



Implementasi : Jurnal Pengabdian Masyarakat

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/IMPS/index>

Volume 2 (1) 2021, 15-21

Upaya Meningkatkan Penjualan Melalui Pelatihan Pembuatan Laporan Keuangan Sederhana Bagi UMKM

Darul Fahmi¹, Ririn Sari Dewi², Budi Setyawan³
¹²³⁴Universitas Pamulang, Indonesia

Email:¹ dosen02335@unpam.ac.id, ² dosen00884@unpam.ac.id, ³ wawan.kayoa@yahoo.com

Article History: Received on 31 Jan 2021, Revised on 30 Mar 2021, Published on 21 Apr 2021

ABSTRACT

The problems experienced by CILOK KUAH CK Micro, Small, and Medium Enterprises are almost the same as those experienced by MSMEs in general. Do not understand marketing strategies to increase sales, do not carry out bookkeeping, and do not know taxation on MSMEs. This time, this community service aims to find out the following: first, how far do the players of the Cilok Kuah CK Pamulang MSME understand efforts to increase sales, secondly to add the latest strategies in making simple financial reports to MSME players, third to socialize MSME taxes, new tax rates, reasons for determining tariffs and ease of taxation at MSMEs. From a series of results of this dedication, the expected results are that first, MSME players know the strategies and efforts to increase sales by applying a marketing mix so that MSME players tend to be more survival. Then MSME players can classify transactions according to the accounts in the financial statements that carry out financial records in a simple form. Record financial reports are with the help of Microsoft Excel software services. Finally, MSME players must know the new tax rates, the reasons for determining rates, and why MSMEs are provided with ease in taxation. It is hoped that MSMEs players have an idea of how to implement their tax obligations by paying reporting following applicable tax regulations.

Keyword: Sales Strategy, Financial Report, SMEs

ABSTRAK

Permasalahan yang dialami oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah CILOK KUAH CK hampir sama dengan apa yang dialami UMKM pada umumnya. Belum memahami strategi pemasaran dalam usaha meningkatkan penjualan, belum melaksanakan pembukuan dan juga belum mengetahui perpajakan pada UMKM. Pengabdian kepada masyarakat kali ini bertujuan untuk mengetahui hal sebagai berikut : pertama seberapa jauh pemahaman pelaku UMKM Cilok Kuah CK Pamulang terhadap upaya peningkatan penjualan, kedua untuk menambah strategi terbaru dalam membuat laporan keuangan sederhana pada pelaku UMKM, ketiga mensosialisasikan pajak UMKM, tarif pajak yang baru, alasan penentuan tarif dan kemudahan perpajakan pada UMKM. Dari serangkaian hasil pengabdian ini hasil yang diharapkan adalah bahwa pertama pelaku UMKM mengetahui strategi dan upaya-upaya meningkatkan penjualan dengan menerapkan marketing mix sehingga pelaku UMKM cenderung lebih survival. lalu pelaku UMKM mampu mengelompokkan transaksi sesuai akun-akun yang ada didalam laporan keuangan yang dalam usahanya sehingga melakukan pencatatan keuangan dalam bentuk yang sederhana. mencatat laporan keuangan adalah dengan bantuan layanan software Microsoft Excel. Terakhir pelaku UMKM harus mengetahui tarif pajak yang baru baru, alasan penentuan tarif serta alasan kenapa UMKM diberikan kemudahan dalam perpajakan serta diharapkan pelaku UMKM memiliki gambaran harus bagaimana menerapkan kewajiban pajaknya dengan membayar dan melaporkan sesuai dengan aturan perpajakan yang berlaku..

