

ANALISIS PENYUSUNAN ANGGARAN PENJUALAN PADA PT. INDOFOOD TBK.

Siti Andriyani ¹, Siti Nur Aisyah ², Bella Sumberliana ³, Rachmat Agus susanto ⁴

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi STAN IM

Sitiandriyani2004@gmail.com ¹, Sitinuraisyah852b@gmail.com ²,
Bellasumberliana@gmail.com ³, Rachmatagussusanto@gmail.com ⁴

ABSTRAK

Anggaran penjualan suatu perusahaan merupakan alat untuk mengukur besar kecilnya anggaran yang telah ditetapkan perusahaan dari tahun ke tahun. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas anggaran yang ditetapkan oleh perusahaan dengan menggunakan metode Top down dan merekomendasikan perusahaan menggunakan metode yang tepat dengan estimasi anggaran yang sesuai. Objek penelitian yaitu PT.Indofood Tbk yang bergerak di bidang makanan olahan. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah data primer berupa laporan keuangan dan data sekunder berupa data penjualan makanan olahan per tahun. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Indofood masih menggunakan metode Top down dalam menentukan anggaran penjualannya dari tahun ke tahun dan akan mencoba menggunakan metode penaksiran anggaran penjualan untuk masa yang akan datang. Analisis penyusunan anggaran penjualan yang digunakan penulis dalam menganalisis anggaran yaitu menggunakan metode analisis trend garis lurus karena dengan menggunakan metode ini tidak terlalu mendapatkan banyak selisih.

Kata kunci: Analisis penyusunan Anggaran, Anggaran Penjualan

ABSTRACT

A company's sales budget is a tool to measure the size of the budget that the company has set from year to year. This research aims to determine the effectiveness of the budget set by the company using the top down method and recommend companies use the right method with appropriate budget estimates. The research object is PT. Indofood Tbk which operates in the processed food sector. This research uses quantitative descriptive analysis methods. The type of data used by the author in this research is primary data in the form of financial reports and secondary data in the form of processed food sales data per year. The data collection technique used in this research is observation. The research results show that PT. Indofood still uses the top down method in determining its sales budget from year to year and will try to use the sales budget estimation method for the future. The analysis of sales budget preparation that the author uses in analyzing the budget is using the straight line trend analysis method because using this method does not produce too many differences.

Keywords: Budget preparation analysis, Sales Budget

PENDAHULUAN

Perusahaan merencanakan dan berbagi sumber daya yang dimilikinya dengan menggunakan sistem anggaran dalam menjalankan kegiatannya. Anggaran juga merupakan alat kontrol dan pengukuran pelaksanaan pekerjaan yang telah dilakukan dan merupakan hal penting untuk menyusun perencanaan, koordinasi dan kontrol untuk semua kegiatan yang ada di dalam perusahaan.

Penyusunan anggaran merupakan salah satu tahap perencanaan yang dilakukan oleh perusahaan dalam menentukan kinerja operasi masa depan dengan tujuan kesinambungan tentang perusahaan dan hasil yang diharapkan. Anggaran yang bermanfaat dan realistis tidak hanya membantu mempercepat kerjasama antar karyawan, menjelaskan kebijakan, dan melaksanakan rencana, tetapi bisa juga

menciptakan harmoni yang lebih baik di dalam perusahaan dan kesesuaian tujuan antar anggota, manajer dan bawahannya.

PT Indofood Sukses Makmur Tbk merupakan perusahaan besar di Indonesia yang mampu menguasai pasar dengan sistem produksi yang terintegrasi, PT Indofood mempunyai mempunyai strategi untuk program – program yang menarik pasar seperti, Strategi penetrasi pasar, Strategi pengembangan pasar, dan Strategi pengembangan produk. PT Indofood dalam menyusun anggaran menggunakan metode top down, yaitu dimana anggaran penjualan di tetapkan sendiri oleh pimpinan dan anggaran inilah yang dilaksanakan tanpa keterlibatan bawahan di dalam penyusunan. Kelemahan metode top down yaitu bawahan tidak bisa ikut campur dalam menyusun anggaran penjualan karena dengan metode ini karyawan tidak memiliki cukup keahlian atau di anggap terlalu lama dalam menyusun anggaran penjualan. Berdasarkan uraian yang terdapat di latar belakang, maka dapat menetapkan rumusan masalah yaitu bagaimana penetapan penyusunan anggaran penjualan PT.Indofood Tbk?. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa efektif anggaran perusahaan menentukan berdasarkan metode top down dan menggunakan metode sesuai anggaran yang diharapkan seharusnya.

