



---

## ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL PRODUK DAN VOLUME PENJUALAN PADA PT DEA LOVA INDONESIA

Rifkey Al Sauqi<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Pamulang

### Abstract

*The problem examined in this paper is how to analyze the selling price at PT Dea Lova Indonesia and how to increase sales volume at PT Dea Lova Indonesia. This study aims to analyze the selling price of products at PT Dea Lova Indonesia and find out how to increase sales volume at PT. Dea Lova Indonesia. This research method is qualitative by describing one research variable sourced from qualitative data or data collection by documentation method. Data collection techniques are carried out using observations, interviews and documentation. The results of this study found that the determination of the selling price of the product to the sales volume at PT. Dea Lova Indonesia is already running well, so sales volume continues to increase. The factors that inhibit the increase in sales volume are: lack of ability over some important issues related to the price of products sold. Therefore, product selling price and sales volume are very necessary to be applied so that the company can increase properly.*

*Keywords: Product Selling Price Determination, Sales Volume*

### Abstrak

Permasalahan yang dikaji dalam penulisan ini adalah bagaimana analisis penetapan harga jual pada PT Dea Lova Indonesia dan bagaimana cara meningkatkan volume penjualan pada PT Dea Lova Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penetapan harga jual produk pada PT Dea Lova Indonesia dan mengetahui cara meningkatkan volume penjualan pada PT. Dea Lova Indonesia. Metode penelitian ini adalah kualitatif dengan mendeskripsikan satu variabel penelitian yang bersumber dari data kualitatif atau pengumpulan datanya dengan metode dokumentasi. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menemukan bahwa penetapan harga jual produk terhadap volume penjualan pada PT. Dea Lova Indonesia sudah berjalan dengan baik, sehingga volume penjualan terus meningkat. Adapun faktor yang menghambat meningkatnya volume penjualan adalah: kurangnya kemampuan atas beberapa masalah penting yg berkaitan dengan harga produk yang dijual. Untuk itu, penetapan harga jual produk dan volume penjualan sangat perlu diterapkan supaya perusahaan dapat meningkat secara baik

Kata kunci : Penetapan Harga Jual Produk, Volume Penjualan



## **PENDAHULUAN**

Berdasarkan pendapat para ahli dan kajian peneliti, mengungkapkan bahwa volume penjualan sangat berpengaruh pada penetapan harga jual. Yang mempengaruhi tidak meningkatnya volume penjualan yaitu karena tidak adanya penetapan harga jual produk, sehingga, harga yang dijual tidak konsisten dengan yang sudah disepakati. Penetapan harga yang optimal menciptakan meningkatnya volume penjualan.

Dengan adanya penetapan harga jual yang diberikan oleh perusahaan diharapkan volume penjualan akan meningkat dengan signifikan. Agar perusahaan dapat menggunakan harga jual produk secara efektif, maka sebelum mengadakan kegiatan tersebut hendaknya diadakan suatu perencanaan yang baik dengan memperhatikan segala faktor yang berkaitan dengan kebijakan harga jual sehingga apa yang dilaksanakan dapat berhasil dengan baik. Tentu saja hal ini harus disesuaikan dengan

Maksud dari penetapan harga jual produk yang dapat menarik konsumen yang nantinya membuat minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan perusahaan. Dari pengamatan yang telah dilakukan pada perusahaan yang bergerak di bidang Fashion PT. Dea Lova Indonesia ini kebijaksanaan penetapan harga jual akan berpengaruh terhadap volume penjualan yang diberikannya kurang mendapat perhatian, pelaksanaan kedua hal tersebut dirasa kurang efektif. Keadaan ini dapat memicu kurang dikenalnya produk-produk yang dihasilkan oleh PT. Dea Lova Indonesia ini oleh masyarakat juga akan dapat mengakibatkan perusahaan akan sulit bersaing dengan perusahaan sejenisnya. Kedua hal tersebut dapat menyebabkan konsumen beralih kepada produk lain yang sejenisnya. Bila keadaan ini tidak segera mendapat perhatian akan dapat membawa dampak negatif dalam pencapaian tujuan perusahaan.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Berdasarkan hasil uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa harga adalah jumlah uang yang diterima oleh penjual dari hasil penjualan suatu produk barang atau jasa. Yaitu penjualan yang terjadi pada perusahaan atau tempat usaha atau bisnis, harga tersebut tidak selalu merupakan harga yang diinginkan oleh penjual produk barang atau jasa tersebut, tetapi merupakan harga yang benar-benar terjadi sesuai dengan kesepakatan antara penjual dan pembeli.

