

Peningkatan Pertumbuhan Bisnis Melalui Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Laporan Keuangan dan Pemasaran di Bimbingan Belajar Masterprima

Supami Wahyu Setiyowati¹, Asna², Fauzan³, Mardiana⁴, Fatmawati Zahro⁵

^{1,2,3} Universitas PGRI Kanjuruhan Malang, Indonesia

^{4,5} Universitas Islam Negeri Maulana Ibrahim Malang, Indonesia

Received : 24 April 2025, Revised : 11 Juni 2025, Published : 1 September 2025

Corresponding Author

Nama Penulis: Supami Wahyu Setiyowati

E-mail: setiyo@unikama.ac.id

Abstrak

Pengabdian ini bertujuan untuk membantu mitra UMKM Bimbingan belajar Masterprima dalam menyelesaikan permasalahan lemahnya pemasaran dan pembuatan laporan keuangan. Solusi yang ditawarkan adalah dengan memberikan workshop, pelatihan dan pendampingan untuk mengoptimalkan sistem informasi manajemen (SIM) dan menerapkan digital marketing. Pengabdian ini menggunakan metode survei dan wawancara langsung dengan mitra UMKM Bimbingan belajar Masterprima. Workshop dan pelatihan digital marketing juga dilakukan untuk meningkatkan wawasan dan pemahaman pimpinan dan karyawan Masterprima digital marketing dan pentingnya laporan keuangan yang berkualitas. Hasil akhir dari kegiatan ini adalah adanya peningkatan sumberdaya manusia dan peningkatan omzet. Laporan keuangan bisa dibuat berdasarkan kebutuhan manajemen. Omzet penjualan meningkat 50% setelah adanya pelatihan dan pendampingan dibuktikan dengan adanya kerjasama dengan sekolah dan pencapaian target bulanan.

Kata kunci - Pelatihan Digital Marketing, Laporan Keuangan, Masterprima

Abstract

This service aims to help UMKM partners of Masterprima Learning Guidance in solving the problem of weak marketing and financial reporting. The solution offered is to provide workshops, training, and mentoring to optimize the management information system (SIM) and implement digital marketing. This service uses survey methods and direct interviews with UMKM partners of Masterprima Learning Guidance. Digital marketing workshops and training are also conducted to increase the insight and understanding of Masterprima digital marketing leaders and employees and the importance of quality financial reports. The final result of this activity is an increase in human resources and an increase in turnover. Financial reports can be made based on management needs. Sales turnover increased after training and mentoring as evidenced by cooperation with schools and the achievement of monthly targets.

Keywords - Digital Marketing Training, Financial Reports, Masterprima

How To Cite : Setiyowati, S. W., Asna, A., Fauzan, F., Mardiana, M., & Zahro, F. (2025). Peningkatan Pertumbuhan Bisnis Melalui Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Laporan Keuangan dan Pemasaran di Bimbingan Belajar Masterprima. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 4(1), 455–461. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v4i1.132>
Copyright ©2025 Supami Wahyu Setiyowati, Asna Asna, Fauzan Fauzan, Mardiana Mardiana, Fatmawati Zahro

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, teknologi telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat, termasuk dalam dunia bisnis. Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) seperti Bimbingan Belajar Masterprima, perkembangan teknologi menghadirkan peluang sekaligus tantangan. UMKM Bimbingan belajar Masterprima menghadapi beberapa tantangan dalam aspek pemasaran dan keuangan. Kurangnya pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran membatasi jangkauan pasar yang dapat dijangkau. Selain itu, kelemahan dalam pengelolaan keuangan akibat kurangnya pemahaman manajemen keuangan memperparah situasi perusahaan di tengah era digital yang semakin kompetitif.

Peningkatan kapasitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi fokus utama dalam berbagai kegiatan pengabdian masyarakat di Indonesia, terutama pada aspek pencatatan laporan keuangan dan strategi pemasaran. Permasalahan utama yang sering dihadapi oleh UMKM adalah lemahnya pengelolaan keuangan serta kurangnya pemanfaatan teknologi informasi dalam memasarkan produk. Beberapa kegiatan pengabdian telah dilakukan untuk mengatasi persoalan ini, salah satunya oleh Tim Universitas Gunadarma yang melakukan pelatihan laporan keuangan dan pemasaran digital pada Komunitas UMKM Mandiri Pancoran Mas di Depok. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku UMKM mulai memahami pentingnya pencatatan transaksi dan mampu memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif (Sunaryo et al., 2023). Selain itu, pelatihan serupa juga dilaksanakan di Kampung Lebah Yosomulyo, Lampung, yang difokuskan pada pelatihan pemasaran digital serta pelaporan keuangan sederhana guna meningkatkan daya saing di masa pandemi COVID-19 Putri & Hidayat (2022)