TINJAUAN TEORITIS DAN HIPOTESIS

Anggaran

Menurut Nafarin (2018: 11): Anggaran adalah rencana tertulis mengenai kegiatan suatu organisasi yang dinyatakan secara kuantitatif untuk jangka waktu tertentu dan umumnya dinyatakan dalam satuan uang, tetapi dapat juga dinyatakan dalam satuan uang /jasa. Anggaran juga merupakan alat manajemen dalam mencapai tujuan.

Menurut Nurkholis dan Moh Khusaini (2019:4): Anggaran adalah suatu proses menyusun keuangan yaitu pendapatan dan pembiayaan, kemudian mengalokasikan dana ke masing – masing kegiatan sesuai dengan fungsi dan sasaran yang hendak dicapai.

1. Karakteristik Anggaran

Menurut Anthony dan Govindarajan (2007), Karakteristik anggaran memiliki ciri sebagai berikut:

- a. Potensi keuntungan unit usaha diperkirakan dalam anggaran
- b. Dinyatakan dalam uang. Meskipun jumlah uang juga dapat didukung oleh jumlah non-moneter (misalnya unit terjual atau diproduksi).
- c. Biasanya mencakup selama satu tahun, di perusahaan yang sangat dipengaruhi oleh factor musiman, bisa ada 2 anggaran dalam setahun, misalnya perusahaan fashion biasanya memiliki anggaran musim gugur dan anggaran musim semi.
- d. Tanggung jawab manajemen, manajer bertanggung jawab untuk mencapai tujuan anggaran yang akan di realisasikan
- e. Usulan anggaran diperiksa dan disetujui oleh pejabat yang berwenang lebih tinggi.
- f. Setelah anggaran disetujui, anggaran hanya dapat diubah dalam kondisi tertentu.
- g. Hasil keuangan actual dibandingkan secara berkala dengan anggaran, dan penyimpangan di analisis dan di jelaskan.

Melihat karakteristik anggaran diatas maka anggaran bisa menggambarkan kemampuan keuntungan yang diperoleh dari setiap unit bisnis yang dinyatakan dengan istilah moneter.

2. Jenis – jenis Anggaran

Jenis – jenis anggaran menurut Anthony dan Govindarajan (2007) yaitu :

- a. Anggaran Pendapatan

- b. Anggaran biaya produksi dan biaya penjualan
- c. Anggaran biaya Pemasaran
- d. Anggaran biaya Logistik
- e. Beban umum dan admisitratif
- f. Beban penelitian dan pengembangan
- g. Anggaran modal

3. Manfaat Penyusunan Anggaran

Manfaat penyusunan anggaran menurut Hansen dan Mowen (2009) yaitu :

- a. Membuat para pimpinan untuk melakukan perencanaan
- b. Menyediakan informasi yang dapat memperbaiki pengambilan keputusan
- c. Menyediakan standar evaluasi penilaian kinerja
- d. Memperbaiki komunikasi dan koordinasi

4. Tujuan Penyusunan Anggaran

Tujuan anggaran menurut Nafarin (2007) yaitu :

- a. Digunakan sebagai landasan hukum resmi dalam memilih sumber dan menginvestasikan dana
- b. Ketetapan batasan jumlah uang yang diminta dan dibelanjakan
- c. Informasi lengkap mengenai sumber dana yang diminta dan jenis dana investasi untuk memudahkan pemantauan
- d. Merasionalisasi sumber dan investasi keuangan untuk mencapai hasil yang maksimal
- e. Perbaiki rencana yang dibuat karena anggaran tampak lebih jelas dan realistis
- f. Mempertimbangkan, menganalisis dan memutuskan setiap proposal keuangan.

Dengan adanya anggaran, perusahaan memperoleh suatu acuan dalam memilih sumber dan investasi dana yang akan digunakan, memberikan batasan minimal jumlah dana yang akan digunakan dan dicari. Dengan adanya batasan ini, sangat memudahkan perusahaan dalam memanfaatkan anggaran tersebut dalam menentukan target keuntungan yang ingin di capai.

