

PENETAPAN HARGA JUAL SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN PRODUK BUNGA KAWAT BULU PADA UMKM MOYGIFT

Alisa Sandrina Ramadhani¹, Liza Nora²
Universitas Muhammadiyah Jakarta^{1,2}

¹ alisa.sandrina19@gmail.com

² liza.nora@umj.ac.id

Informasi artikel

Diterima :
07 Mei 2026
Direvisi :
22 Juni 2026
Disetujui :
14 Juli 2026

ABSTRACT

This study aims to evaluate the selling price determination of pipe cleaner flower products at MoyGift MSME as part of its marketing strategy and business sustainability efforts. The study employed a qualitative approach using an evaluation research design. Primary data were collected through observation, documentation, and interviews with the business owner and production personnel. The findings indicate that production management encompasses production planning, production control, process improvement, and quality management. However, the determination of selling prices is still conducted in a relatively simple manner and does not fully incorporate all production cost components. Based on the simulation of cost of goods manufactured, the production cost was calculated at IDR 10,590 per unit. With a selling price of IDR 15,000 per unit, the business earns a profit of IDR 4,410, representing a profit margin of approximately 29%. The study recommends adopting a more comprehensive costing approach to ensure more accurate pricing decisions and enhance business competitiveness.

Keywords: *Selling Price, Cost of Goods Manufactured, Marketing Strategy, Production Management, MSMEs.*

PENDAHULUAN

Kerajinan tangan didefinisikan sebagai suatu proses pembuatan benda yang memiliki tujuan menciptakan suatu produk yang memiliki nilai estetika (Setiawati dan Rachman, 2022). Kerajinan tangan merupakan bagian dari seni rupa terapan yang produksinya melibatkan keterampilan manual dalam membuat benda-benda kebutuhan hidup. Produksi kerajinan tangan dirancang untuk tujuan fungsional sekaligus memiliki nilai keindahan (Konore dkk., 2020). Kerajinan tangan juga mampu memiliki nilai ekonomis apabila dijadikan peluang kewirausahaan.

Kerajinan tangan memiliki berbagai macam jenis dan rupa, bergantung pada kebutuhan dan keinginan. Salah satu rupa kerajinan tangan adalah bunga tiruan yang terbuat dari kawat bulu. Bunga tiruan dari kawat bulu umumnya dipergunakan sebagai hadiah untuk seremonial

(*bouquette*), pajangan, atau aksesoris. Proses pembuatan bunga kawat bulu cukup mudah, hasilnya memiliki nilai keindahan dan ekonomis di saat yang bersamaan.

MoyGift merupakan salah satu usaha mikro yang bergerak di bidang kerajinan tangan, salah satunya adalah bunga kawat bulu. Selain bunga kawat bulu, MoyGift juga menjual barang-barang yang dapat dijadikan hadiah, ataupun aksesoris lainnya. MoyGift terletak di Pisangan, Ciputat Timur, Tangerang Selatan. Lokasinya yang terletak di sekitar area instansi pendidikan seperti kampus atau sekolah, mulai dari sekolah dasar hingga sekolah menengah atas, cukup strategis karena kebutuhan atau keinginan siswa ataupun mahasiswa.

Permasalahan mendasar MoyGift adalah penentuan harga, dimana pencatatan penggunaan bahan baku, bahan pendukung dan beban overhead belum sepenuhnya dijadikan acuan menentukan harga. Padahal penentuan harga sangat penting karena terkait dengan tingkat keuntungan yang diinginkan oleh produsen. Selama ini harga jual ditentukan hanya sebatas dari bahan baku dan tenaga kerja, serta *benchmark* dengan produk-produk sejenis di lingkungan toko MoyGift di daerah Ciputat Timur.

Beberapa penelitian telah menjelaskan pentingnya penetapan harga, diantaranya pandangan Soei dkk. (2014) yang menyatakan bahwa harga jual harus mampu menutup seluruh biaya yang dikeluarkan dan menghasilkan laba yang diinginkan. Kesalahan dalam penetapan harga dapat menyebabkan perusahaan kehilangan daya saing atau mengalami kerugian. Taroreh dkk. (2021) menyatakan bahwa kesalahan dalam penentuan harga jual merupakan salah satu masalah fundamental yang dapat merugikan perusahaan, terutama dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. Pendapat serupa lainnya dikemukakan oleh Sari (2018) yang menyatakan bahwa penentuan harga jual berpengaruh langsung terhadap laba yang diperoleh perusahaan. Harga yang terlalu rendah dapat menyebabkan kerugian, sedangkan harga yang terlalu tinggi dapat mengurangi daya saing (Sari, 2018).

