

Wiwik Tiswiyanti

TATA CARA PENAGIHAN PIUTANG PELANGGAN INDIHOME MELALUI MEDIA KOMUNIKASI PADA TELKOMSEL BRANCH J...

 Quick Submit

 Quick Submit

 Universitas 17 Agustus 1945 Semarang

Document Details

Submission ID

trn:oid::1:3589421089

Submission Date

Jun 8, 2026, 11:39 AM GMT+7

Download Date

Jun 8, 2026, 11:44 AM GMT+7

File Name

ARTIKEL_SELVIANA.docx

File Size

1.4 MB

21 Pages

4,866 Words

33,977 Characters




20% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography

Top Sources

- 20%  Internet sources
- 0%  Publications
- 0%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Top Sources

- 20% Internet sources
- 0% Publications
- 0% Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Internet	kledo.com	6%
2	Internet	journal.arikesi.or.id	2%
3	Internet	jurnal.peneliti.net	1%
4	Internet	kabarria.wordpress.com	1%
5	Internet	openjournal.unpam.ac.id	1%
6	Internet	jurnal.alimspublishing.co.id	<1%
7	Internet	repository.umi.ac.id	<1%
8	Internet	eprints.polsri.ac.id	<1%
9	Internet	jurnal.faperta.universitasmuarabungo.ac.id	<1%
10	Internet	eprints.universitassuryadarma.ac.id	<1%
11	Internet	docplayer.info	<1%

12	Internet	digilib.iain-palangkaraya.ac.id	<1%
13	Internet	repository.stei.ac.id	<1%
14	Internet	www.researchgate.net	<1%
15	Internet	www.scribd.com	<1%
16	Internet	konsultasiskripsi.com	<1%
17	Internet	repository.unej.ac.id	<1%
18	Internet	journal.unismuh.ac.id	<1%
19	Internet	fadillairbar.wixsite.com	<1%
20	Internet	opac.lib.untirta.ac.id	<1%
21	Internet	bbppbinuang.bppsdp.pertanian.go.id	<1%
22	Internet	eprints.ums.ac.id	<1%
23	Internet	moam.info	<1%
24	Internet	journal.politeknik-pratama.ac.id	<1%
25	Internet	kolomakyat.com	<1%

26	Internet	repository.uin-suska.ac.id	<1%
27	Internet	repository.widyatama.ac.id	<1%
28	Internet	ecampus.utmj.ac.id	<1%
29	Internet	ejournal.unp.ac.id	<1%
30	Internet	eprintslib.ummgl.ac.id	<1%
31	Internet	invoicer.ai	<1%
32	Internet	repository.stiesia.ac.id	<1%
33	Internet	ptnewmontnusatenggara.blogspot.com	<1%



TATA CARA PENAGIHAN PIUTANG PELANGGAN INDIHOME MELALUI MEDIA KOMUNIKASI PADA TELKOMSEL BRANCH JAMBI

Wiwik Tiswiyanti¹, Selviana Ramadhani²,

Kepelatihan Olahraga, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jambi, Jl. Raya Jambi Muara Bulian KM 15, Desa Mendalo Darat, Kec. Jambi Luar Kota, Kab. Muaro Jambi

*Penulis Korespondensi: wiek-muis@unja.ac.id¹, rselviana984@gmail.com²,

Abstract. *Uncollectible Indihome customer accounts receivable is a significant issue that directly impacts the company's cash flow and financial stability. This Final Project Report aims to outline the collection procedures for Indihome customer receivables at Telkomsel Branch Jambi, identify the communication media utilized at each collection stage, and determine the obstacles encountered. The research method employed in this report is descriptive qualitative, utilizing observation, interviews, documentation, and literature study within the BCR (Billing Collection Retention) division of Indihome Telkomsel Branch Jambi. The findings indicate that the collection process is conducted in stages, starting with compiling data on customers in arrears, dispatching billing information, issuing post-due date reminders, executing collections via communication media, delivering warning letters, conducting collections through the CTB (Caring Territory Base) team, and finally, imposing temporary service isolation. The communication media utilized include telephone, WhatsApp, and email, with telephone and WhatsApp proving to be the most effective channels. The primary constraints encountered include inactive customer numbers, unresponsive customers, and delayed payments due to economic difficulties. Regular updates to customer data and an increased intensity of follow-ups are necessary to minimize the risk of bad debts.*