Penetapan harga atau istilah yang digunakan dalam ekonomi dan keuangan merupakan tindakan dalam menentukan nilai suatu produk atau layanan. Dengan kata lain, penetapan harga terjadi ketika perusahaan memutuskan berapa banyak pelanggan harus membayar untuk suatu produk atau layanan. Menurut Genda dkk (2016:2), menjelaskan penetapan harga adalah menetapkan harga suatu barang. Apabila nilai harga barang itu terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan



menurun namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh oleh penjual. Menurut Pratiwi (2019:15), menjelaskan ada empat ukuran yang mencirikan penetapan harga yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat.

- 1) Metode taksiran (judgemental method)
- 2) Metode berbasis pasar (market-based pricing)
  - a. Harga pasar saat ini (current market price)
  - b. Harga pesaing (competitor price)
  - c. Harga pasar yang disesuaikan (adjusted current marker price)
- 3) Metode berbasis biaya (cost-based pricing)
  - a. Biaya penuh plus tambahan tertentu (full cost plus mark-up)
  - b. Biaya variabel plus tambahan tertentu (variable cos plus mark-up)

Permintaan merupakan suatu proses yang mengharuskan pembelian barang tertentu atau banyak barang dengan harga dan waktu tertentu. Permintaan terkait dengan keinginan konsumen akan barang dan jasa yang tidak terbatas. Menurut Putranto, Tri dan Nurmasari, Ifa dan Susanti, Fahmi (2019:10-11), menjelaskan permintaan adalah jumlah layanan dan barang yang dibutuhkan atau apa yang akan dibeli pasar. Permintaan istilah juga disebut judul permintaan. Tren ini tidak bisa dibatasi penentuan. Hal ini terkait erat dengan keinginan pembeli untuk membeli jasa atau barang dari sesuatu (jasa dan barang), dan terdapat korelasi antara keduanya yaitu terkait dengan harga pasar saat ini, yang menyebabkan pembeli secara sukarela membayar sesuai harga. Masa berlaku dan kemudian. Dalam studi ini menjelaskan hubungan antara jumlah yang diminta / akan dibeli dengan harga yang disepakati oleh pembeli. Hukum permintaan adalah semakin tinggi harga barang atau jasa, semakin rendah permintaan akan barang dan jasa tersebut. Semakin rendah harga barang dan jasa, semakin tinggi permintaan akan barang dan jasa tersebut.

1. Harga barang yang bersangkutan
2. Harga barang lain yg terkait (subtitusi, barang/komoditas pengganti).
3. Tingkat Penghasilan/pendapatan perkapita
4. Tingkat selera
5. Perkiraan harga yang akan datang

## **METODE PENELITIAN**

Objek penelitian ini adalah PT DEA LOVA INDONESIA

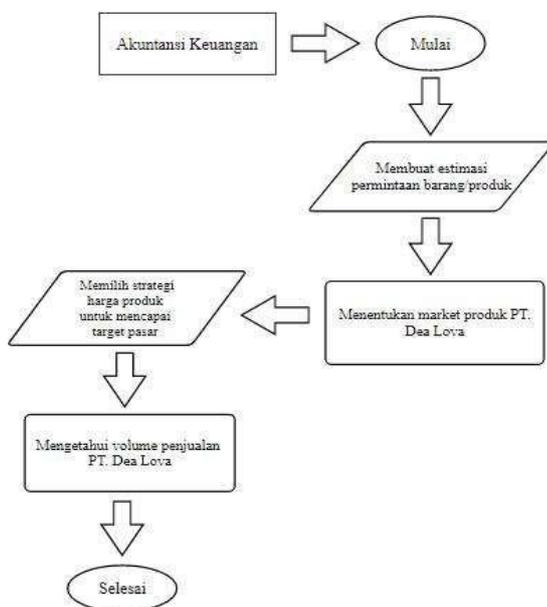
Metode pengumpulan data memakai Observasi, Wawancara dan Dokumentasi