Dalam konsep *marketing mix*, harga merupakan salah satu elemen utama yang tidak hanya berfungsi sebagai penentu pendapatan, tetapi juga sebagai strategi pemasaran untuk memengaruhi persepsi konsumen, posisi merek, dan daya saing perusahaan (Kotler & Keller, 2016). Oleh karena itu penelitian ini penting dilakukan guna memastikan bahwa penetapan harga telah sesuai dengan *matching principle* (Priharta dkk., 2018) yang mempertemukan antara pendapatan dengan beban guna mengetahui berapa besar keuntungan yang dihasilkan. Sehingga keuntungan atau laba dapat menjadi tolak ukur kinerja dan keberlanjutan usaha pada MoyGift.

KAJIAN LITERATUR

Marketing Mixed

Qibtiyana & Ali (2024) mendefinisikan *marketing mix* sebagai alat taktis perusahaan yang mengintegrasikan produk, harga, tempat, dan promosi untuk mencapai tujuan pemasaran serta meningkatkan tingkat penjualan dan posisi perusahaan di pasar. Sedangkan Lahagu et al. (2024) berpendapat bahwa *marketing mix* memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan volume penjualan, membantu mempertahankan pelanggan, menarik konsumen baru, dan meningkatkan keuntungan perusahaan. Lestari & Nurwahyudi (2023) menyatakan bahwa implementasi *marketing mix* memiliki peran yang penting dalam meningkatkan jumlah pelanggan, volume penjualan, dan keuntungan perusahaan melalui kombinasi produk, harga, promosi, dan pelayanan yang tepat.

Harga Pokok

Harga pokok didefinisikan sebagai seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menghasilkan suatu produk atau jasa. Dalam perusahaan manufaktur, harga pokok produksi umumnya terdiri dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, atau biaya operasional yang tidak diidentifikasi secara langsung (Sjahrial dkk., 2019). Febrianti dan Rahmadani (2022) mendefinisikan harga pokok produksi (HPP)

sebagai akumulasi biaya produksi yang terdiri dari bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik yang digunakan sebagai acuan dalam menentukan harga jual produk. Harga pokok digunakan sebagai dasar untuk menentukan harga jual dan menghitung laba perusahaan. Kesalahan dalam menghitung harga pokok dapat menyebabkan harga jual yang tidak tepat dan berpengaruh pada laba yang diperoleh perusahaan.

Harga Jual

Harga jual adalah nilai atau sejumlah uang yang dibebankan kepada konsumen atas suatu produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Harga jual umumnya ditentukan dengan mempertimbangkan beberapa elemen, yaitu harga pokok produk, biaya operasional, tingkat keuntungan (margin laba) yang diinginkan dan kondisi pasar dan persaingan. Secara sederhana dapat dibuat persamaan sebagai berikut (Priharta dkk., 2025):

$$\text{Harga Jual} = \text{Harga Pokok} + \text{Margin Laba}$$

Harga jual yang terlalu rendah dapat menyebabkan perusahaan tidak memperoleh laba yang memadai, sedangkan harga jual yang terlalu tinggi dapat mengurangi daya saing produk di pasar (Firmansyah dkk., 2023).

Manajemen Produksi

Sampeallo dan Hasiara (2024:1) mendefinisikan manajemen produksi sebagai proses pengelolaan suatu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, serta pengendalian sumber daya yang dapat berupa manusia, mesin, material, dan informasi untuk menghasilkan produk atau jasa dengan efisien. Manajemen produksi berfokus pada upaya mengoptimalkan penggunaan sumber daya guna memenuhi tujuan organisasi.

Sampeallo dan Hasiara (2024:2-4) juga menyebutkan bahwa manajemen produksi meliputi serangkaian praktik, seperti:

1. Perencanaan produksi
Perencanaan produksi merupakan suatu proses yang melibatkan perumusan strategi dan langkah-langkah operasional untuk mencapai tujuan produksi perusahaan. Perencanaan produksi mencakup identifikasi kebutuhan sumber daya, penjadwalan produksi, pengelolaan persediaan, dan alokasi tenaga kerja serta mesin.
2. Pengendalian produksi
Pengendalian produksi merupakan proses yang melibatkan pemantauan dan penyesuaian terhadap proses produksi untuk memastikan pencapaian tujuan perusahaan. Pengendalian produksi mencakup pemantauan kinerja produksi, identifikasi permasalahan, serta implementasi tindakan perbaikan secara tepat waktu.
3. Peningkatan proses
Peningkatan proses merupakan proses yang memiliki tujuan meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan kualitas dalam semua tahapan produksi. Peningkatan proses mencakup identifikasi proses produksi dan implementasi perubahan dengan tujuan efisiensi.
4. Manajemen kualitas
Manajemen kualitas merupakan aspek kunci yang bertujuan untuk memastikan bahwa produk atau layanan yang dihasilkan memenuhi atau melebihi standar kualitas yang ditetapkan. Manajemen kualitas mencakup perencanaan, pengendalian, dan peningkatan berkelanjutan terhadap proses produksi untuk mencapai kepuasan pelanggan.

