

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM PENGELOLAAN DAN PENGEMBANGAN USAHA TOKO AL AZQIA

Siti Maymanah

Faculty of Economic and Business, Bandar Lampung University
Jl. Zainal A Pagaralam, Nomor 26, Kedaton Lab. Ratu, 35142, Bandar Lampung,
Indonesia

Email: s.maimanah.18011135@student.ubl.ac.id

Abstract

Al Azqia shop is a constructing substances shop placed in Pekon Suka Banjar, Gunung Alip District, Tanggamus Regency. This Al Azqia shop may be known as an undeveloped save due to the fact Al Azqia shop nevertheless makes use of guide device and Al Azqia save does no longer use mass media like Instagram and fb in its improvement to sell its income. Consequently, the earned profits isn't always so high. In developing its enterprise, Al Azqia enterprise desires an advertising method that may help the improvement of Al Azqia commercial enterprise in order for it to broaden and survive within the long time. And a great and right marketing method is likewise required to compete with different stores and entice clients to shop for items in Al Azqia shop.

Keyword: strategy, marketing, business development

Abstrak

Toko Al Azqia ialah toko bergerak pada bidang bahan bangunan terletak pada Pekon Suka Banjar Kecamatan Gunung Alip Kabupaten Tanggamus. Toko Al Azqia ini dapat dikatakan toko belum berkembang, karena toko Al Azqia masih menggunakan sistem manual serta dalam pengembangannya toko Al Azqia tidak menggunakan media masa seperti instagram serta facebook untuk mempromosikan penjualannya. Oleh sebab itu, penghasilan didapatkan tidak begitu banyak. Dalam pengembangan usahanya toko Al Azqia perlu strategi promosi dapat membantu perkembangan toko Al Azqia agar bisa berkembang serta bertahan dalam jangka waktu lama. Serta dibutuhkan pula strategis pasaran baik serta benar supaya bisa bersaing pada toko lainnya, serta dapat menarik konsumen agar membeli barang dari toko Al Azqia.

Kata kunci: strategi, pemasaran, pengembangan usaha

PENDAHULUAN

Bisa dikatakan persaingan waktu ini semakin ketat, seiring menggunakan melambatnya pertumbuhan ekonomi berarti daya beli warga turun. Selain itu, banyak pula toko homogen menjual barang cukup sama, apalagi hampir semua global sedang berperang melawan Covid-19. Sebagai akibatnya pada hal ini bisa dikatakan warga akan lebih selektif pada menetapkan berasal toko mana akan membeli produk dikarenakan sulitnya membentuk

pendapatan dampak pandemi Covid-19. Pada hal pengelolaan serta pengembangannya terlebih dahulu harus mengetahui pasar serta taktik apa dipergunakan supaya usaha tadi bisa berjalan atau terpenuhi menggunakan istilah lain usaha tersebut bisa berjalan atau berkembang.

Keberhasilan emiten bisa dikatakan berhasil Bila pengelolaan uang diolah menggunakan baik, sebab menggunakan pengelolaan uang baik emiten akan bertahan. Selain itu, keberhasilan emiten pada menyebarkan bisnisnya memerlukan taktik periklanan efisien, serta pengetahuan akan kebutuhan serta hasrat konsumen. Taktik janji memainkan kiprah sangat krusial buat sebagai sukses pada usaha. Sebab itu, daerah pemasaran memegang peranan sangat krusial pada perencanaan usaha. Hal ini dapat dilakukan buat mempertahankan serta menaikkan penjualan produk. Taktik periklanan sempurna target menaikkan penjualan serta peluang penjualan, memungkinkan emiten buat mempertahankan posisinya. Emiten wajib bisa merancang taktik serta usaha sempurna supaya emiten bisa mencapai tujuannya. Tujuan Perseroan merupakan untuk menarik pelanggan supaya pelanggan bisa memakai serta membeli produk ditawarkan oleh Perseroan. Sebab itu, emiten wajib bisa menerapkan taktik sempurna pada syarat pasar ketika ini.