Keywords: *Indihome, Communication Media, Accounts Receivable Collection, Accounts Receivable, Telkomsel*

Abstrak. Piutang pelanggan Indihome yang tidak tertagih merupakan salah satu permasalahan yang berdampak langsung terhadap arus kas dan stabilitas keuangan perusahaan. Laporan Tugas Akhir ini bertujuan untuk menjelaskan tata cara penagihan piutang pelanggan Indihome di Telkomsel Branch Jambi, mengidentifikasi media komunikasi yang digunakan pada setiap tahapan penagihan, serta mengetahui kendala yang dihadapi. Metode penulisan yang digunakan pada laporan ini adalah deskriptif kualitatif melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan pada divisi BCR (Billing Collection Retention) Indihome Telkomsel Branch Jambi. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa penagihan dilakukan secara bertahap mulai dari pendataan pelanggan menunggak, pengiriman informasi tagihan, pengingat setelah jatuh tempo, penagihan via media komunikasi, pemberian surat peringatan, penagihan oleh tim CTB (Caring Territory Base), hingga isolir sementara layanan. Media komunikasi yang digunakan meliputi telepon, WhatsApp, dan email, dengan telepon dan WhatsApp sebagai media yang paling efektif. Kendala utama yang ditemui yaitu nomor pelanggan tidak aktif, pelanggan tidak merespon, serta penundaan pembayaran akibat kendala ekonomi. Pembaruan data pelanggan secara berkala dan peningkatan intensitas follow-up diperlukan untuk meminimalkan risiko piutang tak tertagih.

Kata Kunci: Indihome, Media Komunikasi, Penagihan Piutang, Piutang, Telkomsel

Naskah Masuk: 12 November 2025; Revisi: 12 Desember 2025; Diterima: 12 Januari 2026; ; Terbit: 12 Februari 2026.

2

STRATEGI PEMASARAN YANG DILAKUKAN DI PLAZA TUNJUNGAN III SURABAYA DALAM MEMASARKAN SEMUA PRODUKNYA

1. LATAR BELAKANG

Dalam era transformasi digital, perkembangan industri telekomunikasi di era digital saat ini telah menempatkan konektivitas internet sebagai kebutuhan mendasar bagi seluruh lapisan masyarakat, baik untuk menunjang aktivitas ekonomi, pendidikan, maupun sosial. Perusahaan-perusahaan telekomunikasi di seluruh dunia berlomba-lomba menghadirkan layanan berbasis digital guna memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin bergantung pada konektivitas internet. Di Indonesia, industri telekomunikasi mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap akses internet berkecepatan tinggi. Salah satu produk unggulan dalam industri ini adalah layanan internet tetap (*fixed board*), seperti yang ditawarkan oleh Indihome.

Indihome merupakan produk layanan *triple play* dari Telkom Group yang menyediakan layanan internet, televisi interaktif dan telepon rumah. Layanan ini menjadi tulang punggung bagi banyak rumah tangga dan institusi dalam menjalankan aktifitas sehari-hari. Sejak terjadinya pandemi COVID-19 yang mendorong terjadinya perubahan perilaku konsumen dalam mengakses layanan digital. Namun, seiring meningkatnya jumlah pelanggan, permasalahan yang berkaitan dengan pembayaran dan piutang juga ikut berkembang. Piutang pelanggan Indihome seringkali menumpuk akibat keterlambatan pembayaran bulanan, yang dipengaruhi faktor seperti kurangnya kesadaran pelanggan, masalah akses pembayaran, atau komunikasi yang kurang efektif. Piutang pelanggan yang tidak tertagih atau tertunggak dalam jangka waktu lama dapat menjadi beban bagi perusahaan. Oleh karena itu, pengembangan tata cara penagihan piutang melalui media komunikasi digital menjadi krusial untuk meningkatkan efisiensi, mengurangi risiko kerugian, dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Secara umum, piutang adalah hak perusahaan untuk menerima pembayaran dari pihak lain atau jasa atau produk yang telah diberikan. Ditemukan bahwa nilai piutang pelanggan Indihome yang belum tertagih menunjukkan angka yang cukup tinggi dan cenderung fluktuatif setiap bulannya. Piutang tersebut umumnya berasal dari pelanggan yang melampaui batas jatuh tempo pembayaran tagihan bulanan tanpa melakukan konfirmasi terlebih dahulu kepada pihak perusahaan. Akumulasi piutang yang tidak segera ditangani dengan tepat akan berujung pada meningkatnya kategori

20

26

25

piutang bermasalah atau bahkan piutang tak tertagih, yang pada akhirnya berdampak langsung terhadap arus kas dan stabilitas keuangan perusahaan.