5. Metode Penyusunan Anggaran

Menurut Nafarin (2018:26) yaitu:

1. TopDown Budgeting

Penganggaran Top Down adalah pendekatan penganggaran dimana eksekutif atas menetapkan anggaran dan kemudian meneruskannya kepada para manajer untuk implementasi. Penetapan anggaran akan sesuai dengan target dan tujuan yang ingin dicapai oleh manajemen.

2. BottomUp Budgeting

Penganggaran Bottom Up adalah anggaran yang disiapkan oleh manajemen itu sendiri pada tingkat yang lebih rendah dan kemudian di serahkan ke manajemen atas. Kekurangan dari metode ini yaitu seringkali tidak mempertimbangkan keselarasan tujuan, kurang terkendali, dan tujuan yang ingin dicapai terlalu mudah.

3. Gabungan

Penganggaran Gabungan adalah anggaran gabungan antara TopDown Budgeting dan Bottom Budgeting.

6. Anggaran Penjualan

Menurut Swastha (2019: 13): Penjualan adalah suatu proses sosial termasuk individu dan kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan keinginan untuk

menciptakan ,menyediakan dan pertukaran bebas produk daan layanan berharga dengan pihak lain.

Adapun menurut Nafarin (2018: 166): Penjualan adalah proses kegiatan menjual, dimulai dari kegiatan penetapan harga pokok, harga jual sampai produk di distribusikan kepada konsumen.

7. Metode Peramalan dan Penaksiran

Anggaran Penjualan

Ada 2 metode penaksiran dalam anggaran penjualan menggunakan analisis trend garis lurus (Nafarin, 2018 : 100), yaitu :

1. Metode Kuadrat Terkecil (Least Square)

Metode ini merupakan metode peramalan penjualan yang menggunakan beberapa variabel sederhana, sehingga perhitungan merupakan yang paling sederhana diantara metode lainnya dan didasarkan pada perhitungan menggunakan metode ini lebih tepat. Rumus yang digunakan pada metode ini adalah:

$$\begin{aligned}
 Y &= a + Bx \\
 b &= \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \\
 a &= \frac{\sum Y}{n} - b \frac{\sum X}{n}
 \end{aligned}$$

Keterangan : Variabel terikat(Y)

Variabel bebas(X)

Nilai konstan(a)

Koefisien arah regresi (b)

jumlah data yang ada (n)

2. Strategi Tren Moment

Metode ini memiliki sejumlah keunggulan, yaitu dalam membuat ramalan penjualan metode ini tidak mengetahui jumlah data,karena dalam proses mengidentifikasi parameter Mulai dengan X harus menggunakan nol, tetapi tidak mengurangi jumlah data minimum yang dibutuhkan untuk membuat ramalan. Rumus yang digunakan dengan cara ini, yaitu seperti berikut:

$$\begin{aligned}
 Y &= a + bX \\
 \sum Y &= na + b\sum X \\
 \sum XY &= a\sum X + b\sum X^2
 \end{aligned}$$

Keterangan : Variabel terikat(Y)

Variabel bebas(X)

Nilai konstan(a)

Koefisien arah regresi (b)

jumlah data yang ada (n)

8. Standar Kesalahan Peramalan

Menurut Nafarin (2018: 109):

Ada 2 (dua) metode untuk analisis tren yang dapat digunakan untuk memprediksi penjualan, yaitu pendekatan tren garis lurus (paling kecil persegi dan waktu) dan metode tren tidak membentuk garis lurus. Untuk menentukan pendekatan terbaik dari kedua pendekatan tersebut, kemudian digunakan standard error peramalan (SKP). Nilai SKP yang paling kecil menunjukkan bahwa perkiraan yang disusun tersebut hampir sama. Dalam hal rumus kesalahan peramalan standar (SKP) sebagai berikut:

$$SKP = \sqrt{\frac{\sum(X - Y)^2}{n - 2}}$$

Keterangan: (X) menunjukkan penjualan nyata,

(Y) menunjukkan ramalan penjualan.

(n) adalah jumlah data yang telah dianalisis.