Kegiatan pendampingan dalam penyusunan laporan keuangan berbasis aplikasi juga menunjukkan dampak positif terhadap keberlanjutan bisnis UMKM. Contohnya, pengabdian yang dilakukan oleh tim Universitas Pahlawan terhadap UMKM PalimaFoods di Depok dengan memperkenalkan aplikasi AkuntansiKu berhasil meningkatkan akurasi dan efisiensi dalam pencatatan keuangan, serta memperkuat citra produk melalui pemasaran digital di platform TikTok dan Shopee Afrianti et al., (2024). sisi lain, pelatihan penggunaan Microsoft Excel sebagai alat bantu pencatatan transaksi keuangan di Kabupaten Jember juga berhasil meningkatkan pemahaman pelaku UMKM dalam mengelola keuangan mereka secara mandiri Kusuma et al., (2023). Dengan meningkatnya kompetensi dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran, UMKM berpeluang lebih besar untuk berkembang secara berkelanjutan dan berdaya saing di era digital saat ini.

Masterprima Sawojajar merupakan salah satu cabang dari Bimbingan Belajar Masterprima yang berlokasi di Jl. Danau Bratan H2 E54, Malang. Lembaga ini dikenal sebagai spesialis bimbingan masuk sekolah kedinasan seperti PKN STAN, IPDN, STIS, STMKG, dan STIN. Dengan pengalaman lebih dari 15 tahun, Masterprima menawarkan program pelatihan yang komprehensif, mulai dari pembelajaran intensif, try out berbasis CBT standar BKN, hingga latihan fisik (samapta) bersama anggota TNI/Polri serta medical check-up yang bekerja sama dengan RST Soepraen. Tenaga pengajarnya berasal dari kalangan profesional dan alumni sekolah kedinasan, yang membantu peserta memahami strategi lolos seleksi secara sistematis. Masterprima juga menyediakan platform digital bernama Konsisterma, yang membantu peserta menganalisis peluang kelulusan mereka berdasarkan hasil latihan dan try out. Untuk meningkatkan daya saing dan menjaga eksistensi di era digital, Masterprima membutuhkan wawasan terkait digital marketing dan sistem informasi manajemen (SIM) yang efektif. Hal ini penting untuk menjangkau target pasar yang lebih tepat dan luas, meningkatkan penjualan, keuntungan, serta keamanan akses informasi pada setiap tahapan bisnis. UMKM Bimbingan belajar Masterprima menghadapi permasalahan dari yang paling sederhana seperti belum memiliki struktur yang terorganisir untuk mengelola informasi dan data dengan efektif hingga permasalahan yang cukup rumit yakni terkait kurang klasifikasi terkait kebutuhan informasi UMKM Masterprima mencakup aspek produksi, manajemen bahan baku, keuangan, penilaian karyawan, dan manajemen produk. Selain itu UMKM Bimbingan belajar Masterprima mengalami permasalahan berupa kurang mudahnya akses informasi untuk menunjang kinerja masing masing karyawan.

Pada aspek pemasaran, strategi yang digunakan Masterprima masih dilakukan tanpa melibatkan teknologi. Hal ini menimbulkan permasalahan berupa terhambatnya pengenalan produk ke pasar yang lebih luas, padahal produk yang dihasilkan telah trendy dan terkenal di kalangan masyarakat sekitar. Di era modern ini dimana efek dari globalisasi yang menyebabkan perkembangan teknologi dan komunikasi menjadi semakin canggih, menggunakan pemasaran digital marketing melalui media

sosial menjadi pilihan utama yang dilakukan oleh para pelaku usaha (Dewi and Mahyuni 2022). Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan upaya untuk meningkatkan pemahaman karyawan terkait digital marketing dan Sistem Informasi Manajemen. Hal ini dapat diwujudkan dengan adanya pelatihan dan pendampingan digital marketing. Pengabdian ini bertujuan untuk membantu Masterprima dalam meningkatkan daya saing melalui penerapan digital marketing yang efektif. Diharapkan dengan pengabdian ini, Masterprima dapat menjangkau target pasar yang lebih tepat dan meningkatkan penjualan dan keuntungan, meningkatkan keamanan akses informasi pada setiap tahapan bisnis, meningkatkan pemahaman karyawan terkait digital marketing dan sistem informasi manajemen.