Permasalahan lain yang turut mempengaruhi efektivitas pengelolaan piutang di Telkomsel Branch Jambi adalah belum optimalnya konsistensi dalam pelaksanaan proses penagihan kepada pelanggan. Beberapa pelanggan melaporkan bahwa mereka tidak menerima pemberitahuan tagihan atau mendapatkan informasi yang berbeda-beda dari petugas yang berbeda, sehingga menimbulkan kebingungan dan pada akhirnya menunda pembayaran. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk menerapkan prosedur penagihan yang jelas, terukur, dan dilakukan secara seragam.

Dalam upaya meningkatkan efektivitas penagihan, Telkomsel Branch Jambi memanfaatkan berbagai media komunikasi digital sebagai sarana menjangkau pelanggan yang memiliki tunggakan pembayaran. Penggunaan aplikasi pesan singkat WhatsApp dan panggilan telepon menjadi dua media utama yang digunakan oleh petugas penagihan dalam menyampaikan informasi tagihan. Mengingat jatuh tempo, serta melakukan negosiasi pembayaran dengan pelanggan. Perkembangan penggunaan media komunikasi digital ini mencerminkan adaptasi perusahaan terhadap perubahan perilaku pelanggan yang semakin terbiasa berinteraksi melalui platform digital dalam kehidupan sehari-hari.

Piutang yang tidak berhasil ditagih dalam jangka waktu yang telah ditentukan akan memberikan dampak negatif yang cukup serius terhadap kondisi keuangan perusahaan. Dari perspektif akuntansi, piutang tak tertagih harus di cadangkan dan pada akhirnya dihapuskan sebagai kerugian dalam laporan laba rugi perusahaan, sehingga secara langsung mengurangi profitabilitas. Selain itu, tertundanya penerimaan kas dari piutang juga mengganggu kelancaran arus kas operasional yang dibutuhkan perusahaan untuk membiayai berbagai kegiatan operasionalnya, termasuk pemeliharaan infrastruktur jaringan dan peningkatan kualitas layanan kepada pelanggan.

Dalam menghadapi berbagai permasalahan tersebut, keberadaan tata cara atau prosedur penagihan yang terstruktur, sistematis, dan berbasis standar operasional yang menjadi suatu kebutuhan yang mendesak bagi Telkomsel Branch Jambi. Prosedur penagihan yang baik tidak hanya mencakup mekanisme penyampaian informasi tagihan kepada pelanggan, tetapi juga meliputi tahapan kenaikan tagihan,

STRATEGI PEMASARAN YANG DILAKUKAN DI PLAZA TUNJUNGAN III SURABAYA DALAM MEMASARKAN SEMUA PRODUKNYA

pemilihan media komunikasi yang tepat pada setiap tahapan, serta dokumentasi seluruh proses seluruh interaksi dengan pelanggan sebagai bentuk akuntabilitas.

Melalui program magang di Telkomsel Branch Jambi, dimana penulis berkesempatan untuk mengamati dan terlibat secara langsung dalam proses Tata cara penagihan piutang melalui media komunikasi, pengelolaan piutang tak tertagih, pemberian kebijakan relasi, hingga keputusan untuk melakukan *write-off* atau penghapusan. Pengalaman tersebut memberikan gambaran nyata mengenai kesenjangan antara prosedur penagihan yang ideal secara teoritis yang telah di dapatkan di bangku kuliah, tetapi juga sebagai bekal dalam menghadapi tantangan dalam memasuki dunia kerja yang sesungguhnya.