(-2 dua derajat) kebebasan karena dua parameter untuk populasi yang sedang diprediksi berdasarkan nilai sampel informasi (a dan b)

9. Analisis Variabilitas

Mahmudi (2013: 66) menyatakan bahwa:

Analisis variabel dilakukan menggunakan metode untuk mengevaluasi perbedaan yang terjadi antara anggaran dengan menjadi nyata. Selisih budget dapat dibagi menjadi dua, yaitu perbedaan menguntungkan dan tidak menguntungkan (buruk).

Standar Variasi Jae K. Shim (2011:73) sama dengan :

Variansi di bawah 5% dianggap tidak material. Variabel sebesar sepuluh persen mungkin lebih dapat diterima untuk organisasi yang menetapkan peraturan yang ketat jika dibandingkan dengan varians 5% untuk organisasi yang menetapkan aturan yang bebas

METODE

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data Metodologi pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam studi ini, yaitu dengan melakukan observasi dan melakukan wawancara. Penulis membutuhkan beberapa data tentang profil PT. Indofood Tbk, dan struktur organisasinya, sementara metode observasi digunakan penulis, yaitu dokumen dari perusahaan dan data tambahan.

2. Tipe Data

Data yang digunakan oleh penulis di Data primer dan data yang digunakan dalam penelitian ini sekunder, data awal yang dikumpulkan oleh penulis, misalnya, laporan keuangan, neraca dan keuntungan keuangan yang dimiliki Sementara data

sekunder berupa sejarah PT Indofood Tbk, struktur organisasi, tugas, dan fungsi, serta data lainnya yang disimpan oleh pihak-pihak yang terkait dan juga buku yang digunakan oleh penulis untuk mendukung proses penelitian mereka.

3. Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan penulis dalam studi ini, metode analisis data deskriptif kuantitatif, yang berarti memberikan penjelasan memberikan penjelasan tentang analisis penyusunan rencana penjualan PT. Indofood Tbk

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian

PT Indofood merupakan perusahaan yang kegiatan utamanya bergerak di bidang industri pengolahan makanan. terutama pada bidang makanan, minuman, dan produk olahan lainnya (minyak nabati, gandum, tepung, dan lain-lain).

1. Skema Sistem produksi PT Indofood Tbk

1. Pengelolaan pertanian atau perkebunan
2. Pengelolaan hasil pertanian atau perkebunan menjadi bahan baku
3. Dikirim ke > pabrik PT Indofood Tbk
4. Pengolahan bahan baku jadi produk
5. Penelitian produk
6. Memenuhi persyaratan
7. Pengemasan produk
8. Distribusi
9. Outlet ritel / pasar tradisional
10. Konsumen

1. Perhitungan biaya produksi PT. Indofood, Tbk 2017-2019

Hasil perhitungan biaya produksi PT. Indofood, Tbk dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2019 disajikan pada tabel berikut

BIAYA PRODUKSI	2017	2018	2019
Biaya Bahan Baku	31,361,851,000,000	34,662,360,000,000	36,730,003,000,000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	1,353,392,000,000	1,428,406,000,000	1,608,483,000,000
Biaya Overhead Pabrik			
Biaya Bahan Penolong	14,279,658,000,000	16,267,787,000,000	15,740,844,000,000
Biaya Reparasi dan Pemeliharaan	102,809,000,000	103,873,000,000	110,071,000,000
Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	2,552,326,000,000	2,637,762,000,000	2,816,577,000,000
TOTAL	49,650,036,000,000	55,100,188,000,000	57,005,978,000,000

Table 1. Hasil Perhitungan Biaya Produksi

Biaya produksi sebesar Rp 49.650.036 juta pada tahun 2017 dan Rp 55.1188 juta pada tahun 2018, sedangkan pada tahun 2019 sebesar Rp. 57 miliar 5978 juta. Dapat kita

simpulkan bahwa biaya produksi selalu meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor :

1. Jatuhnya nilai tukar atau devaluasi mata uang dalam negeri terhadap mata uang asing.
2. Inflasi di luar negeri, khususnya di negara mitra dagang, juga meningkatkan harga barang dan produk dari luar negeri.
3. Ketidakstabilan antara jumlah tenaga kerja dan permintaan barang produksi menyebabkan pemerintah menaikkan harga produksi.

