

## **PENINGKATAN KEMAMPUAN WIRAUSAHA DENGAN PENDAMPINGAN DAN PEMBERDAYAAN KELOMPOK USAHA SABLON “SALAM” MELALUI STRATEGI PEMASARAN MODERN & *JOB ORDER COSTING***

**Erida Herlina  
Gunasti Hudiwinarsih  
Soni Harsono  
Zakiah**

**STIE Perbanas Surabaya**

### **Abstrak**

Usaha sablon merupakan salah satu jenis usaha yang banyak berkembang di masyarakat. Bagi perajin sablon pemula yang mungkin tidak memiliki modal besar, kegiatan sablon dapat dilakukan secara manual. Sedangkan bagi perajin sablon yang telah berkembang akan menggunakan mesin yang lebih modern dalam produksinya. Upaya yang dilakukan industri ini agar selalu bisa *going concern* adalah dengan memahami dan menerapkan pemasaran modern, serta mampu menghitung dengan tepat harga pokok produksi berdasar *job order costing*. Artikel ini merupakan hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya sebagai bentuk kepedulian pada masyarakat dan pengembangan pengetahuan. Pelatihan ini dilakukan terhadap usaha sablon yang berada di wilayah Bendul Merisi Surabaya. Melalui pelatihan ini, diharapkan para pelaku usaha mampu meningkatkan pengetahuan tentang pemasaran modern dan melakukan perhitungan harga pokok produksi berdasar *job order costing*. Perlu dilakukan pelatihan sejenis dengan pendampingan agar ilmu yang diperoleh dapat benar-benar diterapkan pada usaha sablon..

Kata kunci: Strategi pemasaran modern, *job order costing*

### **Abstract**

*Screen printing business is one type of business that has developed in the community. For beginner screen printing crafters who may not have large capital, screen printing activities can be done manually. As for the screen printing crafters who have developed will use a more modern machine in its production. The effort made by this industry to always be going concern is to understand and apply modern marketing, and be able to calculate the exact cost of production based on job order costing. This article is the result of community service activities at Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya as a form of community care and knowledge development. This training was conducted on a screen printing business in the Bendul Merisi Surabaya area. Through this training, it is expected that business people will be able to increase knowledge about modern marketing and to calculate the cost of production based on job order costing. Similar training needs to be carried out with assistance so that the knowledge gained can be truly applied to the screen printing business.*

*Keyword: modern marketing strategy, job order costing*

## **Pendahuluan**

Usaha sablon merupakan salah satu jenis usaha yang banyak berkembang di masyarakat. Bagi perajin sablon pemula yang mungkin tidak memiliki modal besar, kegiatan sablon dapat dilakukan secara manual. Sedangkan bagi perajin sablon yang telah berkembang akan menggunakan mesin yang lebih modern dalam produksinya. Jenis usaha ini juga memiliki pangsa pasar yang cukup besar seperti kegiatan sekolah, perkantoran, kelompok social masyarakat dan bahkan ketika pesta demokrasi seperti saat ini.

Selain memiliki pangsa pasar yang besar, jenis usaha ini juga memiliki persaingan yang cukup ketat. Persaingan ini menjadi kendala tersendiri bagi para perajin yang masih tergolong mikro seperti kelompok usaha sablon "Salam" di Bendul Merisi Jaya. Kelompok usaha sablon "Salam" terdiri dari 15 perajin sablon yang masih bersifat mikro. Para perajin sablon mikro ini sebagian besar tidak memiliki kemampuan pemasaran yang modern. Anggota perajin sablon "Salam" masih mengutamakan pemasaran tradisional yakni dari mulut ke mulut ataupun jika menggunakan alat komunikasi handpone juga terbatas seperti pada pemasangan di status Whatsapp. Hal ini menjadi penyebab pendapatan anggota sablon "Salam" ini masih belum maksimal.

Strategi pemasaran tradisional sudah dianggap tidak efektif dikarenakan metodenya yang membutuhkan lebih banyak biaya dan waktu tersebarnya informasi yang jauh lebih lama. Canggihnya teknologi saat ini sudah menggeser pemasaran tradisional tersebut menjadi pemasaran modern, yaitu berubah menjadi tren pemasaran dengan menggunakan media digital. Media digital seperti blog, instagram, facebook, dan lain sebagainya sudah berkembang dengan pesat. Perajin dapat meng-upload foto-foto desain sablon, daftar harganya, maupun hasil produksi yang dapat menarik minat pelanggan. Kemudahan pemasaran menggunakan media digital, baik kemudahan aksesnya, biaya yang sangat terjangkau, dan kecepatan tersebarnya informasi akan mendukung pemasaran sablon "Salam".