Digital marketing merupakan strategi pemasaran modern yang memanfaatkan teknologi digital dan internet untuk menjangkau konsumen secara lebih luas, personal, dan efisien. Menurut Kotler dan Keller (2016), digital marketing melibatkan penggunaan saluran online dan perangkat digital untuk mempromosikan produk serta membangun hubungan dengan pelanggan. Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019) menambahkan bahwa digital marketing mencakup penerapan teknologi digital seperti website, media sosial, email, dan mesin pencari sebagai alat utama dalam mencapai tujuan pemasaran. Pendekatan ini memungkinkan perusahaan untuk menganalisis perilaku konsumen secara real time, melakukan segmentasi yang lebih akurat, serta meningkatkan interaksi dengan pelanggan (Ryan 2016). Oleh karena itu, digital marketing telah menjadi elemen penting dalam strategi bisnis di era transformasi digital.

Digital marketing merupakan alat yang penting bagi bisnis di era digital untuk menjangkau target audience, meningkatkan brand awareness, dan mendorong penjualan. Pemasaran digital (digital marketing) adalah pemasaran produk maupun jasa yang dilakukan dengan media digital, segala upaya untuk melakukan pemasaran suatu produk dan jasa melalui media internet. Pemasaran dalam internet marketing bukan hanya untuk meningkatkan penjualan, tapi juga termasuk promosi produk dan jasa baru, branding, dan membina hubungan dengan pelanggan untuk menjangkau sebanyak-banyaknya target customer secara efisien, personal dan relevan (Suprayogi et al. 2023).

Pemasaran digital sebagai salah satu hasil dari era digital, telah merevolusi cara pelaku bisnis berinteraksi dengan konsumen. Platform digital seperti media sosial, situs web, dan aplikasi mobile, telah menjadi alat yang ampuh untuk memantau dan memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen secara lebih efektif dan efisien. Dengan berbagai keunggulan yang dimilikinya, digital marketing menjadi pilihan yang tepat bagi bisnis yang ingin berkembang dan mencapai kesuksesan di era digital. Digital marketing membutuhkan data dan informasi yang akurat untuk menargetkan audience yang tepat dan mengukur efektivitas promosi. Data dan informasi ini dapat diperoleh dari Sistem Informasi Manajemen.

Laporan keuangan sederhana merupakan penyajian informasi keuangan yang disusun secara ringkas dan mudah dipahami, khususnya untuk pelaku usaha mikro dan kecil. Menurut Warren, Reeve, dan Duchac (2017), laporan ini mencakup komponen dasar seperti laporan laba rugi, neraca, dan arus kas yang memberikan gambaran umum mengenai kinerja dan posisi keuangan bisnis. Kieso, Weygandt, dan Warfield (2019) menambahkan bahwa laporan keuangan sederhana dirancang agar tidak kompleks sehingga memudahkan pemilik usaha dalam mengambil keputusan. Di Indonesia, Harahap (2009) menyatakan bahwa laporan keuangan sederhana disusun sesuai dengan kebutuhan dan kapasitas pencatatan usaha kecil, sedangkan Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 menjelaskan bahwa laporan keuangan sederhana minimal mencakup catatan pendapatan dan pengeluaran yang dilakukan secara berkala oleh UMKM. Laporan keuangan adalah ringkasan informasi keuangan yang disajikan secara sistematis dan terstruktur, yang mencerminkan hasil operasi, posisi keuangan, dan arus kas suatu entitas (perusahaan) dalam periode tertentu. Untuk mendapatkan laporan keuangan yang berkualitas dibutuhkan sumberdaya manusia yang professional. Sumber daya manusia yang ada di Masterprima belum professional maka dibutuhkan pelatihan dan pendampingan untuk pembuatan laporan keuangan

Laporan keuangan bagi UMKM memiliki peran penting dalam membantu pemilik usaha memantau kondisi keuangan secara nyata dan mengambil keputusan yang tepat untuk pengembangan bisnis. Menurut Kasmir (2016), laporan keuangan berfungsi sebagai alat untuk memantau arus kas dan mengevaluasi kinerja usaha. Sartono (2015) menambahkan bahwa laporan ini juga menjadi sarana pertanggungjawaban dan evaluasi efektivitas usaha kepada pihak internal maupun eksternal. Selain itu, Hery (2018) menyatakan bahwa laporan keuangan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan

lembaga keuangan sehingga mempermudah UMKM dalam memperoleh akses pembiayaan. Bank Indonesia (2020) menegaskan bahwa laporan keuangan sangat penting dalam perencanaan usaha dan pengelolaan risiko keuangan untuk mendukung keberlanjutan dan daya saing UMKM.