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil penelitian di PT Dea Lova Indonesia dalam penetapan harga jual produk perusahaan dapat diketahui harga jual produk yang tinggi, dimana seharusnya menunjukkan perolehan volume penjualan yang tinggi juga. Penetapan harga jual ,suatu waktu dimana perusahaan akan menentukan harga pada saat pertama kali. Sebelum menjual produknya, perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor pembentuk harga. Hal ini penting karena harga akan berpengaruh pada pendapatan, profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan. Hal ini terjadi ketika suatu perusahaan mengembangkan suatu produk baru maka perusahaan akan memberitahukan produknya guna memutuskan posisi produknya untuk menentukan kualitas dan harga tertentu. Melalui harga yang dibayarkan oleh pelanggan, perusahaan mendapatkan pemasukan yang didalamnya terdapat pula unsur keuntungan/laba.

Berdasarkan hasil penelitian, Penetapan harga jual produk dan volume penjualan pada PT Dea Lova Indonesia terdiri dari beberapa prosedur, adalah sebagai berikut :

- a) Prosedur penetapan harga jual produk dan volume penjualan



Gambar 4.2 Prosedur penetapan harga jual produk dan volume penjualan  
 Prosedur penetapan harga jual dan volume penjualan yang dilakukan oleh bagian akuntansi keuangan, dijelaskan sebagai berikut :

- a. Membuat estimasi permintaan barang atau produk
- b. Menentukan market produk yang akan ditentukan harga jualnya untuk meningkatkan volume penjualan.
- c. Memilih strategi harga produk untuk mencapai target pasar.
- d. Mengetahui volume penjualan meningkat atau menurun dari penetapan harga jual produk.



Gambar 4.3 Penerapan penetapan harga jual produk

Berdasarkan penetapan harga jual produk yang terlibat dalam penerapan tersebut adalah sebagai berikut :

a. Bagian Akuntansi keuangan

Bagian akuntansi keuangan bertugas untuk menghitung laba atau rugi yang diterima perusahaan serta mencapai target dalam meningkatkan volume penjualan.

b. Bagian Penjualan

Bagian penjualan bertugas untuk menangani permintaan konsumen serta menekan target penjualan harian.

Dalam penjualan harga merupakan elemen pemasaran yang sangat penting bagi perusahaan. Hal ini dapat dilihat pada penetapan harga produk yang akurat yang dapat menghasilkan keuntungan. Penetapan harga tidak hanya baik untuk penjual, tetapi juga baik untuk pembeli. Begitu pula sebaliknya, jika penetapan harga tidak tepat maka akan merugikan penjual. Harga yang terlalu mahal akan mempengaruhi naik turunnya penjualan. Harga yang rendah juga dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk yang dijual. Oleh karena itu, penetapan harga harus seefektif mungkin.

Berikut ini merupakan tahapan proses penetapan harga jual :

b) Prosedur proses penetapan harga jual



Gambar 4.4 Prosedur proses penetapan harga jual

Keterangan:

a. Pembelian bahan baku

Kegiatan awal yang dilakukan dealova indonesia adalah pembelian bahan baku sebelum melakukan produksi dan penjualan. Dalam melakukan pembelian bahan baku dealova indonesia akan menggunakan bahan-bahan kualitas baik

b. Persediaan

Tahap berikutnya setelah pembelian bahan baku adalah mengumpulkan barang yang sudah dibeli akan dilakukan kegiatan produksi. Sebelum barang diproduksi banyak hal yang diperhitungkan dalam pengecekan persediaan bahan digudang.

c. Total Biaya Produksi

Seiring dengan beberapa kegiatan diatas, ada hal terpenting yang dilakukan oleh perusahaan. Yaitu, mengecek barang baru yang baru saja masuk ke gudang akan dihitung agar dapat diketahui jumlah biaya yang telah dikeluarkan melalui kegiatan yang baru saja dihasilkan. Kegiatan ini dibutuhkan ketelitian yang tinggi.