Terkait penentuan harga pokok produksi, sablon "Salam" mengalami kesulitan dalam menentukan biaya untuk membuat setiap produk. Sering kali order yang didapatkan oleh anggota sablon "Salam" ini tidak dalam skala produksi yang besar tetapi dimungkinkan juga dua order datang dalam waktu yang bersamaan. Hal ini juga menimbulkan masalah bagi perajin ketika mereka harus menentukan harga pokok produksi bagi tiap pesanan. Terlebih lagi sifat pesanan yang berbeda-beda untuk setiap produknya akan membuat perajin kesulitan menentukan harga pokok produksinya. Contohnya, setiap pesanan bisa berbeda dari segi jenis kain, ukuran sablon, banyaknya warna sablon, kerumitan desain sablon, dan lain sebagainya.

Pendekatan yang bisa digunakan untuk menghitung harga pokok produksi yang lebih tepat bagi perajin sablon "Salam" ialah *Job Order Costing*. *Job Order Costing* merupakan pendekatan perhitungan biaya berdasarkan pesanan. Sifat pesanan yang berbeda-beda dengan sumber daya yang berbeda membuat biaya untuk menghasilkan suatu produk juga pasti berbeda antara satu dengan yang lainnya. *Job Order Costing* membuat perhitungan harga pokok produksi lebih tepat

karena perhitungannya didasarkan pada jumlah sumber daya yang digunakan untuk membuat suatu pesanan tersebut.

Berdasarkan diskusi dengan anggota Kelompok usaha sablon “Salam” maka didapatkan kesimpulan bahwa anggota memerlukan pelatihan berupa “Strategi Pemasaran Modern & Perhitungan Harga Pokok Produksi Melalui *Job Order Costing*”.

### Permasalahan dan Solusi yang Ditawarkan pada Mitra

Berdasarkan analisis situasi yang dilakukan, dapat dideskripsikan permasalahan Mitra Kelompok usaha sablon “Salam” adalah :

1. Para perajin sablon masih kesulitan dalam menentukan harga jual dikarenakan tidak memahami perhitungan harga pokok produksi *job order costing*
2. Kendala Pemasaran, dimana kelompok ini masih mengutamakan pemasaran yg bersifat tradisional

Permasalahan tersebut akan diberikan solusi sebagai berikut:

1. Pelatihan dan pendampingan peningkatan kemampuan perhitungan *Job Order Costing*.  
Sablon adalah jenis usaha yang dibuat berdasarkan pesanan, dan jika pesanan yang datang lebih dari 1 maka diperlukan teknik perhitungan harga pokok produksi melalui *job order costing*.
2. Pelatihan dan pendampingan menguasai strategi pemasaran modern.  
Dalam kegiatan pelatihan ini perajin sablon mitra akan diberikan teknik dan strategi pemasaran yang bersifat modern sehingga perajin mikro ini tidak kalah bersaing dengan pengusaha yang lebih besar. Pelatihan ini perlu dilakukan agar mitra dapat memperoleh pendapatan yang maksimal.

### Metode Pelaksanaan

Berdasarkan Permasalahan Mitra Kelompok usaha sablon “Salam”, maka metode pelaksanaan kegiatan akan dibuat sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Metode Pelaksanaan**

Tahapan Kegiatan	Nama Kegiatan	Kontribusi Pengusul	Kontribusi Mitra
Tahap I	<b>Pelatihan Perhitungan Biaya dengan <i>Job Order Costing</i></b>	Narasumber Perhitungan Biaya dengan <i>Job Order Costing</i> (Tim Pengusul Pengabdian Masyarakat) Mahasiswa (2 orang) yang bertugas sebagai administrasi kegiatan dan asisten instruktur	Mengkoordinasikan Anggota yang akan hadir dan berkomitmen dalam pelatihan
Tahap II	<b>Pelatihan Pemasaran</b>	Narasumber: (Tim Pengusul Pengabdian Masyarakat) Mahasiswa (2 orang) yang bertugas sebagai	Mengkoordinasikan Anggota yang akan hadir dan berkomitmen dalam pelatihan

		administrasi kegiatan dan asisten instruktur	
Tahap III	<b>Pendampingan</b>	Ketua dan anggota pengurus sebagai narasumber Modul metode Perhitungan Biaya dengan <i>Job Order Costing</i>	Tempat pendampingan

### Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan Program Abdimas Internal Pelatihan ini mempunyai tujuan :

1. Untuk memberi pengetahuan dan pengalaman dasar mengenai jenis pemasaran terbaru serta perhitungan *Job Order Costing*.
2. Memberikan pelatihan mengenai *Job Order Costing*
3. Membuat penugasan terkait dengan *Job Order Costing*

Pada tahapan persiapan dilakukan koordinasi dengan pak Pangestu (koordinator), beliau adalah salah satu pemilik sablon di daerah Bendul Merisi. Koordinasi perlu dilakukan untuk mendapatkan data mengenai jumlah usaha sablon yang ada serta mendata karyawan yang akan ikut kegiatan pelatihan. Disepakati bahwa: Koordinator akan melakukan sosialisasi dan mengkoordinasi para pemilik maupun karyawan sablon yang berminat ikut kegiatan pelatihan

Peserta pelatihan adalah pemilik maupun karyawan sablon di daerah Bendul Merisi. Adapun nama-nama peserta yang mendaftar dalam kegiatan Abdimas disajikan dalam tabel 2:

**Tabel 2**  
**Daftar Peserta Pelatihan**

No	Nama Peserta	Institusi
1	Fahmi	Fight Sablon
2	Wicak	Tridatu Studio Surabaya
3	Tri Bagus Wahyudi	Bagus Creative Project
4	Julia	Fight Sablon
5	Ananda	Fight Sablon
6	Setyo Pangestu	Bagus Creative Project
7	Wildan	Tridatu Studio Surabaya

### 1. Pelatihan Manajemen Pemasaran Modern

Pelaksanaan Kegiatan Abdimas ini meliputi kegiatan Pelatihan Pemasaran Modern dan Perhitungan *Job Order Costing*. Adapun rundown acara pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut :

**Tabel 3**  
**Jadwal Pelaksanaan Pelatihan**

NO	KEGIATAN	WAKTU/DURASI	
<b>Sabtu, 15 Juni 2019</b>			
<b>Ruang Seminar Gedung D It 2</b>			
<b>Kampus 1 STIE Perbanas Surabaya</b>			
1	Registrasi	08.00-08.30	30 menit
2	Pembukaan	08.30-08.45	15 menit
3	Materi 1: Pelatihan Manajemen Pemasaran Bagi Entrepreneur	08.45-10.15	90 menit
4	Coffee break	10.15-10.30	15 menit
5	Materi 2: Perhitungan Job Order Costing	10.30-12.30	120 menit
6	Makan siang dan penutupan	12.30-13.00	30 menit

Pelatihan dimulai tepat jam 08.45. Bertindak sebagai narasumber pada kegiatan ini adalah Dr. Soni Harsono, M.Si yang merupakan salah satu dosen pengajar mata kuliah Manajemen Pemasaran. Materi yang diberikan meliputi:

**Prinsip dasar dalam pemasaran**

Dalam pemasaran terdapat empat prinsip dasar yang terdiri 4 P: *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat) termasuk di dalamnya adalah distribusi, dan *Promotion* (promosi) Metode ini yang dikenal dengan Bauran Pemasaran (Marketing Mix). Dalam perkembangannya, untuk layanan jasa dikenal juga istilah 7 P dimana 4 P pertama adalah Product, Price, Place, dan Promotion. Untuk 3 P yang selanjutnya adalah Bukti Fisik (Physical Evidence), Proses (Process) dan Orang (People).

Pemasaran lebih dipandang sebagai seni daripada ilmu, maka seorang ahli pemasaran tergantung lebih banyak pada ketrampilan pertimbangan dalam membuat kebijakan daripada berorientasi pada ilmu tertentu.

Pandangan ahli ekonomi terhadap pemasaran adalah dalam menciptakan waktu, tempat dimana produk diperlukan atau diinginkan lalu menyerahkan produk tersebut untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (konsep pemasaran).

Konsep pemasaran mengatakan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.

Dalam pemasaran terdapat enam konsep yang merupakan dasar pelaksanaan kegiatan pemasaran suatu organisasi yaitu : konsep produksi, konsep produk, konsep penjualan, konsep pemasaran, konsep pemasaran sosial, dan konsep pemasaran global.