2. Perhitungan biaya operasional PT. Indofood, Tbk 2017-2019

Hasil perhitungan biaya operasional PT. Indofood, Tbk 2017-2019 ditunjukkan pada tabel berikut:

<i>Biaya Operasional</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>	<i>2019</i>
Biaya Penjualan dan Distribusi	7,237,120,000,000	7,817,444,000,000	8,489,356,000,000
Biaya Umum dan Administrasi	4,070,151,000,000	4,466,279,000,000	4,697,173,000,000
Biaya Keuangan	1,486,027,000,000	2,022,215,000,000	1,727,018,000,000
Biaya Operasi Lain	702,612,000,000	278,450,000,000	759,131,000,000
Total	13,495,910,000,000	14,584,388,000,000	15,672,678,000,000

Tabel 2. Hasil Perhitungan Biaya Operasional

Biaya operasional tahun 2017 sebesar Rp13.495,91 miliar, biaya operasional tahun 2018 sebesar Rp14.584.388 juta, dan biaya operasional tahun 2019 sebesar Rp.15.672.678 juta. Oleh karena itu, biaya operasional perusahaan PT dapat dikatakan satu. Makanan India selalu meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal, antara lain:

1. Kenaikan biaya produksi
2. Permintaan meningkat

3. Anggaran Penjualan

PT Indofood memproduksi tiga jenis saus dan perkiraan penjualannya pada tahun 2022 adalah:

No	Jenis Saos					Setahun
		1	2	3	4	2022
1	Extra pedas	2500	3500	5500	4500	16000
2	Pedas	45000	6000	6500	3500	20500
3	Manis	5500	6000	3500	5500	20500
	Total	12500	15500	15500	13500	57000
		21,93%	27,19%	27,19%	23,68%	

Tabel 3. Perkiraan Penjualan saus pada tahun 2022

Harga jual per botol yang dijual di bandung adalah .

No	Jenis Saos	Bandung
1	Extra Pedas	10000
2	Pedas	9000
3	Manis	7000

Tabel 4. *Harga saos*

Komposisi penjualan masing-masing produk diperkirakan 40% saus pedas, 40% saus pedas, dan 20% saus manis.

Dari data diatas dapat dibuat ramalan jualan tahun 2022, apabila menggunakan kuadrat kecil dalam perkiraan penjualan,, perhitungannya akan menjadi:

No	Triwulan	Jualan (Y)	X	X ²	Xy
1	I	12500	0	0	0
2	II	15500	1	1	15500
3	III	15500	2	4	31000
4	IV	13500	3	9	40500
	Total	57000	6	14	87000

Tabel 5. *Perhitungan Berdasarkan Kuadrat Kecil*

$$B = (4 \times 87000) - (6 \times 57000)$$

$$(4 \times 14) - 6^2$$

$$b = 348000 - 342000$$

$$500$$

$$56 - 36$$

$$A = 57000/4 = 14250 \times 6/4$$

$$= 21375$$

Persamaan treb garis lurus

$$Y = a+bX$$

$$Y = 21375 + 500X = 21375 + 500(4) = 23375$$

Ramalan jualan triwulan I tahun 2022 sebanyak 23.375 botol untuk daerah bandung

Bandung	Saos Extra Pedas	40%	23.375	9350
	Saos Pedas	40%	23.375	9350
	Saos Manis	20%	23.375	4675

Pembahasan

Pembahasan Berdasarkan data yang penulis miliki, PT. Indofood Tbk. masih memperhitungkan penjualan tahun sebelumnya sebesar pada saat menetapkan anggaran dan menghitung tersebut dengan menggunakan metode estimasi anggaran penjualan yang benar. Namun, yang terjadi pada PT. Indofood Tbk. mempunyai selisih yang cukup tinggi dari tahun ke tahun, dan realisasi yang terjadi pada PT. Indofood Tbk. juga sebesar, mengingat proporsi yang ada sebesar, masih cukup tinggi.

1) Cara membuat anggaran penjualan Berdasarkan analisa yang telah penulis lakukan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan kecil antara anggaran dengan realisasi penjualan selama tiga tahun terakhir yaitu tahun 2017.

Hadir pada tahun 2018 dan pada tahun 2019. Jika perusahaan menggunakan metode minimum kuadrat untuk membuat anggaran, selisihnya akan mencapai pada tahun 2017.

Dengan menggunakan metode momen, selisih yang diperoleh dengan jauh lebih besar.

Jadi tahun 2017 adalah 868.

339.

334, tahun 2018 adalah - 200.

182.

666, tahun 2019 adalah - 668.

156.