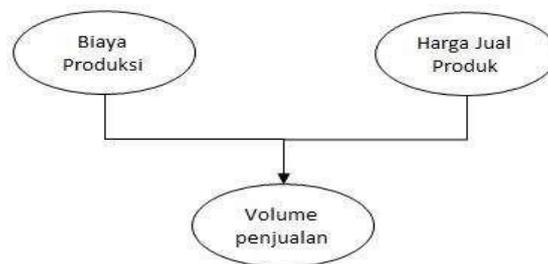


Gambar 4.5 pengecekan

Selain itu, dalam perhitungan ini tidak hanya jumlah barang atau bahan saja melainkan ada beberapa hal lain yang perlu diperhitungkan. Beberapa hal lain yang perlu diperhitungkan yaitu :

- a. Pengecekan biaya produk
- b. Pengecekan biaya total produksi
- c. Pengecekan biaya lain-lain.

Berdasarkan uraian dari hasil penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa pengecekan modal sangat diperhatikan oleh perusahaan. Karena, pengecekan modal ini sangat menentukan harga jual produk tersebut. Dengan adanya pengecekan tersebut, maka perusahaan dapat mengetahui biaya total produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan, yang kemudian akan dihitung harga jual produk dengan metode penetapan harga jual. Berdasarkan teori yang telah diuraikan tersebut kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

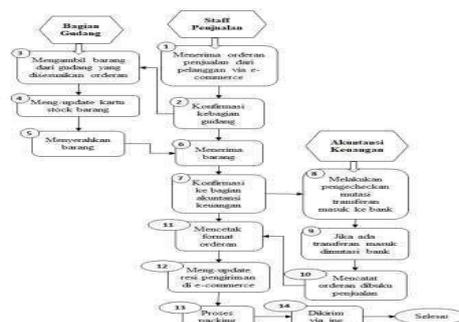


Gambar 4.6 Kerangka pemikiran dalam penelitian

Gagasan dari penelitian ini yaitu :

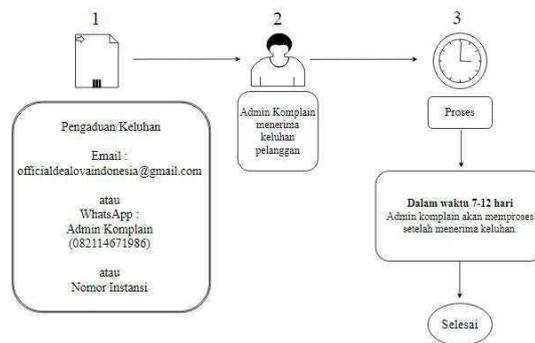
1. Biaya produk sangat berpengaruh terhadap volume penjualan PT. Dea Lova Indonesia
2. Penetapan harga jual produk
3. sangat berpengaruh terhadap volume penjualan PT. Dea Lova Indonesia
4. Biaya produk dan Penetapan harga jual produk secara bersamaan berpengaruh terhadap volume penjualan PT. Dea Lova Indonesia

c) Prosedur proses penjualan



Gambar 4.7 Prosedur Proses penjualan

d) Prosedur penanganan pelanggan



Gambar 4.8 Prosedur Penanganan pelanggan

**PEMBAHASAN**

Hasil penelitian pada PT. Dea Lova Indonesia dalam melakukan penerapan penetapan harga jual produk dan volume penjualan. PT. Dea Lova belum pernah menetapkan harga jual produk untuk volume penjualan. Untuk itu dalam upaya meningkatkan volume penjualan perusahaan harus menerapkan berbagai strategi. Perusahaan harus mengamati produk saingan dengan sejumlah pertimbangan lainnya untuk meningkatkan volume penjualan. Penjualan yang dilakukan suatu perusahaan tentunya ditetapkan oleh permintaan konsumen mengenai barang yang dijual dan yang mempengaruhi permintaan konsumen dalam suatu produk adalah harga jual barang yang bersangkutan. Selama ini dengan adanya penetapan harga penjualan sebelum dirincikan dengan sejumlah biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan, maka hasil produksi perusahaan akan diserahkan kepada bagian pemasaran untuk menetapkan harga jual produk.