UMKM

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, usaha mikro didefinisikan sebagai usaha milik perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro, seperti memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, serta memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300 juta.

Usaha kecil didefinisikan sebagai usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil, seperti memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50 juta hingga paling banyak Rp500 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, serta memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300 juta hingga paling banyak Rp2,5 milyar (UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah).

Usaha menengah didefinisikan sebagai ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih lebih dari Rp500 juta hingga paling banyak Rp10 milyar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2,5 milyar hingga paling banyak Rp50 milyar (UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang merupakan pendekatan untuk mendapatkan gambaran yang mendalam tentang fenomena yang terjadi, dengan menggunakan metode-metode yang bersifat deskriptif dan eksploratif (Widodo dkk., 2023:46). Jenis penelitian merupakan penelitian evaluasi yaitu bertujuan untuk menilai manfaat, efektivitas, efisiensi, atau keberhasilan suatu kegiatan atau sistem tertentu. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dan perbaikan suatu kegiatan (Priharta, 2009). Selanjutnya, karakteristik penelitian evaluasi adalah: (1) berorientasi pada pengambilan keputusan, (2) menilai efektivitas, efisiensi, dan dampak suatu program, (3) menggunakan data kuantitatif, kualitatif, atau kombinasi keduanya, (4) menghasilkan rekomendasi perbaikan program, dan (5) fokus pada kesenjangan antara tujuan yang direncanakan dan hasil yang dicapai (Warman dkk., 2023).

Sumber dan Perolehan Data

Data yang digunakan adalah data primer, yakni data yang diperoleh secara langsung, dalam hal ini adalah data produksi produk aksesoris bunga kawat bulu pada usaha MoyGift. Untuk memperoleh data tersebut, digunakan instrumen observasi, dokumentasi dan wawancara. Wawancara dilakukan kepada satu orang yang bertindak sebagai pengelola sekaligus bagian produksi.

Tahapan Penelitian

Penelitian diawali dengan melakukan observasi bagaimana produk dibuat, diamati bahan-bahan dan elemen produksi apa saja yang digunakan, selanjutnya diteliti bagaimana harga jual produk ditentukan. Tahap berikutnya adalah mengevaluasi penentuan harga tersebut, apakah telah sesuai dengan konsep harga pokok dan harga jual. Selanjutnya diberikan rekomendasi perbaikan dalam menentukan harga jual produk.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Perencanaan Produksi

Pada UMKM MoyGift, perencanaan produksi dilakukan dengan menentukan jenis dan jumlah bahan yang dibutuhkan untuk menghasilkan satu unit aksesoris bunga kawat bulu. Alat dan bahan yang dibutuhkan adalah kawat bulu atau *pipe cleaner* dengan berbagai warna, tang, lem tembak, dan *connector*. Pengendalian bahan dilaksanakan dengan persediaan alat dan bahan. Kawat bulu, lem tembak, dan tang umumnya dibeli secara *online* dalam jumlah yang banyak. Hal ini disebabkan oleh pembelian dalam jumlah grosir cenderung lebih murah jika

dibandingkan dengan membeli secara satuan. Keuntungan dari membeli bahan secara *online* adalah mampu meminimalisir input. Kendati demikian, kelemahan dari membeli bahan secara *online* adalah kualitas yang cenderung tidak konsisten setiap pembelian untuk persediaan.

Pengendalian Produksi

Pengendalian produksi dilakukan dengan pengawasan terhadap proses pengerjaan produk, khususnya pada tahap perakitan bunga kawat bulu. Setiap tahapan, mulai dari perakitan bunga hingga disambungkan dengan *connector* dilakukan secara manual sehingga ketelitian menjadi faktor utama. Oleh karena itu, pengendalian dilakukan dengan memastikan setiap bagian terpasang dengan kuat dan rapi agar produk layak digunakan dan memiliki nilai estetika. Produk yang sudah selesai dibuat akan diperiksa kembali guna memastikan tidak adanya cacat, seperti bentuk yang tidak simetris, sambungan yang kurang kuat, atau lem yang terlihat berantakan.