666 dan sama ketika menghitung standar error prediksi (SKP).

), nilai SKP kuadrat terkecilnya adalah.

lebih sedikit lagi yaitu 165.

508.

235.

076.

334, namun jika dibandingkan dengan metode trend momen menjadi 413.

506.

543.

019.

555.

Angka ini menunjukkan bahwa anggaran dibuat pada tahun.

PENUTUP

Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian pada PT. Indofood, maka penulis mencoba menarik kesimpulan serta memberikan saran yang sekiranya dapat bermanfaat sebagai masukan bagi PT. Indofood itu sendiri.

Dari pembahasan data dapat dilihat bahwa titik awalnya ditentukan oleh ulasan yang diharapkan dapat dilakukan dengan adanya segmen sebelumnya, bisa ditarik kesimpulan bahwa data penjualan PT. Indofood, Tbk. Periode 2017-2019 memiliki pertumbuhan tiap tahunnya. Semakin banyak produk yang diproduksi suatu perusahaan berkontribusi terhadap permintaan konsumen, maka penjualan perusahaan tersebut akan semakin meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Sukmawati, A., Nafarin, A., RatnaYuliani, W. U., Da'i, M., & Aini, N. (2018). In Vitro Cytotoxic Evaluation of Doxorubicin and Curcumin Analogue Loaded Modified Chitosan Nanoparticles. *Rasayan J. Chem*, 11(4), 1657-1662.
- Khusaini, M. (2019). *Penganggaran Sektor Publik*. Universitas Brawijaya Press.
- Anthony, R. N., dan Vijay Govindarajan. 2007. *Management Control Systems*. Edisi Kedua belas. New York: McGraw-Hill Education.
- Rohma, F. F. (2022). The Urgency of Determining Accurate Costing Methods in the Cost of Goods Manufactured. *Neo Journal of economy and social humanities*, 1(2), 105-109.
- Pourfarziani, V., Einollahi, B., Taheri, S., Nemati, E., Nafar, M., & Kalantar, E. (2007). Associations of Human Leukocyte Antigen (HLA) haplotypes with risk of developing lymphoproliferative disorders after renal transplantation. *Annals of Transplantation*, 12(4), 16-22.
- Putrayasa, I. M. A. (2018). Penganggaran dan Analisis Anggaran Penjualan. *Jurnal Bisnis dan kewirausahaan*, 14(1), 24-33.
- Anwar, C., Sari, Y., & Barusman, T. M. (2012). Analisis Penggunaan Anggaran Biaya Administrasi Umum Dan Efisiensi Terhadap Peningkatan Kinerja Supervisor (Studi Kasus pada PT. Lautan Teduh Interniaga Bandar Lampung). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1).
- Ayuningrum, N., & Meylita, S. (2020). ANALISIS PENYUSUNAN ANGGARAN PENJUALAN PADA CV AUTO 165 DI KOTA SEKAYU. *Jurnal ACSY: Jurnal Accounting Politeknik Sekayu*, 12(2), 24-32.
- Ariwibowo, M. E. (2019). Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Tinggi Swasta. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 2(2), 181-190.
- Solookinejad, G., Jabbari, M., Nafar, M., Ahmadi, E., & Asadpour, S. H. (2018). Incoherent control of optical bistability and multistability in a hybrid system: Metallic nanoparticle-quantum dot nanostructure. *Journal of Applied Physics*, 124(6).
- Yani, J. A., Mangkunegara, A. A. A. P., & Aditama, R. (1995). Sugiyono. 2017, Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. bandung: Alfabeta.
- Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research and Treatment*. New York: Plenum Press, Yudistira P, Chandra, Diktat Ku.
- Mahmudi, A., Sahid, H. P., & Hernawati, K. (2013). Interactive Student's Book Berbasis Ict Untuk Mendukung Aktivitas Eksplorasi Konsep-Konsep Geometri. In *Prosiding Seminar Nasional Matematika dan Pendidikan Matematika*, Yogyakarta.
- Shim, J. K., Siegel, J. G., & Shim, A. I. (2011). *Budgeting basics and beyond* (Vol. 574). John Wiley & Sons.
- Chairul, A. (2015). Penerapan Model Pembelajaran Discovery Learning Dalam Meningkatkan Prestasi Belajar Fiqih di Kelas VIII MTs. Darul Ma'arif Jakarta.