Berdasarkan hasil penelitian PT. Dea Lova Indonesia dalam melakukan penetapan harga jual produk dan volume penjualan, untuk bagian yang terlibat sudah cukup memadai yaitu 2 (dua) bagian, yang artinya penetapan harga jual produk dan volume penjualan tidak melibatkan banyak bagian sehingga proses penetapan harga dapat dilakukan secara cepat dan menghemat waktu. Serta biaya produk dan penetapan harga jual produk sangat berpengaruh penting terhadap volume penjualan untuk dapat memperlancar operasi perusahaan di masa yang akan datang. Untuk itu, penetapan harga jual produk dan volume penjualan sangat perlu diterapkan supaya perusahaan dapat meningkat secara baik. Namun, untuk bagian pengupdatean kartu stock (kartu persediaan barang) hanya dilakukan oleh satu bagian saja yaitu bagian staff gudang. Kemudian untuk bagian staff penjualan tidak melakukan update kartu stock, karena menurut hasil wawancara kartu stock hanya diupdate oleh bagian staff gudang. Dalam hal ini perusahaan dituntut untuk melakukan peningkatan penjualan seoptimal mungkin dalam mencapai keuntungan yang maksimal. Untuk dapat menghitung besar kecilnya tingkat penjualan maka peneliti menggunakan alat bantu laporan keuangan agar mempermudah pengukuran terhadap volume penjualan.



## **KESIMPULAN**

1. Penjualan yang dilakukan Dealova Indonesia tentunya ditetapkan oleh permintaan konsumen mengenai barang yang dijual dan yang mempengaruhi permintaan konsumen dalam suatu produk adalah harga jual barang yang bersangkutan. Dengan adanya penetapan harga penjualan belum dirincikan dengan sejumlah biaya yang telah dikeluarkan oleh Dealova, maka hasil produksi perusahaan akan diserahkan kepada bagian penjualan untuk menetapkan harga jual produk.
2. Dokumen yang digunakan Dealova Indonesia sudah sangat lengkap yaitu dengan adanya kuitansi yang digunakan untuk pembuktian pelanggan, nota yang dimana lembar pertama yang diberikan untuk pelanggan yang sudah melunasi pembayaran dan lembar kedua untuk bagian akuntansi keuangan, faktur penjualan, voucher, laporan penjualan yang digunakan oleh bagian staff penjualan untuk mencatat semua penjualan produk, kartu stok (kartu persediaan) untuk mencatat setiap stock yang masuk dan keluar dari gudang dan format order yang digunakan oleh pelanggan dalam mengorder produk.

## **SARAN**

1. Dalam pelaksanaannya PT. Dea Lova Indonesia harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat suatu harga seperti permintaan dan penawaran, keadaan perekonomian, atau persaingan agar dalam pelaksanaannya mampu mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen yang terkait dengan harga jual produk.
2. Dalam menetapkan harga jual produk sebaiknya dilakukan dengan sebaik mungkin, sehingga dapat diketahui biaya tetap dan menentukan besar keuntungan yang diinginkan sehingga dapat diketahui volume penjualan yang ditetapkan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Abadi, L. Y. (2016). *Evaluasi Strategi Penetapan Harga Jual Dalam Bisnis Gourmet Land Cafe*. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, 1, 112-117.
- Adnyana, I. K. L., Mangku, D. G. S., & Sudiarmaka, K. (2020). *Proses Pertimbangan Hakim Dalam Memutus Pembatalan Sengketa Jual Beli Tanah Di Pengadilan Negeri Singaraja Kelas 1b (Studi Kasus Putusan Pengadilan Nomor: 228/Pdt. G/2015/Pn. Sgr.)*. Jurnal Komunitas Yustisia, 3(2), 135-144.
- Andela, A. (2020). *Sistem Penetapan Harga Sewa Rumah Kos Dalam Perspektif Hukum Islam* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Al Afif, M. F., Nuringwahyu, S., & Krisdianto, D. *Pengaruh Konten Dan Promosi Giveaway Terhadap Meningkatnya Popularitas*.
- Diah, A.M., & Hasiar L O. (2019). *Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Pada Koperasi Daihatsu C Bang Samarinda*. In Seminar Nasional Hasil Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat (SNP2M) (pp. 90-95).
- Efendi, A. R. (2018). *Analisis Strategi Penetapan Harga Jual Ditinjau dari Harga Pokok Produksi pada Perusahaan Aliff Catering*. Jurnal Akuntansi Manajemen.