Toko Al Azqia ialah toko mengkhususkan diri dalam bahan bangunan. Toko Al Azqia sering menghadapi persaingan ketat berasal emiten bahan bangunan lainnya, menghasilkan banyak pembeli menentukan daerah berbelanja. Oleh sebab itu, agar Toko Al Azqia bisa bertahan serta berkembang, dibutuhkan taktik pemasaran bisa menarik pelanggan. Bila Anda ingin menghasilkan taktik promosi pemasaran buat Toko Al Azqia, Anda harus mengetahui terlebih dahulu pangsa pasar relevan serta kebutuhan pelanggan. Karena Bila Al Azqia Store terlebih dahulu menjalankan promosi tanpa mengetahui proporsinya, maka akibat didapat akan sia-sia. Hal ini perlu dilarang sebab taktik promosi pemasaran dilakukan buat menjaring minat pelanggan. Selain itu, banyaknya toko lain berkecimpung pada bidang sama memungkinkan toko Al Azqia buat melakukan taktik pemasaran tepat agar konsumen tertarik menggunakan barang dijual atau ditawarkan oleh toko Al Azqia. Tetapi pada taktik pemasarannya, toko Al Azqia belum mampu dikatakan optimal sebab toko Al Azqia tak memakai atau memanfaatkan media umum buat promosi mirip Instagram serta Facebook.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Manajemen

Dari Malay S.P. Hasibuan (2012:1) management ialah ilmu serta seni mengelola proses penggunaan insan serta asal daya lainnya secara efektif serta efisien buat mencapai tujuan organisasi diinginkan.

Dari G.R. Terry (2010:16) management ialah suatu proses terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan serta pengendalian tindakan buat memutuskan serta mencapai tujuan melalui pemanfaatan sumber daya insan serta sumber daya lainnya.

Pengertian Pemasaran

Pemasaran ialah bagian memegang peranan krusial pada suatu usaha sebab pemasaran memiliki fungsi mencari, menarik, mempertahankan serta menumbuhkan konsumen serta menguasai pasar.

Dari Hasan (2013), taktik pemasaran baik wajib dibangun atas dasar pemahaman usaha kuat, dipadukan menggunakan pemahaman kebutuhan serta harapan pelanggan, pesaing serta kemampuan, serta usaha inti, termasuk menggunakan pemasok serta distributor.

Pengertian Pengelolaan serta Pengembangan Usaha

Dari Firmansyah (2018:4), manajemen atau acapkali dianggap menggunakan manajemen ialah seni serta ilmu merencanakan, mengorganisasikan, merakit, mengarahkan, serta mengawasi sumber daya insan buat mencapai suatu tujuan diinginkan.

Dari Afifah pada Putri et al (2015:45), pengembangan usaha ialah serangkaian aktivitas dilakukan buat membangun sesuatu menggunakan berbagi serta mentransformasikan aneka macam asal daya buat membentuk barang atau jasa diinginkan konsumen.

METODOLOGI

Jenis Survei

Jenis survei pada survei Toko Al Azqia ini ialah survei kualitatif. Pengertian survei kualitatif ialah metode survei post dipergunakan buat mengkaji objek-objek alam, dimana peneliti ialah instrumen kuncinya, teknik pengumpulan datanya dilakukan secara campuran, analisis datanya bersifat induktif atau kualitatif, survei kualitatif lebih urgen daripada pentingnya generasi (Sugiyono 2019:18).

Design Penelitian

Pengertian desain survei dari Sugiyono (2018:37) ialah desain survei perlu khusus, kentara serta rinci serta sudah mapan semenjak awal serta dijadikan panduan selangkah demi selangkah. Desain survei menyediakan mekanisme buat memperoleh berita diharapkan buat menyusun atau memecahkan persoalan survei. Desain survei ialah dasar untuk melakukan survei. Oleh karena itu, desain survei baik mengarah di survei efektif serta efisien.

Populasi serta Sample

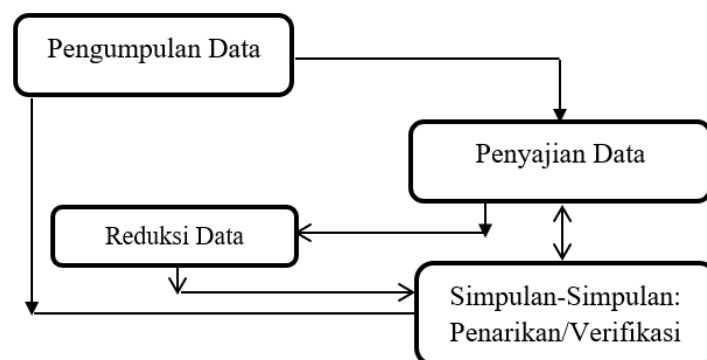
Populasi pada survei ini ialah Toko Bahan Bangunan Al Azqia di Kecamatan Gunung Alip Kabupaten Tanggamus. Populasi pada survei ini tak bisa diketahui, sebagai akibatnya peneliti tak bisa memilih jumlah sample diperiksa. Bila populasinya besar, peneliti tak akan meneliti seluruh terdapat pada populasi, contohnya sebab keterbatasan ketika, energi, serta dana bagi peneliti buat memakai sample diambil berasal populasi tersebut.