Kata Kunci : Strategi Penjualan, Laporan Keuangan, Pajak UMKM

PENDAHULUAN

Penjualan adalah interaksi antara individu saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain. Pengertian Penjualan menurut Swastha DH (2014 : 9) "penjualan adalah merupakan sebagian dari promosi dan promosi adalah satu bagian dari program pemasaran secara keseluruhan". Penjualan dapat diartikan juga sebagai usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang bagi mereka yang memerlukan dengan imbalan uang menurut harga yang telah ditentukan atas persetujuan bersama. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan menurut Basu Swastha (2014) sebagai berikut pertama adalah kondisi dan kemampuan penjual memastikan jenis dan karakteristik barang atau jasa yang ditawarkan sesuai demand harga produk atau jasa yang kompetitif, dan syarat penjualan, seperti : pembayaran yang mudah , pengiriman cepat. Kedua kondisi Pasar yaitu jenis pasar, kelompok pembeli, daya beli, frekuensi pembelian dan keinginan dan kebutuhan konsumen. Ketiga permodalan yang dihunikan perusahaan untuk melakukan aktivitas yang bisa meningkatkan volume penjualan seperti investasi gudang, alat transprot. Keempat kondisi organisasi perusahaan kondusif, SDM yang disiplin dan kreatif bisa mempengaruhi tingkat penjualan suatu perusahaan. Kelima faktor-faktor lain seperti promosi yang menarik pembeli dan efektif meningkatkan volume dan value penulana dan saluran distribusi yang baik dimulai dari oengadaan material hingga pengiriman finish good ke konsumen.

Laporan keuangan adalah hasil dari kejadian atau peristiwa yang telah terjadi disuatu perusahaan yang dicatat melalui serangkaian proses hingga menghasilkan suatu laporan. laporan yang disusun manajemen dari sebuah perusahaan terdiri dari: 1) Laporan laba rugi, 2) Laporan perubahan modal, 3) Laporan neraca, 4) Laporan arus kas, 5) Catatan atas laporan keuangan. (Yulyanah & Imar ; 2019;19). Menurut Nandakumar, dkk (2010 : 21) " Tujuan laporan keuangan adalah untuk memberikan informasi yang bermanfaat dalam pengambilan keputusan ekonomis". untuk itu laporan keuangan merupakan tujuan utama dari akuntansi yang berisikan informasi mengenai keuangan kuantitatif dengan keterangan lain baik posisi keuangan perusahaan pada suatu saat, hasil usaha selama satu periode tertentu maupun perubahan - perubahan dalam posisi keuangan perusahaan dimana penyajiannya harus sesuai dengan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan yang lazim dan diterima umum yang dibuat secara sederhana sesuai dengan pelaporan keuangan UMKM selain itu laporan keuangan juga dipakai untuk melihat berapa besar potongan pajak yang harus dibayarkan kepada kas negara sebesar nilai kena pajak badan, maupun pajak karyawan yang bekerja atau yang mendapatkan penghasilan di perusahaan yang bersangkutan. pajak wajib dibayarkan, dilaporkan setiap tahun sekali pada bulan yang sudah menjadi ketentuan dari pihak KPP.

Penghasilan adalah salah satu objek pajak. berdasarkan undang-undang perpajakan No 36 tahun 2008 pasal 1, pajak penghasilan adalah pajak yang dikenakan atas subjek pajak atas penghasilan yang diterima atau diperolehnya dalam tahun pajak. menurut Sumarsan (2012 ; 3) berpendapat bahwa, " Pajak adalah peralihan kekayaan dari pihak rakyat kepada kas negara untuk membiayai pengeluaran rutin dan surplusnya digunakan untuk public saving yang merupakan sumber utama untuk membiayai public investment". Pajak penghasilan (Pph) merupakan pajak yang dikenakan terhadap subjek pajak orang pribadi, badan, Bentuk Usaha Tetap (BUT) atau penghasilan yang diterima atau yang diperolehnya dalam tahun pajak. Subjek pajak tersebut dikenakan pajak apabila menerima atau memperoleh penghasilan.

Pada dasarnya pajak penghasilan itu sendiri merupakan suatu pungutan resmi yang ditujukan kepada masyarakat yang berpenghasilan atau atas penghasilan yang diterima atau

diperolehnya dari tahun pajak untuk kepentingan negara dan kepentingan masyarakat dalam hidup berbangsa dan bernegara sebagai satu kewajiban yang harus dilaksanakannya. Pemotong Pajak Penghasilan Pasal 21 yang dimaksud adalah setiap wajib pajak orang pribadi atau badan yang diwajibkan oleh Undang Undang untuk melakukan pemotongan, penyetoran, dan pelaporan Pajak Penghasilan Pasal 21, seperti pemberi kerja, badan perusahaan dan badan penyelenggaraan kegiatan. Pemberi kerja juga berkewajiban dan bertanggung jawab untuk menghitung, memotong, membayar serta melaporkan jumlah pajak yang harus dipotong dan disetor atas penghasilan orang pribadi sehubungan dengan suatu pekerjaan, jasa, maupun kegiatan yang dilakukan. Pajak seperti yang kita ketahui merupakan pungutan wajib sesuai peraturan pemerintah no 23 tahun 2018, yang harus dibayar atau disetorkan serta dilaporkan tiap tahun sekali ke pihak yang menangannya.