- Effendy, A. A., & Sunarsi, D. (2020). *Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM Dan Efektivitas Promosi Melalui Online Di Kota Tangerang Selatan*. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi), 4(3), 702-714.
- Genda, H., Muhani, M., & Bustami, L. (2016). *Analisis Pengaruh Penetapan Harga Jual Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Air Mineral Pada Pt. Asera Tirta Posidonia Di Kota Palopo*. Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, 3(2).
- Haprina, C. (2020). *Pengaruh Penerapan Akuntansi Keperilakuan Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Cv. Boga Utama Amanda Brownies Cabang Palembang* (Doctoral dissertation, 021008 UNIVERSITAS TRIDINANTI PALEMBANG).
- Harahap, Y. R. A. (2015). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Financial Leverage Terhadap Perataan Laba (Studi Kasus Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Unpas).
- Hidayat, W. A., & Harjono, N. (2019). *Pengembangan Bahan Ajar Berbasis Video Pembelajaran Tematik Dalam Meningkatkan Motivasi Dan Hasil Belajar Siswa Kelas 1 Sd*. e-Jurnal Mitra Pendidikan, 3(11), 1452-1464.
- Jaenudin, J., Octovian, R., Pancawati, L., Sunanto, S., Jamaludin, J., Wardani, W. G., ... & Karyati, T. (2019). *Seminar Nasional Manajemen "Nilai Tukar Sistem Moneter dan Perekonomian Global"* Tangerang Selatan, 26 Oktober 2019.
- Jamarnis, S., & Susanti, F. (2019). *Pengaruh Harga Dan Periklanan Melalui Internet Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Merek Lux Pada Mahasiswa Stie "Kbp" Padang*.
- Kadariusman, Y., & Sunarsi, D. (2020). *Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Peningkatan Jumlah Siswa Pada SMK PGRI Balaraja*. JS (JURNAL SEKOLAH), 4(3), 213-221.
- Kumalasari, A. (2019). *Pengaruh Biaya Distribusi Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Madu Di Perusahaan Pt Kembang Joyo Sriwijaya Karangploso, Malang* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).
- Makmur, S. (2017). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian)*. Jurnal Cano Ekonomos, 3(1), 41-56.
- Maulana, A. (2019). *Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode Full Costing pada Ukm Dendeng Belut Lamboyan* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Sukabumi).
- Maulani, R., Dwiastuti, R., & Andriani, D. R. (2018). *Analisis Penetapan Harga Produk Obat Herbal Olahan Jamur Dewa (Agaricus Blazei Murril) Pada CV. Asimas*. Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis, 1(2), 94-107.
- Megawati, N. M. R. (2019). *Analisis Penerapan Metode V Ar I Ab Lec Os Ting Dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi Untuk Penetapan Harga Jual (Studi Pada Pabrik Lilin Bali Star Candle Suwat, Gianyar)*. Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, 10(2), 450-459.
- Mubarok, N. (2017). *Strategi Pemasaran Islami dalam Meningkatkan Penjualan pada Butik Calista*. I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics, 3(1), 73-92.
- Nadi, L., & Wenten, I. K. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis*