**Konsep produksi**

Konsep produksi berpendapat bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dimana-mana dan harganya murah. Konsep ini berorientasi pada produksi

dengan mengerahkan segenap upaya untuk mencapai efisiensi produk tinggi dan distribusi yang luas. Disini tugas manajemen adalah memproduksi barang sebanyak mungkin, karena konsumen dianggap akan menerima produk yang tersedia secara luas dengan daya beli mereka.

#### Konsep produk

Konsep produk mengatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu, performansi dan ciri-ciri yang terbaik. Tugas manajemen disini adalah membuat produk berkualitas, karena konsumen dianggap menyukai produk berkualitas tinggi dalam penampilan dengan ciri – ciri terbaik

#### Konsep penjualan

Seperti pada namanya, konsep penjualan memang lebih memfokuskan pada penjualan sebuah produk semata. Oleh karena itulah, konsep ini mengedepankan produk yang dibuat dengan sebaik mungkin. Setelah produk sudah jadi, maka barulah dipikirkan bagaimana pemasarannya dengan baik.

#### Konsep pemasaran

Konsep pemasaran mengatakan bahwa kungsi untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.

Sederhananya, pemasaran lebih kepada proses manajemen konsumen baru dengan lebih menjanjikan. Atau dengan kata lain, konsep pemasaran bagaimana membuat konsumen merasa puas dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Fokusnya adalah kepuasan pelanggan yang tercapai bila kebutuhan, keinginan, dan permintaan dari konsumen terpenuhi dengan baik. Semua aktivitas pemasaran ini dilakukan secara terpadu atau biasa dikenal dengan istilah *integrated marketing*.

#### Konsep pemasaran sosial

Konsep pemasaran sosial berpendapat bahwa tugas organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan kepentingan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan dengan cara yang lebih efektif dan efisien daripada para pesaing dengan tetap melestarikan atau meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

Pada dasarnya, pemasaran sosial atau *social marketing* merupakan sebuah strategi yang digunakan oleh suatu kelompok/institusi, dengan tujuan untuk mengubah kebiasaan-kebiasaan dari kelompok sosial tertentu.

#### Konsep Pemasaran Global

Pemasaran Global merupakan proses untuk memfokuskan bermacam sumber daya (SDM, modal uang atau aset fisik) serta bermacam tujuan dari organisasi perusahaan lainnya untuk menggapai ancaman pasar global dan mendapatkan kesempatan di pasar global.

Pada konsep pemasaran global ini, manajer eksekutif berupaya memahami semua faktor-faktor lingkungan yang mempengaruhi pemasaran melalui manajemen strategis yang mantap. tujuan akhirnya adalah berupaya untuk memenuhi keinginan semua pihak yang terlibat dalam perusahaan.

## 2. Pelatihan Perhitungan Job Order Costing

Pelatihan ini diberikan pada sesi kedua dengan narasumber Nurul Hasanah Uswati Dewi, SE, M.Si, CTA. Beliau adalah satu dosen yang mengajar pada mata kuliah Akuntansi Biaya.

Terdapat berbagai macam teknik akuntansi yang digunakan untuk menghitung ongkos pasti pembuatan produk, termasuk material, upah pekerja, dan biaya *overhead*. Saat barang diproduksi karena pesanan, teknik perhitungan *job order costing* digunakan. Jika barang yang diproduksi melewati beberapa proses atau tahapan, diperlukan teknik *process costing* untuk menghitungnya.

*Process costing* secara umum digunakan pada suatu pabrik yang memproduksi barang secara tetap. Dengan kata lain, *job order costing* digunakan untuk menghitung biaya pengerjaan atau nilai kontrak, sementara *process costing* digunakan untuk menghitung ongkos tiap proses produksi.

*Job order costing* umumnya berisi tentang catatan pengeluaran material dan upah pekerja untuk tugas yang spesifik, termasuk biaya *overhead* jika pun ada. *Process costing* lebih diartikan sebagai biaya yang dibutuhkan tiap departemen dalam memproses suatu produk untuk tiap hari.

### Job Order Costing

*Job order costing* merupakan metode menghitung ongkos produksi untuk suatu unit secara spesifik. Satu contoh mudah, proyek konstruksi untuk membuat satu rumah dari awal sampai akhir merupakan *job order*. Dalam hal ini, produk yang dihadirkan merupakan event yang hanya berjalan satu kali.

Metode penghitungan dengan *job costing* melibatkan akumulasi semua biaya produksi untuk membuat suatu unit. Dalam contoh konstruksi rumah, ongkos buruh yang bekerja untuk membuat satu unit rumah akan dimasukkan dalam catatan pengeluaran sebelum ditambah dengan biaya lain.