Tujuan umum dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah membantu UMKM Grosir Kuota memahami aspek keuangan dan non keuangan. Secara khusus tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah:

1. Membantu untuk mengenal dan memahami strategi peningkatan penjualan dengan marketing mix
2. Membantu dan memberikan pemahaman tentang proses proses pembuatan laporanm keuangan sederhana
3. Membantu dan memberikan pemahaman tentang pajak UMKM

METODE PENGABDIAN

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini yaitu dengan melakukan kegiatan sebagai berikut:

1. Observasi ke tempat PKM yaitu Usaha Cilok Kuah CK dan wawancara dengan pemilik UMKM dan juga dengan karyawannya
2. Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan penyampaian materi secara offline dengan bertemu langsung pemilik UMKM
3. Pembinaan lanjutan atas kegiatan mitra UMKM Cilok Kuah CK mengenai strategi peningkatan penjualan, pembuatan pembukuan sederhana dan perpajakan UMKM

PKM dilaksanakan secara offline dengan bertatap muka dengan pemilik Usaha PKM dan diringi seluruh karyawan. Pelaksanaan pengabdian ini mengikuti susunan kegiatan, antara lain:

1. Pembukaan
2. Pemaparan Materi dari Narasumber
3. Diskusi dan Tanya Jawab
4. Penutup

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini tidak hanya dilaksanakan saat pelatihan secara online saja, namun akan berlanjut pada bimbingan dan pemantauan dalam kurun waktu tertentu setelah pelatihan agar dapat melihat hasil dari pelatihan ang sudah diberikan.

Metode pendekatan pada program yang akan dilaksanakan adalah :

1. Upaya Peningkatan Penjualan

Dalam usaha meningkatkn penjualan maka dalam pengabdian ini disarankan untuk menerapkan konsep marketing mix. Hal terpenting dalam elemen ini adalah konsistensi. Produk atau layanan Anda harus konsisten. Apa yang Anda iklankan harus konsisten dengan apa yang didapatkan oleh konsumen, berikut penjelasan Marketing Mix 7P. Konsep ini dikenalkan oleh Booms dan Bitner yang berisi empat elemen 4P ditambah tiga elemen baru, yaitu physical evidence, people, dan process, sebagai berikut :

a. Produk

Produk adalah apa saja yang diproduksi untuk memenuhi kebutuhan orang, bisa dalam bentuk jasa, barang, atau produk virtual. Di era digital ini produk tidak terbatas pada produk fisik atau jasa. Anda juga bisa menciptakan produk virtual seperti website, aplikasi, dan sebagainya. Yang perlu diingat ketika menciptakan produk adalah Anda harus memproduksi produk yang sesuai dengan permintaan (demand) dari pasar. Karena itulah Anda perlu melakukan riset produk untuk menemukan apa yang dibutuhkan pasar dan solusi apa yang bisa Anda tawarkan. Untuk memudahkan Anda melakukan riset pasar, berikut adalah pertanyaan-pertanyaan yang perlu Anda jawab:

- a) Apa masalah yang dihadapi konsumen?
- b) Solusi (produk) apa yang bisa Anda tawarkan?
- c) Bagaimana konsumen akan menggunakan produk Anda?
- d) Apa keunikan dari produk yang Anda tawarkan?

b. Price

Unsur berikutnya dalam marketing mix yaitu Price atau harga adalah sejumlah uang yang dikeluarkan konsumen untuk menggunakan produk Anda. Harga yang terlalu rendah bisa membahayakan keberlangsungan bisnis. Di sisi lain, harga yang terlalu tinggi juga akan menyurutkan minat pembeli. Anda perlu menemukan titik yang tepat di mana konsumen tidak merasa keberatan dan bisnis Anda tetap bisa berjalan. Dalam ilmu ekonomi terdapat istilah Break Even Price, yaitu harga terkecil yang bisa dipasang pada produk agar bisnis tidak merugi.