Teknik Analisis Data

Analisis data dipergunakan pada survei ini dilakukan menggunakan memakai analisis kualitatif, tujuan asal analisis ini artinya buat mendeskripsikan informasi-kabar serta korelasi antara kenyataan diteliti secara sistematis, faktual serta akurat. Analisis dilakukan selesainya mengumpulkan data dibutuhkan buat survei.

Sesuai data tadi maka dilakukan proses analisis survei dimulai menggunakan membaca, mengkaji serta menganalisis data menggunakan memakai langkah-langkah dari Miles serta Huberman (1992), diantaranya menjadi berikut:

Figure 1. Data Analysis Techniques



1. Pengumpulan data ialah pengumpulan data pada lokasi survei menggunakan melakukan observasi, survei serta dokumentasi menggunakan memutuskan taktik pengumpulan data diklaim berguna serta buat memilih titik penekanan serta pendalaman data diproses pengumpulan data selanjutnya.
2. Reduksi data ialah suatu bentuk analisis menajamkan, mengkategorikan, membimbing, membuang tak perlu, serta menata data sebagai akibatnya bisa ditarik konklusi akhir serta diverifikasi.
3. Penyajian data ialah aktivitas mengelompokkan data sudah direduksi. Pengelompokan data dilakukan melalui penggunaan label atau lainnya.
4. Penarikan konklusi (verifikasi) ialah kegiatan analitis lebih dikhususkan pada interpretasi data tersaji.

HASIL SURVEI SERTA ANALISIS

Strategi Pemasaran Toko Al Azqia pada Pengelolaan serta Pengembangan

Pemasaran ialah aktivitas dilakukan oleh pengusaha buat mempertahankan kelangsungan hidupnya, berkembang serta membuat laba. Aktivitas pemasaran tak hanya menjual produk, namun wajib mempertimbangkan konsumen sinkron menggunakan kebutuhannya yaitu kepuasan. Menggunakan demikian, kepuasan pelanggan sebagai prioritas bermanfaat buat mempertinggi penjualan.

Buat mencapai tujuan ingin dicapai, diperlukan suatu indera diklaim taktik. Taktik ialah planning besar serta krusial pada setiap emiten, sebagai akibatnya emiten harus dapat menentukan taktik paling tepat buat diterapkan. Strategi menyampaikan arah kentara buat mencapai tujuan buat menaikkan penjualan serta di akhirnya memaksimalkan laba.

Taktik pemasaran diterapkan tak bisa dipisahkan asal kebijakan bauran pemasaran atau 4P (Product, Price, Promotion, serta Place). Taktik pemasaran efektif membutuhkan pengetahuan perihal syarat pasar secara umum, permintaan konsumen serta produk.

Analisis SWOT Strategi Pemasaran Toko Al Azqia

Analisis SWOT ialah identifikasi sistematis berasal aneka macam faktor buat merumuskan taktik emiten. Analisis ini berdasarkan di nalar bisa memaksimalkan kekuatan serta peluang. Namun, itu bisa meminimalkan kerentanan serta ancaman di waktu bersamaan.

Kekuatan emiten mencakup unit usaha melibatkan kompetensi, khususnya dalam organisasi, sebagai akibatnya unit usaha dipasarkan bisa menaikkan penjualan. Pendapatan artinya berukuran pencapaian suatu emiten asal suatu untung atau untung. Model bidang keunggulan ialah kekuatan taktik pemasaran diterapkan, posisi pasar, jumlah pemasok, ketersediaan bahan baku, pengguna produk serta agama asal mereka membutuhkan.

Analisis SWOT ialah indera teknik survei kualitatif untuk secara sistematis mengidentifikasi aneka macam faktor buat merumuskan taktik buat mempertinggi penjualan emiten. Analisis ini berdasarkan di nalar bisa memaksimalkan kekuatan serta peluang sekaligus meminimalkan kelemahan serta ancaman.