Begitu juga dengan kayu atau material lain yang dibutuhkan untuk membuat satu unit rumah. Semua informasi seperti ini nantinya dibutuhkan sebagai tagihan untuk konsumen atas pekerjaan dan material yang digunakan, juga untuk melacak keuntungan perusahaan dari satu proyek yang dijalankan.

Dalam *job costing*, pekerjaan yang dimaksud sangat spesifik dan kadang berupa kontrak, yang mana pekerjaan dilakukan sepenuhnya atas instruksi dan permintaan konsumen. Dengan metode ini, tiap pekerjaan dianggap sebagai entitas yang berbeda, sehingga biayanya berbeda.

*Job costing* seringkali dipraktikkan oleh industri yang mempunyai spesialisasi produk berdasarkan kebutuhan dan permintaan konsumen. Contoh industri semacam ini yaitu sablon, furniture, konstruksi rumah, percetakan, dekorasi interior, dan lainnya.

Materi yang diberikan pada pelatihan ini meliputi:

Manfaat pencatatan

Menentukan harga jual yang akan dibebankan kepada pemesan, mempertimbangkan menerima atau menolak pesanan, memantau realisasi biaya produksi, serta menentukan laba atau rugi (baik pesanan maupun rutin). Sukses tidaknya sebuah usaha bukan bergantung pada besarnya modal ataupun sumber daya yang dimiliki, akan tetapi ada hal penting yang perlu dikelola dengan benar. Dan itu adalah pengelolaan keuangan. Banyak pelaku usaha kecil yang merasa tidak

perlu terlalu detail dalam melakukan pengelolaan. Mereka menganggap karena usahanya masih skala kecil, akhirnya pengelolaan keuangan hanya dilakukan secara sederhana.

#### Menentukan harga jual

Penentuan ini dengan mempertimbangkan pesaing/competitor. Beberapa pebisnis pemula memang masih mengalami kerancuan antara Harga Pokok Penjualan dan Harga Penjualan. Harga Pokok Penjualan sendiri disebut juga dengan *Cost of Goods Sold* (COGS), yaitu perhitungan yang mengacu pada seluruh biaya langsung yang dikeluarkan untuk memperoleh barang atau jasa yang dijual. Untuk melihat berapa keuntungan secara akurat, seorang pebisnis harus memperhitungkan secara seksama berbagai biaya seperti biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, serta biaya-biaya lainnya yang dikeluarkan untuk menunjang bisnis tersebut. Dalam laporan laba rugi, HPP muncul pada laporan sebagai biaya.

Harga jual adalah besaran harga yang dibebankan kepada konsumen. Ada dua cara untuk menentukan harga jual, yaitu :

#### *Cost-plus pricing method*

Yaitu menentukan harga jual per unit produk dengan menghitung jumlah seluruh biaya per unit ditambah jumlah tertentu untuk mendapatkan keuntungan dalam bentuk margin. Margin keuntungan biasanya berupa persentase.

#### Penetapan Harga *Mark Up*

Yaitu menentukan harga jual per unit produk dengan menentukan kelebihan harga dari harga dasar tiap produk untuk mendapatkan keuntungan. Seperti namanya, penetapan harga *mark up* adalah berupa nominal.