c. Place

Place atau tempat adalah lokasi fisik tempat berjalannya bisnis atau kanal distribusi untuk mencapai target pasar. Sebuah bisnis memerlukan lokasi penjualan yang ideal untuk bisa menjangkau target pasar dengan mudah. Unsur marketing mix yang satu ini mencakup kantor pusat, gudang, pabrik, toko fisik, kantor cabang, hingga toko cabang. Anda tidak harus menempatkan kantor pusat, pabrik, dan toko fisik dalam satu lokasi. Pilihlah lokasi yang ideal dengan mempertimbangkan fungsi dan biaya. Kini place tidak terbatas hanya pada lokasi fisik. Anda pun perlu mempertimbangkan internet sebagai tempat berjualan. Tempat untuk menjual produk semakin beragam, dari media sosial, marketplace, hingga website toko online.

d. Promotion

Promotion atau promosi adalah segala upaya untuk meningkatkan brand awareness penjualan produk. Promosi dapat dilakukan menggunakan berbagai macam media, dari website, media sosial, surat kabar, radio, televisi, digital ads, media online, video online, hingga podcast. Di era digital ini, mau tidak mau, Anda harus bisa menjangkau calon konsumen melalui ranah dunia maya. Baik itu melalui media sosial, trafik organik, digital ads, content marketing, ataupun video marketing.

e. Physical Evidence

Physical evidence atau bukti fisik tidak terbatas pada produk fisik saja. Produk fisik hanyalah salah satu dari sekian banyak physical evidence. Bukti fisik bisa berwujud dalam bentuk logo, brosur, souvenir, akses untuk menghubungi customer service, seragam karyawan, event, dan website resmi. Seringkali konsumen memerlukan bukti fisik agar semakin yakin untuk memutuskan membeli produk Anda atau tidak.

f. People

People yang dimaksud di sini adalah sumber daya manusia (SDM) yang menjalankan bisnis, dari direktur sampai staf. SDM adalah aset terpenting dalam bisnis Anda. Salah dalam memilih SDM bisa berakibat fatal pada bisnis Anda. Maka pada saat anda merekrut SDM harus disesuaikan dengan kebutuhan anda supaya bisa mendukung dan menunjang berkemembangnya anda.

g. Proses

Process adalah prosedur, mekanisme, atau alur yang perlu dilakukan konsumen untuk menggunakan layanan anda. Untuk lebih mudahnya, process adalah pengalaman konsumen dari awal mengetahui produk Anda sampai ia melakukan pembelian. Jadi process ini dimulai dari bagaimana konsumen mengetahui produk Anda baik itu dari media sosial, digital ads, blog, atau media lainnya. Ketika konsumen tertarik membeli produk Anda, ia harus melakukan order. Proses ini terus berlangsung sampai konsumen menggunakan barang atau layanan yang dibelinya.

2. Pedampingan dan Pelatihan Membuat laporan keuangan Sederhana

Masih banyak pelaku usaha yang merasa tidak perlu menyusun laporan keuangan sesuai dengan standar akuntansi keuangan. Hal ini diakibatkan karena kurangnya informasi dan kesadaran akan pelaku usaha terhadap pembuatan laporan keuangan yang sesuai standar akuntansi. Perbedaan cara pandang adalah penyebabnya dimana pelaku usaha berpikir pembuatan laporan sederhana hanya akan membuat susah. Namun sejatinya pembuatan laporan keuangan yang sesuai standar merupakan salah cara untuk memudahkan perusahaan dalam menganalisa dan mengambil keputusan yang strategi. Kesalahan dalam penyusunan laporan keuangan bisa berakibat salah dalam mengambil keputusan. dengan Langkah-langkah yang dilakukan, yaitu:

Pertama Membuat Neraca Saldo dari Buku Besar

Kedua Mengumpulkan data yang diperlukan untuk membuat jurnal penyesuaian

Ketiga Membuat Neraca Lajur (daftar kerja) setelah jurnal penyesuaian diketahui jumlahnya maka tindak selanjutnya dalam pencatatan adalah membuat neraca lajur.