2. KAJIAN TEORITIS

1. Piutang Usaha

Piutang merupakan salah satu komponen aset lancar yang memiliki peranan penting dalam laporan keuangan perusahaan. Piutang usaha memiliki dua dampak utama pada perusahaan, dampak pertama adalah klaim perusahaan terhadap uang pelanggan, di mana klaim ini dapat menambah harta perusahaan saat piutang terbayar, dan dampak kedua adalah kerugian yang diterima jika piutang tersebut tidak berhasil ditagih. Dalam konteks perusahaan jasa telekomunikasi seperti Telkomsel, piutang umumnya timbul dari sistem pembayaran pascabayar, di mana pelanggan menggunakan layanan terlebih dahulu dan membayar pada periode selanjutnya (Maya & Dewi, 2020).

a. Jenis-Jenis Piutang Usaha

Jenis-jenis piutang menurut (Temalagi et al., 2024), Piutang dapat dibagi menjadi beberapa jenis, tergantung pada sumber, karakteristik, dan periode waktu pembayaran. Berikut adalah beberapa jenis piutang umum:

- 1) Piutang Dagang (*Trade Receivables*)
- 2) Piutang Nondagang (*Non-Trade Receivables*)
- 3) Piutang Usaha (*Accounts Receivable*)
- 4) Piutang Wesel (*Notes Receivable*)
- 5) Piutang Istimewa (*Special Receivables*)
- 6) Piutang Tak Tertagih (*Uncollectible Receivables*)

- 7) Piutang Lancar (*Current Receivables*)
- 8) Piutang Tidak Lancar (*Non-Current Receivables*)
- 9) Piutang Neto (*Net Receivables*)
- 10) Piutang Pajak (*Tax Receivables*)

b. Faktor Timbulnya Piutang

Faktor yang mempengaruhi piutang menurut (Yanto, S.E., 2024), pengelolaan piutang tidak lepas dari beberapa variabel internal dan eksternal yang mempengaruhi jumlah, kualitas, dan kecepatan penagihan piutang, di antaranya :

- 1) Besarnya Penjualan Kredit
- 2) Syarat Pembayaran (*Credit Terms*)
- 3) Batas Jumlah Kredit (*Credit Limit*)
- 4) Kebijakan Pengumpulan Piutang
- 5) Kebiasaan Membayar Pelanggan

c. Manajemen Piutang

Manajemen piutang adalah pengelolaan piutang perusahaan sebagai akibat adanya kebijakan kredit atau kebijakan penjualan secara kredit. Menurut (Mokhammad Anwar, 2019), Tujuan dari manajemen piutang adalah menjamin kelancaran kebijakan penjualan kredit yang diterapkan perusahaan melalui penagihan piutang secara cepat tanpa mempengaruhi penilaian kredibilitas (*credit rating*) perusahaan. Dalam manajemen piutang, terdapat tiga hal penting yang perlu diperhatikan yaitu:

- 1) Standar Perkreditan dan Seleksi Kredit (*Credit Selection and Standards*)
- 2) Syarat-syarat kredit (*Credit Terms*)
- 3) Pengawasan Kredit (*Credit Monitoring*)

2. Penagihan Piutang

Menurut (Direktorat Jendral Pajak, 2022) Penagihan adalah proses, cara, atau perbuatan meminta pembayaran hutang, faktur, atau kewajiban keuangan dari

STRATEGI PEMASARAN YANG DILAKUKAN DI PLAZA TUNJUNGAN III SURABAYA DALAM MEMASARKAN SEMUA PRODUKNYA

pelanggan atau pihak tertagih agar melunasi kewajibannya. Menurut (Martani et al.2016), definisi piutang adalah “Klaim suatu perusahaan pada pihak lain baik yang terkait dengan transaksi penjualan/pendapatan maupun merupakan piutang yang berasal dari transaksi lainnya”. Secara keseluruhan, penagihan piutang dapat dipahami sebagai rangkaian proses yang dilakukan oleh perusahaan untuk menuntut pembayaran atas hak yang dimiliki kepada pihak lain (debitur), yang timbul akibat transaksi penjualan barang atau jasa secara kredit.

a. Tujuan Penagihan Piutang

Tujuan penagihan piutang menurut penelitian (Mutiara Salsabila & Laylan Syafina, 2023) Tujuan Penagihan Piutang sebagai berikut :

