tambah berupa sabun cair alami yang menyehatkan kulit, strategi pemasaran ini diperkirakan mampu mendorong kenaikan permintaan sebesar 2% per tahun. Hal ini menegaskan bahwa sinergi antara digital marketing dan distribusi langsung merupakan faktor kunci dalam memperkuat daya saing CUSO di pasar produk perawatan tubuh alami.

**Hipotesis:** Penggunaan bahan baku lokal yang tersedia dengan mudah mampu menurunkan biaya produksi dan pada saat yang sama meningkatkan keuntungan usaha.

**Pembahasan:** Produksi sabun CUSO memanfaatkan mentimun segar sebagai bahan baku utama yang mudah ditemukan di pasar lokal dengan harga yang cenderung stabil. Kegiatan produksi dijalankan menggunakan peralatan sederhana dengan biaya perawatan yang rendah, sehingga mampu menekan pengeluaran dan meningkatkan efisiensi. Biaya pokok produksi untuk sabun cair berukuran 250 ml berada pada kisaran Rp18.000–Rp20.000 per botol, sedangkan harga jual ditetapkan Rp32.000–Rp35.000 per botol. Selisih harga tersebut memberikan margin keuntungan yang cukup besar, menjadikan usaha tetap kompetitif meskipun harus bersaing dengan produk komersial berbahan kimia. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi produksi berbasis pemanfaatan bahan baku lokal tidak hanya menekan ketergantungan pada pemasok luar, tetapi juga menjaga kestabilan biaya sekaligus memperkuat daya saing usaha.

**Hipotesis:** Organisasi CUSO yang disusun secara sederhana tetapi tetap berjalan efektif, ditambah dengan perencanaan keuangan yang terarah, menjadi faktor penting dalam menjaga keberlangsungan usaha.

**Pembahasan:** Struktur organisasi CUSO dibangun dengan menempatkan pimpinan yang juga berperan sebagai pemilik usaha, disertai pembagian tugas pada bagian produksi, pemasaran, dan keuangan. Susunan ini mempermudah koordinasi sekaligus mempercepat

proses pengambilan keputusan. Dari sisi finansial, analisis menunjukkan bahwa usaha memiliki kelayakan yang baik dengan indikator positif, yaitu Net Present Value (NPV) bernilai lebih dari nol, Internal Rate of Return (IRR) melampaui tingkat diskonto, Payback Period yang relatif singkat, serta Break Even Point (BEP) yang dapat dicapai pada volume penjualan realistis. Proyeksi keuntungan pun memperlihatkan peningkatan dari tahun ke tahun seiring dengan pertumbuhan permintaan. Dengan struktur manajemen yang sederhana namun jelas serta dukungan perencanaan keuangan yang matang, CUSO berpeluang besar untuk bertahan dan terus berkembang di industri sabun cair berbahan alami.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penyusunan business plan, dapat disimpulkan bahwa aspek produksi pada usaha CUSO (Cucumber Soap) dirancang secara sederhana namun efektif dengan memanfaatkan bahan baku lokal berupa mentimun segar yang mudah diperoleh, harga stabil, dan berkualitas baik. Proses produksi menggunakan peralatan sederhana dengan biaya perawatan rendah, sehingga mampu menekan biaya sekaligus meningkatkan efisiensi. Kapasitas produksi tahun pertama ditargetkan sebesar 12.000 botol dengan proyeksi peningkatan 2% per tahun, yang menunjukkan bahwa skala produksi dapat berkembang seiring pertumbuhan permintaan. Selain itu, produk mengandung 90% ekstrak mentimun dengan sifat antioksidan dan anti-inflamasi, sehingga aman digunakan untuk berbagai jenis kulit, termasuk kulit sensitif. Dengan margin keuntungan yang cukup besar dari selisih harga pokok produksi Rp18.000–Rp20.000 per botol dan harga jual Rp32.000–Rp35.000, usaha ini memiliki daya saing yang baik terhadap produk komersial berbahan kimia. Secara keseluruhan, aspek produksi CUSO terbukti layak dijalankan, efisien, dan mendukung keberlanjutan usaha.

### **Saran**

Untuk meningkatkan efektivitas produksi, disarankan agar usaha CUSO melakukan pengendalian kualitas yang lebih ketat pada setiap tahap, mulai dari pemilihan bahan baku hingga pengemasan, sehingga konsistensi mutu produk tetap terjaga. Perlu juga dilakukan pencatatan biaya produksi secara detail dan berkala agar dapat dilakukan evaluasi efisiensi serta penentuan harga yang lebih akurat. Selain itu, diversifikasi varian produk berbasis bahan alami lain seperti lidah buaya atau teh hijau dapat dipertimbangkan untuk memperluas pasar sekaligus meningkatkan kapasitas produksi. Di sisi lain, penggunaan teknologi produksi sederhana yang lebih modern secara bertahap dapat diterapkan untuk meningkatkan skala produksi dan mengurangi risiko keterlambatan pemenuhan permintaan. Dengan langkah-langkah tersebut, aspek produksi usaha CUSO tidak hanya akan efisien dari sisi biaya, tetapi juga mampu bersaing dalam kualitas, kapasitas, dan keberlanjutan jangka panjang.