Keempat Membuat Laporan Keuangan Laba Rugi dan Neraca dari pemisahan dineraca lajur.

Kelima Menyesuaikan dan menutup rekening-rekening berikutnya.

Keenam Membuat neraca saldo setelah penutupan setelah melakukan penyesuaian dan menutup rekening.

Ketujuh Menyesuaikan kembali rekening-rekening dan langkah terakhir adalah membuat penyesuaian kembali rekening - rekening yang akan dilaporkan kembali di periode berikutnya.

3. Masalah Sosialisasi Perpajakan UMKM

Perpajakan atau fiskal merupakan kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dalam kegiatan usaha. Hal itu pun yang dirasakan oleh UMKM Cilok Kuah CK dimana hampir setiap transaksinya tidak luput dari perpajakan. Adanya denda perpajakan yang cukup signifikan menggambarkan perusahaan ada kendala di perpajakan. Adapun tahap-tahap untuk penyelesaiannya adalah sebagai berikut:

a. Memberikan penyuluhan terkait dengan Kitab Undang-undang perpajakan yang sesuai dengan bisnis dari perusahaan. Masih banyak pelaku usaha yang belum membaca terkait undang-undang perpajakan. Kami melakukan penyuluhan materi tentang Undang-undang perpajakan yang disesuaikan dengan bisnis dan skala omzet dari perusahaan.

b. Memberikan pendampingan dan pelatihan terhadap perhitungan PPh Ps 21, Pph ps 4 ayat 2, Pph Ps 23 dan Pph Badan. Perusahaan yang bergerak dalam bidang penyedia jasa hampir sering berkaitan dengan perpajakan khususnya pajak penghasilan.

c. Memberikan pendampingan dan pelatihan Undang-Undang no 23 tahun 2018 tentang pajak Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Undang-undang nomor 23 tahun 2018 yang diterbitkan pemerintah ini merupakan solusi perpajakan bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Dimana pada saat ini pajak penghasilan yang dipotong oleh negara Islam,

d. Memberikan pendampingan dan pelatihan membuat SPT Badan dan SPT Tahunan. Pada era digital seperti sekarang ini banyak pembayaran dilakukan secara online. Saat ini dirjen pajak memerlukan laporan secara online agar mempermudah masyarakat dalam hal pelaporan dan pembayaran pajak. Kendala di UMKM Cilok Kuah CK komikasi dan wawasan yang kurang dari Sumber daya manusia dalam melakukan pembayaran pajak.

e. Memberikan pedampingan terkait pembuatan perencanaan pajak atau Tax Planning pada perusahaan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil yang didapat dari pengabdian masyarakat ini adalah pertama alam upaya peningkatan penjualan setelah adanya PKM ini maka pemilik UMKM Cilok Kuah CK UMKM memiliki gambaran lebih luas terkait proses pemasaran yang mampu diterima luas oleh masyarakat dan pengetahun mengenai marketing mix guna menjaga produk agar tetap dicari pekanggan. Kedua dalam melakukan pencatataan akuntansi dapat menggunakan manual dengan excel dalam pencatatan dan pembuatan laporan keuangan sederhana yang mudah dibuat dan dipahami oleh pemilik UMKM. Ketiga dengan adanya pemaparan tentang pengetahuan perpajakan UMKM berkomitemen untuk melakukan pelaporan dan pembayaran pajak sesuai aturan berlaku.