Proses Produksi

Proses pembuatan aksesoris bunga kawat bulu yang diproduksi oleh MoyGift meliputi beberapa tahap, seperti pembentukan kelopak bunga dan pengaitan pada *connector*. Perbedaan kualitas kawat bulu dapat memengaruhi kelenturan, sehingga juga memengaruhi bentuk dan hasil akhir mahkota bunga atau bahkan aksesoris bunga kawat bulu secara keseluruhan. Dari segi efisiensi, pembuatan satu buah aksesoris bunga kawat bulu memerlukan waktu 20 hingga 30 menit. Proses produksi dengan tangan juga dilaksanakan oleh satu orang saja. MoyGift memerlukan pengaturan alur kerja yang lebih efektif, yang dapat mengurangi beban tenaga ataupun biaya.

Manajemen Kualitas

Pada UMKM MoyGift, pengendalian kualitas dilakukan dengan pemeriksaan akhir produk, meliputi kerapian bentuk, kesesuaian komponen, serta kekuatan sambungan. Produk yang belum memenuhi kriteria akan diperbaiki sebelum dipasarkan. Kendati demikian, penerapan manajemen kualitas masih bersifat sederhana dan belum memiliki standar yang terdokumentasi, sehingga penilaian kualitas cenderung subjektif. Selain itu, perbedaan kualitas bahan baku pada setiap pembelian dan proses produksi yang manual menyebabkan hasil produk belum sepenuhnya konsisten. Oleh karena itu, diperlukan penetapan standar kualitas yang lebih jelas, penyusunan prosedur pemeriksaan, serta pemilihan pemasok yang konsisten agar kualitas produk lebih terjaga dan stabil.

Penetapan Harga

Penetapan harga jual berdasarkan informasi yang diperoleh, selama ini hanya menghitung secara kasar biaya-biaya yang dikeluarkan. Lebih lanjut karena usaha MoyGift memiliki beragam produk, aksesoris bunga kawat bulu merupakan produk yang permintaannya terbatas, misalnya sebagai hadiah dalam suatu event tertentu, seperti ulang tahun atau *gathering*. Harga jual secara umum dihitung dengan seberapa besar biaya yang dikeluarkan dibagi dengan jumlah unit dihasilkan, kemudian ditambah margin yang diinginkan. Berdasarkan evaluasi, teknik penentuan ini sudah cukup baik namun belum cukup rinci dan memadai untuk membandingkan antara pendapatan dengan harga pokok.

Untuk itu dilakukan satu simulasi perhitungan harga pokok dan penentuan harga jual, yang kemudian didiskusikan, dan pada akhirnya dapat ditentukan harga jual yang relatif dapat menampung semua harga pokok berikut margin keuntungan, dan dinilai teknik ini lebih mencerminkan input biaya produksi yang sesungguhnya.

Perhitungan biaya produksi dapat dikategorikan sebagai salah satu bentuk pengendalian produksi untuk MoyGift. Harga jual untuk satu buah aksesoris bunga kawat bulu dibanderol seharga Rp15.000,-. Adapun biaya produksi untuk satu buah aksesoris bunga kawat bulu tersebut digambarkan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Rincian Biaya Produksi Aksesori Bunga Kawat Bulu

Bahan	Harga per set (Rp)	Jumlah (pcs)	Harga per pcs (Rp)	Jumlah terpakai (pcs)	Harga terpakai (Rp)
Kawat bulu	15.000	100	150	12	1.800
Isi lem tembak	15.000	30	500	0,5	250
Jump ring	4.000	100	40	1	40
Ring O putar	1.500	1	1.500	1	1.500
Peralatan dan listrik				2.000	2.000
Jasa pembuatan				5.000	5.000
Harga Pokok Produksi (HPP)					10.590
Harga Jual					15.000
Laba					4.410

Sumber : Diolah penulis

Berdasarkan tabel di atas, total HPP untuk satu buah aksesori bunga kawat bulu adalah Rp10.590,-. Dengan harga jual sebesar Rp15.000,-, maka didapatkan keuntungan sebesar Rp4.410,-. Margin keuntungan yang diperoleh sekitar 29% dengan rumus perhitungan laba dibagi harga jual, yang artinya cukup baik untuk skala UMKM karena mampu memberikan ruang keuntungan yang relatif aman terhadap biaya produksi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa MoyGift sudah cukup konsisten dalam melakukan manajemen produksi, seperti adanya perencanaan, pengendalian, proses, dan manajemen kualitas, namun belum mempertimbangkan hal krusial lainnya seperti penetapan harga. Penetapan harga untuk aksesori bunga kawat bulu MoyGift dilakukan dengan merinci setiap bahan dan jasa yang digunakan, dengan menambah margin keuntungan sebesar 29%. Penetapan harga ini diharapkan mampu memberi lebih keuntungan serta melangsungkan keberlanjutan usaha MoyGift sebagai toko aksesori.