METODE

Pengabdian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik wawancara dan survei. Metode ini dipilih untuk mendapatkan data yang relevan dan komprehensif tentang permasalahan yang dihadapi UMKM Bimbingan Belajar Masterprima terkait pemasaran dan pencatatan laporan keuangan. Sebagai langkah awal, tim pengabdian kepada masyarakat melakukan survei dan wawancara kepada pimpinan dan karyawan bimbingan belajar masterprima Tujuannya adalah untuk menggali keseluruhan informasi mulai dari proses pemasaran, pendaftaran siswa, proses belajar mengajar hingga pembuatan laporan keuangan. Informasi ini sangat penting untuk memahami sistem dan proses bisnis yang diterapkan di bimbingan belajar Masterprima, sehingga tim dapat mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi secara tepat. Setelah mendapatkan data dari survei dan wawancara, tim pengabdian kepada masyarakat melakukan analisis data secara menyeluruh. Data tersebut dianalisis untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi Masterprima dalam aspek pemasaran dan penyimpanan informasi. Hasil analisis data ini menjadi dasar bagi tim dalam merumuskan strategi yang tepat untuk mengatasi permasalahan tersebut (Mulyadi 2011). Untuk memberikan wawasan dan membuka pemikiran karyawan Masterprima tentang pentingnya teknologi dalam menunjang bisnis, tim mengadakan sosialisasi dan workshop. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman karyawan tentang manfaat teknologi dan bagaimana teknologi dapat membantu meningkatkan kinerja perusahaan (Rohman and Pratama 2022). Berdasarkan hasil analisis data dan diskusi dengan pihak Masterprima, tim menentukan strategi yang diperlukan untuk mendukung program pengabdian masyarakat. Kebutuhan Tim memberikan pelatihan dan pendampingan kepada karyawan Pelatihan ini meliputi pembuatan akun media sosial serta teknik digital marketing. Pendampingan dilakukan secara berkala untuk memastikan bahwa karyawan Masterprima dapat menggunakan teknologi dengan efektif dan efisien. Tim juga melakukan pelatihan dan pendampingan pembuatan laporan keuangan. Untuk memantau kemajuan program dan mengukur efektivitasnya, tim melakukan evaluasi secara berkala. Evaluasi ini dilakukan dengan wawancara dan observasi terhadap karyawan asterprima. Hasil evaluasi digunakan untuk menilai apakah program pengabdian masyarakat telah mencapai tujuannya dan untuk mengidentifikasi hal-hal yang perlu diperbaiki di masa depan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan oleh TIM Unikama di Masterprima dilakukan pada tanggal 15 November 2024 berhasil dilakukan sesuai dengan rancangan yang sebelumnya. Tim Unikama melakukan pelatihan pembuatan laporan keuangan. Pelatihan pembuatan laporan ini meliputi pencatatan transaksi kas masuk dan kas keluar. Dari buku kas masuk dan kas keluar dibuatkan jurnal umum dan buku besar. Setelah itu baru dibuatkan laporan keuangan sederhana untuk perusahaan jasa sesuai kebutuhan manajemen. Setelah pelatihan mitra langsung Pratik untuk pembuatan laporan keuangan bimbingan belajar didampingi tim Unikama. Untuk pendampingan selanjutnya tim mitra mempresentasikan laporan yang telah dibuat di depan tim Unikama. Tujuan kegiatan ini untuk evaluasi dari kegiatan sebelumnya. Hasil dari kegiatan ini Tim Masterprima Sawojajar mampu membuat laporan keuangan sesuai kebutuhan manajemen.



Gambar 1. Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan

Untuk menyelesaikan masalah penjualan yang belum sesuai target, Tim Unikama memperkenalkan penjualan melalui digital marketing. Digital marketing yang diterapkan pada mitra cukup sederhana yakni dengan membuat akun sosial media, proses registrasi akun dan autentikasi yang bersifat privasi mengajarkan bahwa penggunaan teknologi tidak boleh diabaikan, terkadang teknologi dapat membahayakan apabila penggunaannya lalai dalam menjaga informasi pribadi dalam akun tersebut. Dengan adanya pelatihan dan pembuatan akun sosial media ini tentu tidak hanya berhenti disitu, mitra diajari bagaimana media sosial itu bekerja. Mitra dapat mengetahui seberapa banyak audience yang menjangkau informasi produk yang telah diposting.

Digital marketing adalah strategi pemasaran yang memanfaatkan platform online untuk menjangkau dan menarik pelanggan (Edison, Anwar, and Komariyah 2017). Dalam praktiknya, digital marketing menekankan tiga fokus utama yang saling terkait. Fokus pertama adalah mendatangkan traffic atau pengunjung ke website atau toko online. Hal ini dapat dicapai melalui berbagai strategi yakni memanfaatkan platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp Business untuk mempromosikan produk atau layanan kepada target audience dan adanya pelatihan ini, facebook menjadi salah satu platform yang banyak membawa pelanggan baru karena target pasar adalah anak muda yang membutuhkan produk dari bimbingan belajar seperti produk UTBK, kedinasan, TNI Polri. Omzet penjualan di Masterprima Sawojajar meningkat 50 %, yang awalnya Rp 50.000.000, 00 menjadi Rp75.000.000,00

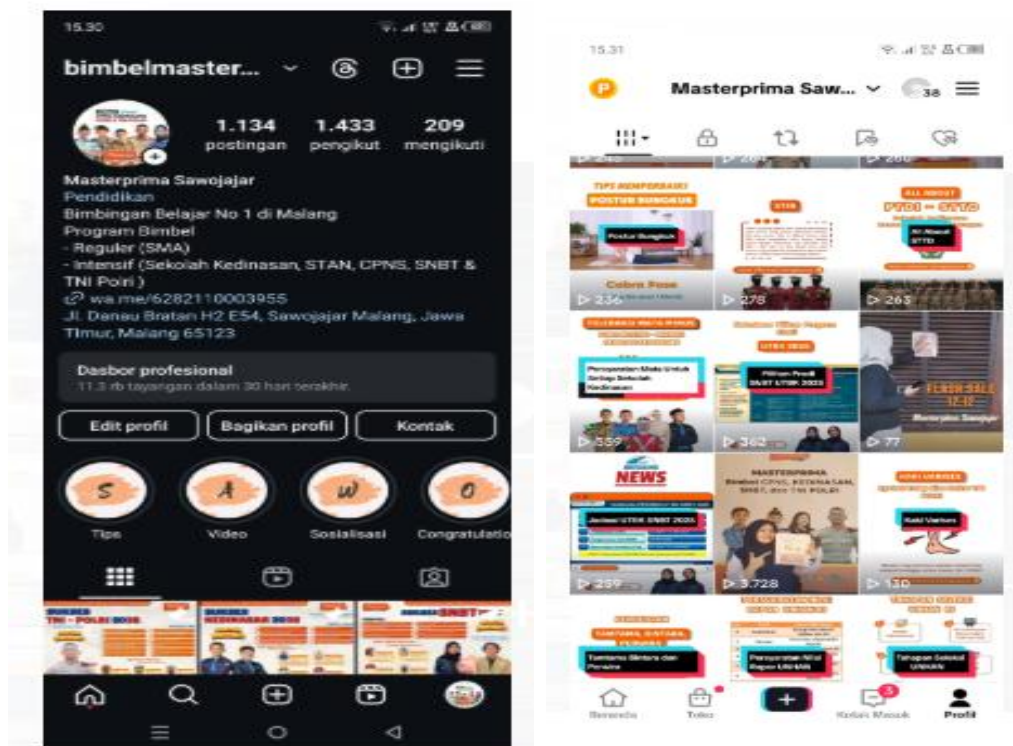


Gambar 2. Pelatihan Digital Marketing

Setelah diadakan pelatihan dan pendampingan pembuatan laporan keuangan sederhana untuk mitra, mitra mendapatkan manfaat berupa laporan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan mitra. Laporan keuangan tersebut digunakan mitra untuk membuat kebijakan untuk meningkatkan kompetensi sumberdaya manusia dan untuk membayar pajak. Sedangkan untuk pelatihan dan pendampingan digital marketing mitra dapat meningkatkan omzet penjualan dengan terbukti target bulanan tercapai dan dapat Kerjasama dengan pihak sekolah. Hal ini menunjukkan bahwa digital marketing yang diajarkan Tim Unikama berhasil dilakukan oleh mitra.