Strategi Internal

a. Kekuatan (Strengths)

Toko Al Azqia mempunyai kelebihan biasanya dimiliki oleh pengusaha lain pada menjalankan usahanya. Kekuatan ini sudah berkembang pada persaingan buat menaikkan penjualan serta kemajuan pada masa depan pada tengah banyak usaha serupa bermunculan. Keunggulan Toko Al Azqi adalah menjadi berikut:

(1) Lokasi strategis

Lokasi Toko Al Azqia berada di pemukiman warga, baik tempat tinggal eksklusif juga tempat tinggal kos/barak. Hal ini sebagai kekuatan bagi Toko Al Azqia pada taktik pemasarannya sebab memudahkan warga buat mengenal daerah tadi.

(2) Terdapat fasilitas pesan antar

Toko Al Azqia menunjukkan opsi pengiriman bertujuan buat membentuk pembeli merasa nyaman serta mudah. Itu membedakannya asal toko lain.

(3) Keramahan karyawan

Toko Al Azqia pada pelayanannya sangat ramah baik asal segi pemilik juga karyawannya. Pada hal berpakaian jua rapi serta buat perempuan berhijab serta pria menggunakan sandang sopan.

(4) Kelengkapan

Merchandise Toko Al Azqia secara eceran selalu tersedia pada jumlah banyak buat grup komoditi sangat diharapkan sang pelanggan menggunakan tujuan buat menarik minat pembeli buat tiba ke toko tadi.

b. Kelemahan (Weaknesses)

Kelemahan ialah sesuatu menjadi penghambat bagi emiten buat berkembang serta menjalankan aktivitasnya. Mengharapkan pencapaian laba aporisma bisa diperoleh. Kelemahan Toko Al Azqia diantaranya menjadi berikut:

(1) Masalah permodalan

Kapital Toko Al Azqia tak sebanyak pesaingnya karena tokonya sendiri tak terlalu besar. Ialah, taktik pemasaran dilakukan belum optimal, terutama pada kaitannya menggunakan periklanan.

(2) Tenaga SDM masih kurang Tenaga

Toko Al Azqia masih kekurangan kepemilikan staf sebab kurangnya pendapatan dampak persaingan semakin ketat. Jadi bila Anda menambahkan karyawan, akan lebih mahal untuk membayar mereka.

(3) Masalah Pengelolaan Uang

Buat pengelolaan uang, Toko Al Azqia masih pakai aplikasi manual, sebagai akibatnya terkadang jumlah dihasilkan tak sinkron file dihasilkan.

Strategi Ekternal

a. Peluang (Opportunities)

Opportunity ialah peluang bisa dimanfaatkan emiten buat membuat laba aporisma. Pilihan dimiliki Toko Al Azqia ialah:

(1) Ada banyak area pemukiman pada lebih kurang toko Al Azqia. Tujuan didirikannya toko Al Azqia pada lebih kurang tempat warga ialah buat menjangkau calon pembeli.

(2) Kebutuhan warga akan barang semakin kompleks. Kebutuhan utama warga semakin tinggi, sehingga membutuhkan daerah buat menjual segala kebutuhan utama sebagai akibatnya warga tak perlu pulang ke daerah tak selaras hanya buat menerima barang diinginkan.

b. Ancaman (Threats)

Ancaman adalah sesuatu dapat Mengganggu pencapaian laba aporisma. Ancaman pula akan memilih nasib sebuah emiten Jika tak ditangani. Ancaman dihadapi Toko Al Azqia ialah menjadi berikut:

(1) Pesaing usaha terbaru banyak pesaingnya Pesaing pada usaha ini relatif bertenaga sebab pesaing waktu ini banyak, semuanya terkini, mirip usaha lain terkini.

- (2) Daya Beli warga Menurun Daya beli rakyat akan menurun seiring menggunakan kenaikan harga kebutuhan tadi, maka Toko Al Azqia akan menyesuaikan harga jual barang dengan kenaikan harga barang tadi.