Saran

Berdasarkan kesimpulan, maka disarankan penetapan standar yang dapat meningkatkan konsistensi kualitas produk. Selain itu, diperlukan juga evaluasi proses produksi secara berkala sebagai dasar untuk perbaikan lanjutan. Di samping itu, dalam prakteknya, selain mempertimbangkan unsur biaya, penentuan harga jual selayaknya juga mempertimbangkan keunikan produk dan persaingan produk sejenis di pasar.

REFERENSI

- Firmansyah, D., Mulyadi, H., & Susetyo, D.P. (2023). Penentuan Harga Jual: Harga Pokok Produksi dan Ekspektasi Laba. *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen)*, 9(2), 202–215. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v9i2.8808>
- Konore, C.R., Rorong, I.P.F., dan Siwu, H.F.D. (2022). Kajian produksi kerajinan tangan serat pisang abaka di Desa Esang Kabupaten Kepulauan Talaud. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 22(5): 97-108.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lahagu, E., Laia, O., Buulolo, N. A., & Zebua, E. (2024). Peranan marketing mix dalam upaya meningkatkan volume penjualan pada CV. Matahari Mandiri Perkasa. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen dan Akuntansi)*, 7(2), 336–345. <https://doi.org/10.57093/metansi.v7i2.303>

- Lestari, D. A., & Nurwahyudi, M. R. (2023). Peran marketing mix pada upaya meningkatkan penjualan di PT Medeq Mandiri Utama. *Jurnal STIE Semarang*, 15(2), 1–14. <https://doi.org/10.33747>
- Priharta, A. (2009). Analisis Prosedur Transaksi Kliring Masuk Untuk Meningkatkan Efisiensi Biaya Tenaga Kerja. *Jurnal Penelitian Universitas Muhammadiyah Jakarta* 15(3), 43-56
- Priharta, A., Setyaningsih, T.A., Rahayu, D.P. (2018). *Pengantar Akuntansi Berbasis PSAK Terbaru*. Bogor: Penerbit In Media.
- Priharta, A., Gani, N.A., Maryati, Jaharuddin, & Utama, R.E. (2025). *Akuntansi Manajemen*. Jawa Tengah: Penerbit Amerta Media.
- Qibtiyana, M., & Hapzi Ali. (2024). Marketing Mix Implementation on Sales Levels . *Dinasti International Journal of Management Science*, 5(5), 1037–1041. <https://doi.org/10.31933/dijms.v5i5.2609>
- Sampeallo, Y.G., dan Hasiara, L.O. (2024). *Manajemen Produksi*. Medan: PT Media Penerbit Indonesia.
- Sari, yunita. (2018). Analisis Penentuan Harga Jual Dengan Metode Cost Plus Pricing dan Pengaruhnya Terhadap Laba yang Dihasilkan Pada UD Maju. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis : Jurnal Program Studi Akuntansi*, 4(1). <https://doi.org/10.31289/jab.v4i1.1549>
- Setiawati, E., dan Rachman, M. (2022). Pelatihan membuat kerajinan tangan dari kain flanel sebagai ide kewirausahaan bagi ibu-ibu dasawisma Kelurahan Mugirejo. *JPKPM* 2(2): 314-318.
- Sjahrial, D., Purba, D., & Priharta A. (2029). *Akuntansi Biaya*. Bogor : Penerbit CV. In Media.
- Soei, C. N., Sabijono, H., & Runtu, T. (2014). Penentuan harga jual meubel menggunakan metode cost plus pricing pada UD. Sintu Jaya Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3), 208–217.
- Taroreh, B. F., Pangemanan, S. S., & Suwetja, I. G. (2021). Analisis penentuan harga jual menggunakan metode cost plus pricing dengan pendekatan full costing pada CV. Verel Tri Putra Mandiri. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3), 607–618.
- Undang-Undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Warman, W., Komariyah, L., & Kaltsum, K. F. U. (2023). Konsep Umum Evaluasi Kebijakan. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Pendidikan*, 3(SE), 25–32. <https://doi.org/10.30872/jimpian.v3iSE.2912>
- Widodo, S., dkk. 2023. *Buku Ajar Metode Penelitian*. Pangkalpinang: CV Science Techno Direct.