### **Pembahasan**

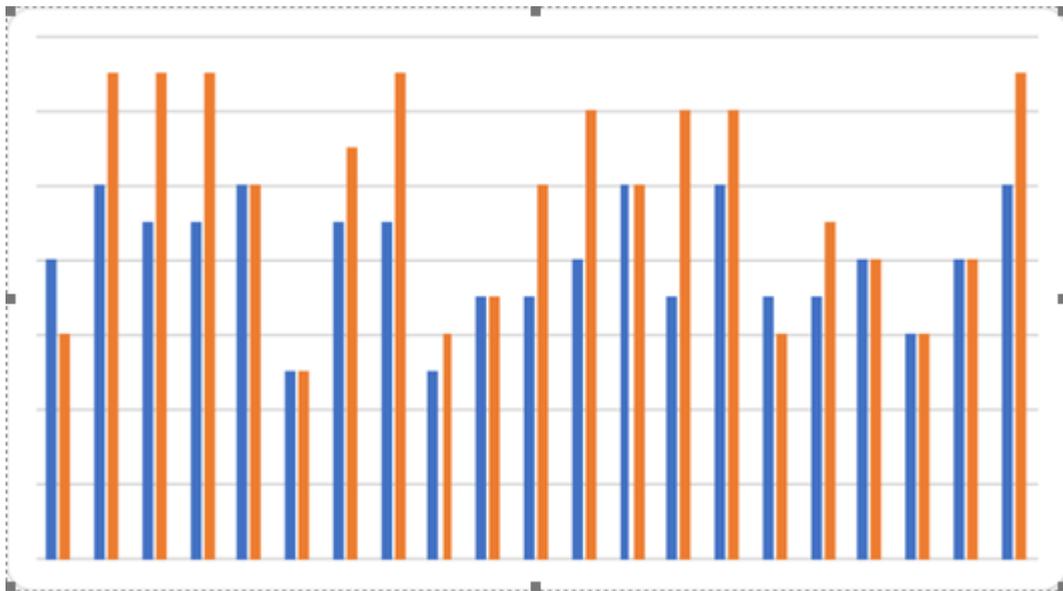
Jika dilihat dari peserta yang mengikuti pelatihan, dapat dilihat demografi peserta sebagai berikut: Jenis Kelamin, jumlah peserta wanita hanya 1 orang (14%), selebihnya (6 orang) adalah peserta laki-laki (86%). Peserta berasal dari 3 usaha Sablon, yaitu Fight Sablon (43%), Tridatu Studio Surabaya (28%) dan Bagus Creative Project (29%). Dari sejumlah peserta tersebut, yang pernah mengikuti kegiatan pelatihan pemasaran sebanyak 29%, sisanya (71%) belum pernah mengikuti kegiatan serupa. Sedangkan untuk kegiatan pelatihan *job order costing*, peserta yang pernah mengikuti kegiatan serupa hanya 14%, sisanya (86%) mengatakan tidak pernah mengikuti kegiatan pelatihan tersebut. Kegiatan yang dilaksanakan diharapkan dapat memberikan pemahaman dan pengetahuan bagi peserta mengenai banyaknya kesempatan untuk bisa memasarkan produknya melalui pemasaran modern, serta cara melakukan perhitungan untuk *Job Order Costing*.

Sebagian besar peserta mengatakan bahwa mereka belum pernah mengikuti kegiatan pelatihan pemasaran modern maupun *job order costing*, sehingga kegiatan ini telah membuka cakrawala pemikiran mereka bahwa masih ada beberapa model pemasaran yang bisa mereka lakukan untuk menjadikan usaha mereka semakin dikenal masyarakat.

Hal ini bisa dilihat dari sejumlah masukan/testimony yang mereka berikan pada akhir kegiatan:

- Tri Bagus Wahyudi: Pemberian pelatihan oleh para pemateri memberikan semangat baru untuk mengelola perusahaan lebih baik lagi dan mengembangkan perusahaan serta memberikan evaluasi terhadap perkembangan usaha.  
Setyo Pangestu: Banyak ilmu dan wawasan baru yang kami terima, jadi ingin lebih mengembangkan lagi, Pembahasan terkesan jelas dan mudah dipahami, dan Mendapat pengalaman yang bermanfaat.

**Tabel 4**  
**Hasil Pre-Test dan Post-Test**



Dari hasil pre-test dan post-test terlihat rata-rata terjadi peningkatan setelah diberikannya materi terkait dengan Marketing Modern dan *Job Order Costing*. Hasil tersebut menunjukkan pelatihan yang dilakukan memberikan hasil yang cukup memuaskan karena pengetahuan dan pemahaman peserta menjadi bertambah.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan permasalahan pada mitra dan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat yang telah dilaksanakan pada Usaha Sablon yang ada, maka dapat dibuat kesimpulan :

1. Sebagian besar peserta belum pernah mengikuti kegiatan pelatihan, baik pelatihan strategi pemasaran maupun kegiatan pelatihan *job order costing*.
2. Peserta yang sudah pernah mengikuti kegiatan pelatihan *job order costing*, belum pernah mendapat pendampingan

### **REFERENSI**

- Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat.2016. *Panduan Pelaksanaan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat di Perguruan Tinggi*. Kementrian Riset dan Pendidikan Tinggi
- Mowen, Hansen, and Heitger. 2012. *Managerial Accounting The Cornerston of Business Decisions*. Cengage Learning: South Western.
- Nurul, H. U, Luciana Spica, Erida Herlina. 2012. *Akuntansi Keuangan Menengah*, STIE Perbanas Press
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2018. *Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil dan Menengah*