Matrik SWOT

Matriks SWOT ialah matriks didesain menggunakan memakai variable kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman diidentifikasi pada Faktor taktik Eksternal. Matriks SWOT ini memakai bagaimana peluang serta ancaman lingkungan eksternal bisnis bisa dicocokkan dengan kekuatan serta kelemahan usaha. Analisis menggunakan contoh matriks SWOT memakai data dari asal data taktik internal Toko Al Azqia serta faktor seni manajemen eksternal. Matriks SWOT Toko Al Azqia terlihat mirip ini:

- 1) Kelebihan yaitu lokasi strategis sempurna pada sentra kota, ada layanan antar buat pembeli pada jumlah banyak (Jika ada permintaan pengiriman), keramahan petugas membuat pembeli merasa terhormat serta nyaman serta kelengkapan diperjualbelikan.
- 2) Kelemahan, yaitu masalah kapital masih relatif rendah, masih mengikuti kebutuhan pembeli di waktu membeli barang, yaitu belum bisa menimbun barang surplus. Lalu masih kurangnya asal daya manusia serta sistem pengelolaan uang bisa diklaim non-modern, tak sama menggunakan di toko lain telah memakai sistem manajemen terbaru.
- 3) Opportunities, yaitu peluang pangsa pasar baik, karena banyaknya daerah pemukiman pada lebih kurang lokasi usaha serta kebutuhan warga akan barang diharapkan semakin kompleks.
- 4) Ancaman, yaitu keluarnya pesaing usaha homogen menyebabkan turunnya pendapatan.

Table 1. Matrik SWOT

EFAS	Strengths (S) a. Lokasi strategis b. Ada fasilitas pesan antar c. Keramahan karyawan d. Kelengkapan barang	Weaknesses (W) a. Masalah permodalan b. Tenaga SDM masih kurang c. Masalah Pengelolaan Uang
IFAS	Strategi SO : Toko Al Azqia agar melengkapi barang belum ada sekarang serta membuat program baru untuk menarik minat para calon pembeli.	Strategi WO : Toko Al Azqia melakukan pelatihan pada karyawannya untuk mampu melakukan pemasaran melalui mulut kemulut serta membuat nama baik pada warga
Opportunities (O) a. Banyak pemukiman penduduk disekitar Toko Al Azqia b. Kebutuhan warga akan barang semakin kompleks		

		tentang Toko Al Azqia sehingga karyawannya mampu melakukan pemasaran tidak hanya mengerjakan tugas ada serta promosi
<p>Threats (T) a. Banyak berdirinya pesaing dari toko modern b. Daya beli warga menurun</p>	<p>Strategi ST : Toko Al Azqia harus mampu tetap menjaga serta meningkatkan pelayanannya, membina korelasi baik dengan para pembeli, serta dalam menentukan harga bersaing.</p>	<p>Strategi WT : Toko Al Azqia harus bisa melakukan sosialisasi lebih efektif pada seluruh lapisan warga.</p>

Sumber: Data diolah penulis (2022)

PENUTUP

Kesimpulan

Sesuai pembahasan analisis taktik pemasaran pada pengelolaan serta pengembangan usaha Toko Al Azqia di Pekon suka Banjar Kecamatan Gunung Alip Kabupaten Tanggamus bisa ditarik konklusi menjadi berikut:

1. Sesuai analisis sudah dilakukan, Toko Al Azqia di Pekon suka Banjar Kecamatan Gunung Alip Kabupaten Tanggamus mempunyai taktik pengelolaan serta pengembangan yaitu:
 - a. Taktik Produk Toko Al Azqia menjual bahan bangunan menggunakan kualitas terbaik serta melengkapi seluruh jenis produk dijual.
 - b. Taktik Penetapan Harga ditawarkan pada Toko Al Azqia ramah atau lebih murah dari kompetitor dengan kualitas barang sama.
 - c. Taktik Lokasi/Distribusi Toko Al Azqia membentuk toko pada lokasi strategis buat memudahkan warga menemukan Toko Al Azqia serta membentuk peluang buat menarik lebih banyak pengunjung.
 - d. Taktik beriklan di Toko Al Azqia ialah berasal verbal ke ekspresi menggunakan orang-orang terdekat, mirip saudara, sahabat serta famili, serta menempelkan barang-barang berupa bonus atau rabat harga Jika membeli banyak.
2. Analisis SWOT dipergunakan sang toko lain buat menaikkan penjualan merchandise. Sesuai analisis internal serta eksternal dilakukan pada Toko Al Azqia, dapat disimpulkan bahwa Toko Al Azqia saat ini dalam taktik pertumbuhan. Dimana pilihan akan diambil ialah menyebarkan emiten menggunakan menaikkan kualitas serta kelengkapan produk serta memperbanyak segala bentuk iklan.