Gambar 3. Akun Facebook Mitra



Gambar 4. Akun Instagram Mitra

KESIMPULAN DAN SARAN

Tim Unikama berhasil membantu UMKM Masterprima dalam menghadapi masalah pembuatan laporan keuangan dan masalah penjualan yang tidak sesuai target. Mitra dapat meningkatkan penjualan secara signifikan dan meningkatkan kesejahteraan karyawannya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih terhadap pihak-pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan pengabdian ini dan pihak yang membantu dalam pendanaan kegiatan pengabdian.

DAFTAR RUJUKAN

- Afrianti, N., Zulfa, F., & Ramadani, F. (2024). Penyusunan Laporan Keuangan Dan Pemasaran Digital Pada UMKM PalimaFoods. *Jurnal Cakrawala Dedikasi* 7(1), 18–2.
- Carmidah, C., Riasari, A., & Nisa, T. (2021). Pelatihan Pemasaran Digital Dan Pelaporan Keuangan Sederhana Bagi UMKM di Masa Pandemi Covid 19. *Community: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 1(2), 01-04.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing (7th Ed.). *Pearson Education*.
- Dewi, K. N. K., & Mahyuni, L. P. (2022). Pelatihan digital marketing kepada UMKM di Banjar Pitik untuk daya saing usaha. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 716-724.
- Edison, E., Anwar, Y., & Komariyah, I. (2017). Manajemen Sumber Daya Manusia: Strategi dan perubahan dalam rangka meningkatkan kinerja pegawai dan organisasi.
- Grasindo., Hery. (2018). Analisis Laporan Keuangan: Integrated and Comprehensive Edition. *Jakarta: Grasindo*.
- Harahap, S. S. (2010). Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan, Edisi Revisi. *Jakarta: Raja Grafindo Pustaka Utama*.
- Indonesia, Bank Indonesia. 2020. "Panduan Pengelolaan Keuangan UMKM. Bank."
- Indonesia, P. (2021). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 07 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, 86507, 1-121.

- Kieso, D. E., Weygandt, J. J., Warfield, T. D., Wiecek, I. M., & McConomy, B. J. (2019). *Intermediate Accounting, Volume 2*. John Wiley & Sons.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education. (15th ed.).
- Lestari, I. P. (2024). Peningkatan Kualitas Sdm Melalui Pelatihan Laporan Keuangan, Pemasaran Digital, Dan Media Komunikasi Pemasaran Untuk Komunitas Umkm Mandiri Pancoran Mas, Kota Depok. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Darma Saskara*, 4(1), 32-46.
- Mulyadi, M. (2011). Penelitian kuantitatif dan kualitatif serta pemikiran dasar menggabungkannya. *Jurnal studi komunikasi dan media*, 15(1), 128-137.
- Pers, Kasmir. (2016). Analisis Laporan Keuangan. *Rajawali Pers*.
- Rasmuin, R., Sardiana, S., Lestari, D., Maneba, S., & Syafitri, N. (2023). Sosialisasi Aplikasi Administrasi Pembelajaran Berbasis Excel untuk Implementasi MBKM di Tingkat SMA (meningkatkan kinerja proses pembelajaran). *Kamba Mpu: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7-11.
- Rohman, A., & Pratama, F. I. (2022). Sistem Informasi Manajemen Keuangan pada Herosoftmedia Berbasis Web. *Jurnal Informatika dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 4(1), 72.
- Ryan, D. (2016). Understanding digital marketing: marketing strategies for engaging the digital generation. *Kogan Page Publishers*.
- Sartono, A. (2010). Manajemen Keuangan teori dan Aplikasi edisi 4. *Yogyakarta: Bpfe*, 1-526.
- Suprayogi, B., Lesmana, B., Novita, D., & Sumarni, T. (2023). Implementasi OOP dalam Digital Marketing Rumah Kaktus Bandung. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 122-127.
- Warren, C. S., Reeve, J. M., & Duchac, J. (2017). *Accounting (26th Ed.)*. Cengage Learning