- Nur Hasanah, R. (2019). *Pengaruh Kreativitas, Sikap Mandiri, Motivasi Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Untuk Berwirausaha (Studi Empiris Pada Mahasiswa Akuntansi FEB UMS Periode 2015–2017)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Nurmansyah, T. (2020). *Analisis Penentuan Harga Jual Produk Kerupuk Jangek Berdasarkan Metode Variable Costing (Studi Kasus Pada Kerupuk Jangek Matsopa Palembang)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG).
- Pratiwi, B. P. (2019). *Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Kue Xyz Bandung* (Doctoral dissertation, PERPUSTAKAAN).
- Putri, L. P. (2017). *Pengaruh Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Pertambangan Batubara di Indonesia*. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 16(2).
- Putranto, A. T., Nurmasari, I., & Susanti, F. (2019). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. 10- 11
- Putranto, A. T., Nurmasari, I., & Susanti, F. (2019). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. 11- 14
- Rahastine, M. P., Mayasari, S., Sasmita, N., Sitasi, C., & Rahastine, M. P. (2019). *Strategi Public Relations PT Indotama Karya Gemilang Dalam Meningkatkan Pemahaman Proses Prosedural Tenaga Kerja Indonesia*.
- Rahmawati, E. T., Subagyo, S., & Budiadi, D. (2019). *Implementasi Penggunaan sistem Informasi Akuntansi UMKM dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0*. *Cahaya Aktiva*, 9(2), 159-174.
- Rijali, A. (2019). *Analisis data kualitatif*. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81-95.
- Rioni, Y. S. (2020). *Analisis Peningkatan Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Pembuatan Npwp Ukm Di Kebun Lada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat*. *JURNAL PERPAJAKAN*, 1(2), 28-37.
- Rusnaeni, N., Sutiman, S., Fadli, A. A. Y., & Supriatna, A. (2019). *Akuntansi Manajemen*. 1-2
- Rusnaeni, N., Sutiman, S., Fadli, A. A. Y., & Supriatna, A. (2019). *Akuntansi Manajemen*. 12
- Rusnaeni, N. R. N., & Sari, S. R. (2019). *Pengaruh Capital Adequacy Ratio Dan Non Performing Loan Terhadap Return On Assets Pada Pt. Bank Sinarmas Tbk Periode Tahun 2011- 2017*. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(1).
- Safika, N. D. (2019). *Keterampilan Menyimak Wawancara dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia*.
- Satria, M. R. (2017). *Pengaruh Kecerdasan Emosional Terhadap Tingkat Pemahaman Akuntansi Pada Mahasiswa Akuntansi Di Kota Bandung*. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 1(1), 66-80.
- Sidiq, U., Choiri, M. M., & Mujahidin, A. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. Ponorogo, Jawa Timur, Indonesia: Penerbit CV Nata Karya. Wujud secara online pula di: <http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/METODE> [dilayani di Kuala Lumpur, Malaysia: 10hb Februari 2020].
- Sugiyono, S. (2015). *Pembinaan Moral Siswa Melalui Pendidikan Agama Islam Di Smk Al Fattah Desa Tahunan Tegalombo Pacitan* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Sugiyono, S. (2015). *Peningkatkan Kemampuan Memahami Nilai- Nilai Dalam Cerpen Melalui*



---

*Model Circ (Cooperative Integrated Reading And Composition) Siswa Kelas Ixa Semester I Smp Negeri 1 Siliragung Tahun Pelajaran 2015/2016. Progressif: Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi, 14(1), 1-8.*

Sugiyono, T., Sulistyorini, S., & Rusilowati, A. (2017). *Pengembangan perangkat pembelajaran ipa bervisi sets dengan metode outdoor learning untuk menanamkan nilai karakter bangsa. Journal of Primary Education, 6(1), 8- 20.*

Sulistiono, M. (2019). *Implementasi Hybrid Learning Menggunakan Aplikasi Edmodo Pada Matakuliah Metode Penelitian Kualitatif. ElementerIs: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar Islam, 1(1), 57-67.*

Suryani, S. (2019). *Pengaruh Karakteristik Informasi Sistem Akuntansi Manajemen Terhadap Kinerja Manajerial Dengan Ketidakpastia Lingkungan Dan Desentralisasi Sebagai Variabel Moderating. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 8(1), 32-51.*

Susanto, A. (2017). *Sistem informasi akuntansi: pemahaman konsep secara terpadu.*

Sutoro, M., Sugiyanto, S., Sudaryana, Y., & Haryoko, U. B. (2020). *Penerapan Manajemen Dalam Pengembangan Hasil Laut Yang Berdampak Pada Kesejahteraan Masyarakat Pulau Seribu. Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(3), 402-405.*

Umatin, W. F. (2020). *Pengaruh Modal Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Peningkatan Produksi Pada Lyly Bakery Di Lamongan (Doctoral dissertation, STIEMAHARDHIKA SURABAYA).*

Sugiyanto, Romadhina, Anggun Putri (2020). *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro dan Makro, 68*

Sugiyanto, Haryoko (2020). *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro dan Makro, 3-4 Sugiyanto, Haryoko (2020). Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro dan Makro, 42-43*