Saran

Sesuai akibat survei, saran bisa diberikan menjadi berikut:

- a. Produk buat taktik produk, supaya Toko Al Azqia berbagi produk ditawarkan, mengikuti perkembangan zaman serta kebutuhan pasar, sebagai akibatnya memenuhi asa konsumen atau pelanggan.
- b. Harga buat taktik penetapan harga dipergunakan, Toko Al Azqia wajib mempertahankan harga cukup kompetitif terhadap emiten pesaing, sinkron menggunakan harga pada pasar. Toko Al Azqia jua wajib penekanan di customer service supaya pelanggan tak beralih ke toko pesaing menggunakan harga sama.
- c. Advertising buat taktik periklanan, Toko Al Azqia perlu lebih menaikkan aktivitas periklanan menggunakan memakai media umum waktu ini dipergunakan oleh banyak sekali emiten menggunakan memasang iklan melalui media OLX, serta jua Toko Al Azqia perlu mencari pengembang properti pada daerah Tanggamus Mencari area buat mengembangkan dealer, apartemen mirip toko pesaing, serta usaha jua bisa melakukan taktik periklanan menggunakan memberikan pelanggan buat tiba ke toko secara pribadi atau melalui spanduk di depan toko dengan membeli banyak barang terdapat pada Toko al Azqia insentif atau rabat diberikan kepada konsumen.
- d. Distribusi buat distribusi ketika ini, dilakukan Toko Al Azqia pada pelanggan telah relatif, yaitu pribadi ke toko atau melalui layanan penjemputan disediakan sang Toko Al Azqia. Alangkah baiknya Jika Toko Al Azqia bisa memperbanyak armada pengiriman barangnya atau berafiliasi menggunakan layanan ojek online mirip Via Gojek menggunakan GoSend supaya berbelanja lebih simpel serta nyaman bagi pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, L. N. (2022). Pengaruh Inflasi, Bank Indonesia Rate Dan Nilai Tukar Rupiah Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sektor Transportasi Dan Logistik Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 1(4), 219-234.
- Asmara, R., Ayu, K. (2017). Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Profesi Akuntansi Di Indonesia. 2(1), 51 - 54
- Bahri, Syaiful. (2020). Pengantar Akuntansi Berdasarkan SAK ETAP dan IFRS. Yogyakarta: Andi.
- Hairullah 2021. "Analisis taktik Pemasaran menaikkan Volume Penjualan di usaha Material Bahrani Pujon Kabupaten Kapuas Tengah"
- Henry. (2019). Akuntansi, Aktiva = Utang + Modal. Yogyakarta: Grasindo.
- Maesaroh, S., Sopian, D. (2018). Pengaruh Pemanfaatan Dan Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Karyawan, 10(1), 11.
- Maulida, Y. A., & Habiburahman, H. (2022). Analisis strategi pemasaran keripik pisang di era pandemi Covid-19 (Studi pada UMKM Keripik Sumber Rezeki). *Sibatik Journal*:

- Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan, 1(4), 303-314.
- Miharja, K., Wulandari, N. (2021). Perbandingan Penyusunan Laporan Keuangan Manual Dengan Software Myob Accounting Pada Toko Bagunan. 2(1), 1 - 5.
- Nurjannah Nurjannah, Rahmada indah Sari 2018. “Analisis taktik Pemasaran menaikkan Penjualan Bahan Bangunan di Toko Sri Rejeki pada Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu”.
- Rahardja, U., Aini, Q., Hardini, M. (2018). Penerapan Software Akuntansi Online Sebagai Penunjang Pencatatan Laporan Keuangan, 8(2), 177 - 185.
- Rahmayuni, S. (2017). Analisis Komparasi Laporan Keuangan Secara Manual Dan Menggunakan Aplikasi Komputer Akuntansi, 2, 148 - 150.
- Roslinda, R., & Nurlaila, N. (2022). Analisis Sistem Pencatatan Piutang Secara Manual Pada Pud Pasar Kota Medan. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(5), 579-584.
- Sugiarti., Widyastuti, E., Sutanto, M, E., Yulandari, A. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penerapan Kode Etik Pegawai Di BPPKAD Kota Surakarta. 22(1).
- Vito, N., Munandar, A. (2021). Sebuah Meta Analisis Tentang Pengaruh Software Akuntansi Terhadap Perusahaan. 21(2), 140 - 146
- Widiastuti, I. (2015). Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Komputer. 2(2), 34 - 41.