### KETERBATASAN PENELITIAN

Penyusunan Business Plan CUSO (Cucumber Soap) memiliki beberapa keterbatasan yang patut diperhatikan. Pertama, proyeksi produksi dan keuangan yang digunakan masih bersifat estimatif dan didasarkan pada asumsi kenaikan penjualan sebesar 2% per tahun, sehingga hasil analisis dapat berbeda dengan kondisi nyata apabila terjadi perubahan signifikan pada harga bahan baku, biaya produksi, maupun daya beli konsumen. Kedua, data primer yang dikumpulkan melalui observasi dan wawancara masih terbatas pada wilayah pemasaran tertentu, yaitu Kelurahan Kairagi Dua, Kelurahan Buha, dan lingkungan Politeknik Negeri Manado, sehingga belum sepenuhnya merepresentasikan potensi pasar yang lebih luas. Ketiga, perhitungan biaya pokok produksi hanya memperhitungkan harga pasar saat ini tanpa memasukkan faktor risiko seperti inflasi, fluktuasi harga mentimun, maupun kenaikan biaya tenaga kerja, sehingga hasilnya mungkin berbeda saat usaha dijalankan secara nyata. Keempat, analisis produksi belum mempertimbangkan penggunaan teknologi yang lebih modern atau kemungkinan peningkatan skala usaha yang dapat memengaruhi efisiensi serta kapasitas produksi. Dengan adanya keterbatasan ini, hasil penelitian perlu ditindaklanjuti dengan kajian lanjutan yang mencakup analisis risiko, skenario perubahan biaya, serta data pasar yang lebih komprehensif.

### REFERENSI

- "A product is anything that can be offered to a market to satisfy a want or need". (2011). 11–24.
- Andri Cahyo Purnomo. (2022). Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Strategi Penentuan Pasar Sasaran. *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 1(2), 130–137. <https://doi.org/10.55606/inovasi.v1i2.129>
- Azaria, D. P. (2014). (2014). 濟無No Title No Title No Title. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 7(2), 107–115.
- Collins, S. P., Storrow, A., Liu, D., Jenkins, C. A., Miller, K. F., Kampe, C., & Butler, J. (2021). *No Title 濟無No Title No Title No Title*. 11–35.
- Febianti, Y. N. (2015). Penawaran Dalam Ekonomi Mikro. In *Jurnal Edunomic* (Vol. 3, Issue 1, pp. 159–167).
- Finsa, M., & Putra, A. (2023). Jurnal Penelitian Pariwisata. *Jurnal Penelitian Pariwisata*.
- Ii, B. A. B. (2006). *Perpustakaan . Uns . Ac . Id*. 8–9.
- Jeklin, A. (2016). *Teori Tentang Prospek Usaha*. July, 1–23.
- Juliet Makinggung & Djibrael Djawa. (2011). Tugas Khusus Manajemen Keuangan Manado, November 2011.
- Küresel, S., Göstergesí, R., Politik, F., Eren, B., Keleş, Ö., Keleş, Ö., Etk, I. N. A., Karaka, H., Do, A., Sarikaya, R., Brugger, B. P., Ankara-, R. K., Geliştirilmesi, E.-Ö., Ö, C. E.-, Sayhan, H.,

- Sayhan, S., Demirbas, C. O., Belirlenmesi, F. D., عامر, د. و. م. ... Gladrow, W.-. (2014). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Ege Eğitim Dergisi/ Ege Journal of Education*, 2006, 9-19.
- Munawir, 2007 : 184). (2021). *No Title 濟無No Title No Title No Title*. 167-186.
- Nunung Nurhayati, & Ayu Diah Restiani. (2019). Peranan Net Present Value (Npv) Dan Internal Rate of Retur (Irr) Dalam Keputusan Investasi Mesin. *Jurnal Investasi*, 5(1), 12-23. <https://doi.org/10.31943/investasi.v5i1.15>
- Nurhafid, A. (2017). Penyusunan Anggaran dan Realisasinya. *STIE Ekuitas*, 10-27.
- Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1-9.  
<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1404>
- Sartono. (1996). Manajemen Keuangan. *Book*, 268-263.
- Stocks, N. (2016). Pengertian Anggaran. *Anggaran Penjualan: Pengertian, Tujuan, Dan Faktor Yang Mempengaruhi Anggaran Penjualan*, 1-23.
- Tâm, T., Và, N. C. Ú U., Giao, C. Ę N., Ngh, C., & Chu, Ā N B Û I. (2016). *Kotler (dalam Aminah, 2020)*. 01(2016), 1-23.
- Venny, S., & Asriati, N. (2022). Permintaan Dan Penawaran Dalam Ekonomi Mikro. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(1), 184-194.  
<https://doi.org/10.31932/jpe.v7i1.1583>