Dalam melakukan upaya strategi peningkatan penjualan UMKM cilok kuah perlu adanya hak paten tentang kualitas rasa Cilok Kuah tersebut, dan juga mematenkan brand nama Cilok Kuah CK, hal tersebut juga dapat untuk mendukung peningkatan penjualan, selain itu dengan akan adanya rencana pembukaan cabang baru di perlukannya strategi promosi, membuat pemasaran secara online misalnya dengan promosi lewat media sosial, IG, Facebook, status WhatsApp dengan memberikan harga yang sesuai atau dengan bonus setelah 5 kali pemesanan mendapatkan gratis 1 porsi, menambah kerjasama pesan antar selain grab food, misal kerjasama dengan go food, atau dengan e commerce. Dalam penyusunan pelaporan keuangan dengan membuat alporan keuangan sederhana menggunakan form exel. Pencatatan dapat dibuat sesuai contoh format yang sudah diberikan kepada pemilik UMKM dan pencatatan yang masukan sesuai dengan apa yang sudah dikeluarkan yang awalnya hanya mencatat dengan coretan dalam buku. Agar proses pencatatan lebih mudah dan tercatat ssecara keseluruhan maka tim pengabdi memberikan format cara penyusunan laporan secara sederhana menggunakan microsoft excel yang lebih mudah dalam pencatatannya. Selanjutnya dalam sosialisasi mengenai perpajakan yang disamapikan memberikan gambaran bagaimana cara melakukan pendaftaran NPWP, mengisi SPT, melaporkan dan membayarkan jumlah pajak yang sesuai dengan UMKM. Pemilik UMKM pun merasa senang karena mendapat pengetahuan tentang tarif pajak khususnya pajak UMKM

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam meningkatkan penjualan maka UMKM Cilok Kuah perlu menerpakan setrategi pemasaran yang dalam hal ini disarankan menggunakan strategi marrketing mix. Selanjutnya untuk memperkuat brand emage maka brand tadi perlu dipatenkan supaya tidak dipergunakan orang lain tanpa izin. Kemudian kualitas rasa harus dipertahan kan dan tidak berubah-ubah setiap pembuatan produknya, jika rasa dan kualitas berubah-ubah maka konsumen tidak kan mendapatkan ciri khasnya Cilok Kuah CK ini. Tetapi jika rasanya enak dan selalu tetap takarannya maka konsumen akan chiki khasnya yaitu cilok kuah produk dari Cilok Kah CK ini bentuknya seperti ini dan rasanya seperti ini, sehingga tertanam dalam benak konsumen. Uapaya-upaya dalam usaha meningkatkan penjulana

dengan menarik konsumen sebanyak-banyaknya ini pemilik dapat beinovatif baik mengeani produk , rasa toping pelengka sehingga bisa menarik pelanggan, dan semua itu sudah disamapikan dalam pemaparan materi marketing mix.

Dalam penyusunan pelaporan keuangan UMKM Cilok Kuah bisa menggunakan microsoft excel yang memudahkan pencatatan dari transaksi, dan informasi terkait pembelian, persediaan, penjualan dan penentuan harga lebih mudah dengan aplikasi tersebut. Dalam sosialisasi pajak, pemilik UMKM memiliki gambaran yang lebih luas dan lebih percaya diri untuk melaporkan hasil usahanya untuk di potong pajak yang sesuai dengan pajak UMKM.

Saran yang diberikan bahwa dalam pengabdian kepada masyarkata di UMKM Cilok Kuah CK ini adaah sebagai berikut:

1. Dalam upaya peningkatan penjualan juga diperlukannya hak paten dalam brand nama UMKM, Untuk mempertahankan kualitas produk dalam memproduksi cilok, perlu standar resep supaya rasa tetap dan adakan pelatihan karyawan untuk menjaga kualitas UMKM,.
2. Sedangkan untuk menyusun laporan keuangan harus disesuaikan dengan transaksi transaksi yang sesungguhnya, dicatat melalui sistem komputer dengan excel agar mempermudah pencatatan secara sederhana.
3. Dalam hal pajak UMKM perlunya melaporkan hasil usaha di kantor pajak, sesuai aturan yang berlaku.

DAFTAR PUSTAKA

Ankarath, Nandakumar, dkk, (2010). *Memahami IFRS Standar Pelaporan Keuangan Internasional*. Edisi Bahasa Indonesia. PT indeks: Jakarta Barat.

Heri. (2015). *Akuntansi dasar 1 dan 2*. Kompas Gramedia: Jakarta.

Kotler, Philip. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga, Jakarta

Republik Indonesia. 2018 Undang-undang no 23 tahun 2018. Lembaran Negara Republik Indonesia. Jakarta.

Swastha, Basu, DH, dan Irawan (2014), *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Liberty.

Thomas, Sumarsan. (2012). *Perpajakan Indonesia Edisi 3*. Empat Dua Media. Malang.

Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Perubahan ke Empat UU no.7 tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan.