

Analisis Peran Admin Penjualan dalam Sistem Akuntansi Penjualan pada PT Baja Ang Putrasukses

Tiara Charli
Universitas Buddhi Dharma
Email : tiaracharlie10@gmail.com

ABSTRAK

Praktik kerja magang dilaksanakan di PT Baja Ang Putrasukses pada bagian penjualan selama 2 (dua) bulan terhitung sejak tanggal 01 April 2025 s/d 31 Mei 2025 dengan 6 (enam) hari kerja dari pukul 08.00 - 17.00 WIB. PT Baja Ang Putrasukses beralamat di Komplek Citra Raya, Jl. Kebon Raya Blok R.01 No. 27, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten. Dalam menjalankan aktivitas operasional, PT Baja Ang Putrasukses menerapkan sistem akuntansi penjualan yang terstruktur dan terkomputerisasi menggunakan program *Accurate*. Admin penjualan bertanggung jawab atas proses transaksi mulai dari penerimaan pesanan, pembuatan *sales order*, pembuatan surat jalan, hingga faktur penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa ketelitian dan koordinasi admin penjualan dengan divisi terkait sangat berpengaruh terhadap kelancaran proses dan keakuratan pencatatan transaksi. Kendala yang ditemukan penulis selama menjalankan magang adalah ketidaklengkapan data pesanan dan keterlambatan persetujuan dari atasan, yang dapat diatasi dengan melakukan penerapan prosedur kerja yang lebih baik dan terintegrasi.

Kata Kunci: Admin Penjualan, Sistem Akuntansi Penjualan, Transaksi Penjualan, *Accurate*, Prosedur Kerja.

PENDAHULUAN

Dalam konteks globalisasi dan meningkatnya persaingan di dunia bisnis, perusahaan dituntut untuk memiliki pengelolaan yang efektif dan efisien (Sasongko & M, 2024). Akuntansi merupakan serangkaian metode dan langkah-langkah untuk mengumpulkan, mengatur, merangkum, serta menyajikan informasi mengenai operasi dan keuangan suatu perusahaan.

Proses akuntansi digunakan untuk mengolah berbagai transaksi perusahaan menjadi laporan informasi keuangan yang bermanfaat bagi manajemen perusahaan dan pihak luar dalam mengawasi serta mengontrol transaksi yang berlangsung di dalam perusahaan (Faisal & Astuti, 2022). Perusahaan didirikan dengan misi untuk meraih keuntungan maksimum dan mempertahankan keuntungan tersebut secara optimal demi memastikan pertumbuhan yang berkesinambungan. Menurut (Lusiawati & Melatnebar, 2025) perusahaan yang mampu mendapatkan laba tinggi perlu mempertimbangkan kewajiban pajak sesuai dengan keuntungan yang diperoleh, karena tingkat profitabilitas yang tinggi memperlihatkan potensi *profit* yang besar. Untuk itu, perusahaan perlu mengidentifikasi peluang, persaingan dan selera konsumen. Menurut (Kotler & Keller, 2022) identifikasi peluang sangat penting bagi perusahaan karena memungkinkan perusahaan untuk

mengantisipasi perubahan pasar, mengembangkan strategi yang adaptif, dan menciptakan keunggulan yang kompetitif. Dengan mengenali peluang lebih awal, perusahaan dapat merancang produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dan tren pasar sehingga meningkatkan potensi pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis. Selain itu, analisis terhadap pesaing memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing, lalu menyesuaikan strategi untuk menarik lebih banyak konsumen dan mempertahankan pangsa pasar. Memahami perilaku dan selera konsumen sangat penting karena perusahaan dapat menciptakan produk atau jasa yang sesuai, sehingga lebih mudah diterima di pasar. Produk yang sesuai dengan selera konsumen cenderung membuat pelanggan merasa puas yang dapat menciptakan loyalitas guna menjaga keberlangsungan penjualan.

Selain itu, pemanfaatan teknologi informasi dalam kegiatan penjualan dan akuntansi menjadi penting. Menurut (Melatnebar et al., 2021) pemasaran digital memiliki kontribusi yang signifikan bagi pertumbuhan UMKM kala ini karena selain mudah dijangkau konsumen, para pedagang pun dapat menekan anggaran promosi. Dalam konteks ini, peran admin penjualan juga menjadi bagian integral dalam mendukung sistem digitalisasi penjualan dan

pelaporan keuangan yang efisien.

Menurut (Siregar, 2022) perusahaan terbagi menjadi 3 jenis, yaitu perusahaan jasa, perusahaan dagang, dan perusahaan manufaktur. Perusahaan jasa adalah perusahaan yang kegiatannya memberikan berbagai pelayanan, seperti suatu kemudahan, keamanan, dan lainnya kepada masyarakat yang memerlukannya. Perusahaan dagang adalah entitas yang fokus utamanya pada pembelian barang yang kemudian dijual kembali kepada konsumen tanpa mengubah bentuk atau rasa. Dengan kata lain, aktivitas bisnis perusahaan dagang tidak melibatkan proses produksi. Disisi lain, perusahaan manufaktur adalah jenis perusahaan yang fokus utamanya adalah mengolah bahan baku menjadi produk setengah jadi atau produk jadi, yang kemudian didistribusikan melalui saluran distributor. Tentu saja sistem akuntansi akan berbeda antara perusahaan dagang, perusahaan jasa, dan perusahaan manufaktur.

Persaingan bisnis semakin meningkat dan setiap perusahaan dituntut untuk mampu beradaptasi dalam mempertahankan kemajuan bisnisnya (Silaswara et al., 2024). Salah satu unsur terpenting dalam suatu pendapatan perusahaan merupakan penjualan. Penjualan merupakan suatu fungsi dari pemasaran yang menentukan dalam mencapai tujuan perusahaan.

Menurut (Kotler & Keller, 2022) penjualan adalah proses dimana perusahaan

berusaha memengaruhi pelanggan agar membeli produk atau jasa melalui komunikasi nilai, hubungan, dan pemenuhan kebutuhan konsumen.

Menurut (Lamb et al., 2021) penjualan merupakan proses pertukaran dimana pihak penjual memberikan barang atau jasa dan memperoleh kompensasi, yang menjadi inti dari kegiatan pemasaran.

Setiap bisnis memiliki siklus penjualan yang bervariasi, namun jelas bahwa setiap perusahaan memiliki sasaran yang unik terkait sistem yang ada. Sistem akan berfungsi secara optimal jika operasional penjualan yang diterapkan menjadi panduan bagi para pengguna. Oleh karena itu, penerapan standar penjualan sangatlah vital. Dengan adanya standar operasional penjualan yang baik membantu menciptakan konsistensi dalam aktivitas tim penjualan, memperjelas tanggung jawab dan wewenang, serta mengurangi kesalahan dalam proses kerja. Dengan adanya sistem yang terstruktur, setiap anggota tim dapat memahami prosedur secara sistematis dan menyeluruh (Ingram et al., 2024).

Menurut (Swastha, 2017) ada beberapa bentuk penjualan meliputi:

a. Penjualan Tunai

Transaksi yang bersifat *cash and carry*, di mana setelah terjadi kesepakatan harga antara penjual dan pembeli, pembeli memberikan pembayaran secara langsung dan barang dapat segera

dimiliki oleh pembeli.

b. Penjualan Kredit

Transaksi yang tidak dilakukan secara tunai, dengan jadwal pembayaran yang ditentukan, biasanya lebih dari satu bulan.

c. Penjualan Tender

Transaksi yang dilakukan melalui mekanisme tender untuk memenuhi kebutuhan pembeli yang mengadakan tender.

d. Penjualan Ekspor

Transaksi yang melibatkan pembeli dari luar negeri yang mengimpor barang, biasanya dengan menggunakan *letter of credit*.

e. Penjualan Konsinyasi

Transaksi barang yang dititipkan kepada pembeli yang juga bertindak sebagai penjual. Jika barang tidak terjual, maka akan dikembalikan kepada penjual.

f. Penjualan Grosir

Transaksi yang tidak dilakukan langsung kepada pembeli, tetapi melalui pedagang perantara yang menghubungkan pabrik atau importir dengan pedagang eceran.

Dalam menjalankan aktivitas penjualan, sangat penting untuk memiliki tata cara yang efektif. Tata cara penjualan yang efisien mencakup penerimaan order dari pelanggan, pengiriman produk, pembuatan *invoice*, dan pencatatan transaksi penjualan (Romney & Steinbart, 2018). Penerimaan pesanan dari

pembeli harus divalidasi terlebih dahulu agar perusahaan hanya memproses pesanan yang dapat dipenuhi dan untuk meminimalkan risiko piutang tak tertagih. Kemudian, pengiriman barang dilakukan setelah pesanan disetujui dan barang tersedia. Pengendalian yang baik dalam pengiriman membantu menghindari kehilangan barang dan memastikan barang yang dikirim sesuai dengan pesanan pelanggan. Pengendalian yang baik juga mencakup monitoring (*on-time delivery*), tingkat kerusakan barang selama pengangkutan, dan efisiensi biaya logistik. Hal ini membantu perusahaan dalam menilai efektivitas armada transportasi serta menentukan perbaikan yang diperlukan. Pembuatan faktur penjualan juga penting untuk menghindari kesalahan dalam melakukan penagihan dan untuk mempercepat proses penerimaan kas. Setiap transaksi penjualan harus dicatat dalam sistem informasi akuntansi untuk memastikan bahwa data keuangan perusahaan akurat. Hal ini mendukung pembuatan laporan keuangan, pemantauan kinerja penjualan, dan kepatuhan terhadap *audit* dan perpajakan. Salah satu aspek krusial dalam pengelolaan perusahaan adalah sistem akuntansi penjualan.

Menurut (Kasmir, 2020) sistem akuntansi penjualan merupakan prosedur yang mengatur pencatatan transaksi penjualan barang atau jasa secara sistematis, mulai dari penerimaan pesanan, pengiriman barang,

penagihan, hingga pencatatan keuangan.

Menurut (Baridwan, 2021) sistem akuntansi penjualan adalah jaringan prosedur yang dipakai untuk mengotorisasi, mencatat, dan melaporkan transaksi penjualan secara terkoordinasi guna menghasilkan informasi keuangan yang andal.

Dari beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa sistem akuntansi penjualan adalah serangkaian prosedur atau kegiatan yang mencakup pencatatan, pengolahan, dan pelaporan informasi yang berkaitan dengan transaksi penjualan barang atau jasa dengan tujuan untuk menghasilkan informasi yang akurat dan relevan bagi manajemen dalam pengambilan keputusan, pengendalian operasional, dan evaluasi kinerja penjualan.

Sistem akuntansi penjualan merupakan sistem yang berguna sebagai alat kontrol terhadap pelaksanaan suatu transaksi perusahaan, atau bisa juga berguna untuk mengetahui kemajuan yang diraih oleh perusahaan dalam jangka waktu yang telah ditetapkan sebelumnya (Arifin, 2018).

Pengelolaan finansial suatu perusahaan dapat berlangsung dengan efektif karena adanya sistem pencatatan penjualan. Sistem ini dapat membantu perusahaan dalam mendapatkan informasi terkait aktivitas keuangan selama periode tertentu.

Menurut (Mulyadi, 2019) sistem akuntansi penjualan memiliki fungsi yang diantaranya yaitu:

- a. Fungsi Penjualan
Bertugas untuk menerima pesanan dari pelanggan, melakukan penyesuaian terhadap pesanan untuk menambah informasi yang belum dicantumkan dalam dokumen tersebut (Seperti jadwal pembayaran dan alamat pengiriman), serta menetapkan tanggal pengiriman.
- b. Fungsi Kredit
Bertugas untuk menyimpan dan menyiapkan barang yang telah dipesan oleh klien, sekaligus menyerahkan barang tersebut kepada bagian pengiriman.
- c. Fungsi Gudang
Bertanggung jawab untuk menyimpan dan menyiapkan barang yang sudah dipesan oleh pelanggan, serta menyerahkan barang sampai ke fungsi pengiriman.
- d. Fungsi Pengiriman
Bertugas untuk mendistribusikan barang berdasarkan dokumen pengiriman yang diterima dari bagian penjualan dan memastikan bahwa barang yang keluar dari perusahaan telah mendapatkan persetujuan dari pihak yang berwenang.
- e. Fungsi Penagihan
Bertanggung jawab untuk menyusun dan mengirimkan faktur penjualan kepada konsumen, serta menyediakan salinan faktur yang digunakan sebagai bahan arsip perusahaan.
- f. Fungsi Akuntansi

Bertugas untuk mencatat piutang yang muncul akibat transaksi penjualan kredit dan menyusun serta mengirimkan laporan piutang kepada debitur serta membuat laporan penjualan.

Perusahaan yang bergerak dibidang penjualan harus memiliki sistem yang efektif dan efisien untuk mengelola transaksi penjualan. Pengelolaan transaksi penjualan merupakan proses yang terjadi dalam perusahaan yang dimana meliputi penerimaan order barang, pengiriman barang, pembayaran, pengelolaan data penjualan, dan pengelolaan data pelanggan. Menurut (Ardhana et al., 2024) sistem informasi perusahaan yang terintegrasi memungkinkan setiap bagian dalam organisasi saling berbagi informasi secara *real-time*, sehingga proses bisnis menjadi lebih efisien dan terkoordinasi. Proses yang terstruktur dan terotomatisasi dapat mengurangi kesalahan, mempercepat waktu transaksi, dan meningkatkan kepuasan terhadap pelanggan.

Di tengah kompleksitas sistem akuntansi penjualan, peran admin penjualan menjadi sangat vital. Admin penjualan bertanggung jawab untuk memastikan kelancaran proses penjualan, mulai dari penerimaan pesanan, penerbitan faktur sampai dengan pembuatan laporan penjualan, serta memastikan bahwa semua transaksi tercatat dengan benar dalam sistem akuntansi. Ketelitian dan kecepatan serta ketepatan kerja admin penjualan sangat

mempengaruhi akurasi data keuangan dan efektivitas operasional perusahaan. Dalam pembuatan laporan penjualan, seorang admin penjualan harus memiliki kematangan dalam pembuatan laporan, agar data yang dilaporkan benar sesuai fakta di lapangan dan setiap data yang dilaporkan dapat dipercaya dan dapat dipertanggungjawabkan (Junaedi & Wijaya, 2020). Oleh karena itu, peran admin penjualan sangat diperlukan dalam menjaga akuntabilitas dan transparansi dalam laporan penjualan.

Peran admin penjualan ini sejalan dengan pentingnya transformasi digital dalam akuntansi. Menurut (Judijanto & Melatnebar, 2025) *digital accounting transformation significantly enhances sustainable business model innovation by providing real-time data access and enabling informed decision-making*. Artinya transformasi akuntansi digital secara signifikan meningkatkan inovasi model bisnis berkelanjutan dengan menyediakan akses data *real-time* dan memungkinkan pengambilan keputusan yang tepat, yang menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital mendukung efisiensi kerja dan akurasi pencatatan data oleh admin penjualan.

Namun, seringkali peran admin penjualan dalam sistem akuntansi penjualan kurang mendapat perhatian. Banyak perusahaan yang belum menyadari betapa pentingnya peran ini dalam menjaga integritas data keuangan dan mendukung

proses pengambilan keputusan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam peran admin penjualan dalam sistem akuntansi penjualan, serta mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi dalam menjalankan peran tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa peranan admin penjualan sangatlah penting dalam membantu transaksi penjualan yang terjadi didalam perusahaan. Oleh karena itu, penulis tertarik menulis Tugas Akhir dengan judul “**Analisis Peran Admin Penjualan dalam Sistem Akuntansi Penjualan pada PT Baja Ang Putrasukses**”.

PELAKSANAAN

Tugas yang Dilakukan

Selama magang, tugas sehari-hari yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut :

1. Menerima pesanan dari tim *marketing* melalui *WhatsApp* yang sudah berisi nama *customer*, barang yang dipesan, kuantitas, harga, dan tanggal pengiriman barang sesuai permintaan *customer*, serta memastikan kelengkapan dokumen pendukung seperti *purchase order*.
2. Mengoordinasikan ketersediaan barang kepada admin gudang.
3. Memberikan informasi kepada *marketing* jika barang yang dipesan oleh *customer* kurang dari permintaan atau kosong.
4. Melakukan pengecekan terhadap batas kredit yang diberikan kepada *customer* untuk memastikan bahwa pesanan yang masuk tidak melebihi limit kredit yang sudah ditetapkan.
5. Melakukan pengecekan riwayat pembayaran *customer* guna memastikan tidak ada tunggakan atau keterlambatan dari pembayaran sebelumnya sebelum pesanan diproses lebih lanjut.
6. Mengirim informasi pesanan dari *marketing* kedalam *group* internal lengkap dengan hasil pengecekan limit dan riwayat pembayaran *customer* untuk meminta persetujuan dari pihak yang berwenang agar pesanan dapat diproses.
7. Menginput pesanan ke dalam program *Accurate* dalam bentuk *sales order*.
8. Membuat surat jalan yang kemudian akan diberikan ke bagian gudang untuk proses pengiriman.
9. Menerima laporan keluar masuk barang dari gudang beserta surat jalan yang sudah ditanda tangani oleh penerima barang, Surat Perintah Keluar Barang (SPKB), memo pengambilan barang (jika *customer* mengambil pesanannya sendiri ke gudang), serta form timbangan.
10. Membuat dan menyusun faktur penjualan agar rapi dan teratur.
11. Mengirimkan faktur penjualan yang sudah dirapikan ke bagian *accounting* untuk dicek kembali. Lalu setelah dari bagian *accounting*, faktur penjualan tersebut akan diberikan kepada admin

finance untuk dikirim ke *customer* sebagai bentuk tagihan.

Uraian Pekerjaan Kerja Magang

1. Mempelajari cara menerima pesanan dari tim *marketing* melalui *WhatsApp* yang sudah berisi nama *customer*, barang yang dipesan, kuantitas, harga, dan tanggal pengiriman barang sesuai permintaan *customer*, serta memastikan kelengkapan dokumen pendukung seperti *purchase order*.
2. Mempelajari cara memberikan informasi yang benar kepada *marketing* jika barang yang dipesan oleh *customer* kurang dari permintaan atau kosong.
3. Mempelajari cara pengecekan terhadap batas kredit yang diberikan kepada *customer* untuk memastikan bahwa pesanan yang masuk tidak melebihi limit kredit yang sudah ditetapkan.
4. Mempelajari cara pengecekan riwayat pembayaran *customer* guna memastikan tidak ada tunggakan atau keterlambatan dari pembayaran sebelumnya sebelum pesanan diproses lebih lanjut.
5. Menginput pesanan ke dalam program *Accurate* dalam bentuk *sales order*.
6. Membuat surat jalan yang kemudian akan diberikan ke bagian gudang untuk proses pengiriman.
7. Mempelajari cara membuat faktur penjualan.
8. Mempelajari cara menyusun faktur penjualan serta lampiran pendukungnya

agar rapi dan teratur.

Proses Pelaksanaan

- Tahap Persiapan

Sebelum memulai kegiatan Kerja Magang, penulis mengirimkan surat permohonan untuk pelaksanaan Kerja Magang melalui Sistem Informasi Akademik yang ditujukan kepada PT Baja Ang Putrasukses. Setelah surat permohonan selesai, surat tersebut diserahkan secara langsung kepada *Manager Marketing* PT Baja Ang Putrasukses untuk mendapatkan persetujuan

- Tahap Pelaksanaan

Kegiatan Kerja Magang resmi dimulai pada tanggal 01 April 2025 hingga 31 Mei 2025. Kegiatan ini berlangsung setiap hari Senin hingga Sabtu pukul 08.00 - 17.00 WIB.

- Tahap Pelaporan

Penulis menyusun laporan Kerja Magang dengan tujuan memenuhi salah satu persyaratan untuk kelulusan Program Studi D3 Akuntansi Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma. Penulis mempersiapkan laporan Kerja Magang yang berlangsung dari 01 April 2025 hingga 31 Mei 2025.

HASIL

Kendala yang Ditemukan

Selama pelaksanaan kegiatan magang pada PT Baja Ang Putrasukses, penulis menghadapi beberapa kendala dalam pelaksanaan tugas sebagai admin penjualan, yaitu:

1. Penerimaan pesanan dari tim *marketing* yang belum disertai dengan informasi lengkap, seperti tanggal pengiriman, selisih harga, atau dokumen pendukung seperti *purchase order* yang dapat menyebabkan keterlambatan dalam proses input pesanan.
2. Seringkali terjadi ketidaksesuaian antara pesanan *customer* dengan stok barang di gudang.
3. Adanya gangguan jaringan atau *error* pada server *Accurate*, yang berdampak pada tertundanya proses input transaksi ke dalam sistem.
4. Adanya keterlambatan persetujuan dalam proses verifikasi pesanan dari *Manager Marketing* yang menyebabkan proses input pesanan dan pembuatan surat jalan ikut tertunda.

Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Solusi yang dapat dilakukan terkait beberapa kendala yang ditemukan selama pelaksanaan kerja magang berlangsung, yaitu:

1. Perusahaan menerapkan kebijakan internal agar setiap pesanan yang disampaikan harus disertai dengan data dan dokumen lengkap. Selain ini, admin

penjualan diwajibkan melakukan verifikasi atau konfirmasi ulang kepada tim *marketing* apabila terjadi informasi yang belum jelas atau tidak lengkap.

2. Sebelum tim *marketing* menyampaikan pesanan *customer* kepada admin penjualan, tim *marketing* harus berkoordinasi dengan admin gudang atau *staff purchasing* terkait ketersediaan barang agar pesanan yang diterima admin penjualan nantinya bisa langsung di proses.
3. Gangguan jaringan atau *error* pada server dapat diatasi dengan melakukan pelaporan kepada tim IT internal agar dapat dilakukan penanganan teknis.
4. Keterlambatan persetujuan dapat diatasi dengan adanya notifikasi atau *reminder* secara manual dari admin penjualan agar persetujuan dapat dilakukan tepat waktu.

KESIMPULAN

Mengacu pada analisis evaluasi penulis mengenai pelaksanaan magang selama dua bulan di PT Baja Ang Putrasukses, penulis mendapatkan berbagai keuntungan yang bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan pengalaman dan pengetahuan. Oleh karena itu, beberapa kesimpulan yang bisa disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Peranan admin penjualan sangat penting dalam mendukung kelancaran proses penjualan, baik penjualan tunai maupun kredit. Admin penjualan bertindak

sebagai penghubung utama antara tim *marketing*, *staff* gudang, dan *staff finance*.

2. PT Baja Ang Putrasukses telah menerapkan sistem akuntansi penjualan yang terstruktur dan terkomputerisasi dengan menggunakan program *Accurate*, yang membantu memastikan setiap transaksi tercatat dengan rapi, akurat, dan relevan untuk keperluan pelaporan keuangan serta dapat dipertanggungjawabkan.
3. Setiap bagian dalam struktur organisasi di PT Baja Ang Putrasukses telah menjalankan fungsi sesuai dengan tanggung jawab masing-masing, sehingga mendukung efektivitas sistem akuntansi penjualan yang terjadi.

REFERENSI

- Ardhana, V. Y. P., Andaria, A. C., Iskandar, D., Wuarmanuk, B. M., Judijanto, L., Andriyani, W., Sarasmitha, C., Kusumawati, D., Hernando, H., Tarigan, R. E., Barasa, L., Suditmika, I. P. G. A., Sudarnice, Simanjuntak, M., & Waseso Bayu. (2024). *Sistem Informasi Perusahaan: Integrasi dan Otomasi Proses Bisnis* (A. Modjo & S. Waoma, Eds.; 1st ed.). Media Literasi Sains.
- Arifin. (2018). Sistem Akuntansi Penjualan pada PT. Sunindo Varia Motor Gemilang Medan. *Jurnal Ilmiah Skylandsea*, 2, 109.
- Baridwan, Z. (2021). *Sistem Akuntansi* (T. BPFE, Ed.; 8th ed.). BPFE-Yogyakarta.
- Faisal, A., & Astuti, A. R. T. (2022). *Akuntansi Manajemen (Teori dan Aplikasi)* (A. Faisal & A. R. T. Astuti, Eds.; Kedua). IAIN Parepare Nusantara Press.
- Ingram, T. N., LaForge, R. W., Avila, R. A., Jr, C. H. S., & Williams, M. R. (2024). *Sales Management: Analysis and Decision Making* (11th ed.). Routledge.
- Judijanto, L., & Melatnebar, B. M. (2025). *Digital Accounting Transformation as a Driver of Sustainable Business Model Innovation through Digital Ecosystems in Start-ups in Indonesia*. 3(1), 41–49.
- Junaedi, E., & Wijaya, L. (2020). Peran Staff Administrasi Dalam Menangani Laporan Penjualan Pada PT Sinar Perdana Adimulia Jakarta Barat. *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, 7(1), 74–84.
<https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/Sekretaris/article/view/5525>
- Kasmir. (2020). *Pengantar Akuntansi* (Revisi). RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management, 16th Global Edition* (S. Yagan, Ed.; 16 (Global Editin)). Pearson Education Limited.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2021). *MKTG 14: Principles of Marketing* (M. S. Team, Ed.; 14th ed.). Cengage Learning.
- Lusiawati, & Melatnebar, B. M. (2025). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Return On Assets Dan Capital Intensity Terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Food & Beverages Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020 – 2023). *Global Accounting : Jurnal Akuntansi*, 4, 5.
<https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ga>
- Melatnebar, B., Kurniawan, K., Jenni, & Suhendri. (2021). PELATIHAN PENGGUNAAN MARKETPLACE ONLINE KEPADA PEMUDA PEMUDI DI KELURAHAN KOTABUMI SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN PENJUALAN DI MASA PANDEMI. *URGENSI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*, 1(2).
- Mulyadi. (2019). *Sistem Akuntansi* (5th ed.). Salemba Empat.
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2018).

- Accounting Information Systems* (13th ed.). Pearson Education Limited.
- Sasongko, L. B., & M, S. A. (2024). Sistem Manajemen Operasional PT Empat Bintang Luhur Berjaya. *Jim.Stebisigm.Ac.Id*, 4.
- Silaswara, D., Silaban, B., Melatnebar, B., Simbolon, S., Aprilyanti, R., Hapsari, G. K., & Wibowo, Fx. P. (2024). Pengenalan Wirausaha Kepada Remaja (Gen Z) pada Sekolah Dian Bangsa. *Abdi Dharma*, 4(1).
- Siregar, S. A. (2022). *Pengantar Akuntansi Dasar (Perusahaan Jasa, Dagang, dan Manufaktur) (Pertama)*. UMSU Press.
- Swastha, B. (2017). *Manajemen Penjualan* (3rd ed.). BPFE-Yogyakarta.