- 1) Menjaga Arus Kas (*Cash Flow*): Memastikan kas masuk tepat waktu untuk menutup biaya operasional perusahaan.
- 2) Mengurangi Risiko Piutang Macet: Menghindari kerugian akibat pelanggan yang tidak membayar, terutama jika faktur sudah jatuh tempo.
- 3) Optimalisasi Modal Kerja: Mempercepat konversi piutang menjadi dana kas yang dapat diinvestasikan kembali untuk pertumbuhan bisnis.
- 4) Menilai Kemampuan Bayar Debitur: Menilai kewajaran dan kemampuan pelanggan dalam memenuhi kewajiban finansial mereka.
- 5) Meningkatkan Efektivitas Pengendalian Intern: Memastikan pencatatan, pelacakan, dan tindak lanjut transaksi kredit berjalan dengan terstruktur.
- 6) Mengingatkan Debitur: Berfungsi sebagai pengingat resmi agar debitur segera melunasi kewajibannya.

b. Prosedur Penagihan Piutang

Prosedur penagihan piutang menurut penelitian (Priharto, 2021), tahapan utama prosedur penagihan piutang sebagai berikut:

- 1) Penilaian dan Persetujuan Kredit

1 Tujuan dari tahap ini adalah untuk meminimalisir risiko piutang tak tertagih dan memastikan bahwa pelanggan memiliki kemampuan untuk melunasi kewajibannya tepat waktu.

2) Penerbitan Invoice

Setelah barang dikirim atau layanan diberikan kepada pelanggan, perusahaan akan menerbitkan invoice sebagai dokumen penagihan resmi. Kirim invoice yang jelas dan tepat waktu untuk mempercepat siklus pembayaran serta mengurangi potensi kesalahpahaman atau sengketa antara perusahaan dan pelanggan.

3) Pencatatan Transaksi Piutang

Setelah invoice diterbitkan, transaksi tersebut harus dicatat dalam sistem akuntansi sebagai piutang usaha. Pencatatan ini biasanya dilakukan melalui jurnal penjualan atau sistem akuntansi digital. Tujuannya adalah untuk:

- a. Mencatat jumlah piutang yang harus diterima perusahaan.
- b. Memantau saldo piutang setiap pelanggan.
- c. Menyediakan data keuangan yang akurat untuk pelaporan keuangan.

4) Pemantauan Piutang

Setelah piutang tercatat, perusahaan perlu secara rutin memantau status pembayaran dari pelanggan dengan cara sebagai berikut:

- a. Mengidentifikasi pelanggan yang sering terlambat membayar.
- b. Mendeteksi potensi piutang bermasalah lebih awal.
- c. Menentukan prioritas penagihan.
- d. Pemantauan yang baik membantu perusahaan menjaga arus kas tetap stabil.

5) Proses Penagihan Pembayaran

Jika pelanggan belum melakukan pembayaran hingga mendekati atau melewati tanggal jatuh tempo, perusahaan perlu melakukan proses penagihan. Penagihan dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti lewat telepon, e-mail, atau surat.

6) Pencocokan Pembayaran dengan Invoice

2

STRATEGI PEMASARAN YANG DILAKUKAN DI PLAZA TUNJUNGAN III SURABAYA DALAM MEMASARKAN SEMUA PRODUKNYA

Ketika perusahaan menerima pembayaran dari pelanggan, langkah berikutnya adalah mencocokkan pembayaran tersebut dengan invoice yang terkait, sebagai berikut:

- a. Mencatat pembayaran yang diterima.
- b. Mengurangi saldo piutang pelanggan.
- c. Menutup invoice yang telah dilunasi.

7) Rekonsiliasi dan Pelaporan

Langkah terakhir dalam proses sistem akuntansi piutang adalah melakukan rekonsiliasi pelaporan, pada tahap ini perusahaan akan:

- a. Mencocokkan catatan piutang dengan mutasi bank.
- b. Memverifikasi bahwa semua pembayaran telah dicatat dengan benar.
- c. Menyiapkan laporan kinerja piutang.

3. Media Komunikasi

Komunikasi adalah proses membuat sebuah pesan bagi komunikator dan komunikan apabila terjadi kesamaan makna dalam pesan tersebut. Kata “Komunikasi” berasal dari kata latin *Communis* yang berarti “sama”, dan *Communicate*, atau *Communicare*, yang berarti “Untuk membuat umum”. Komunikasi menunjukkan pembagian yang sama dari satu ide, makna, atau pesan (Dr. Arianda Tanjung, 2024). Sedangkan menurut penelitian (Parid, 2020), Komunikasi adalah cara untuk terciptanya hubungan antara suatu individu dengan individu yang lain. Manusia selaku makhluk sosial memerlukan komunikasi untuk saling berinteraksi antara satu sama lainnya. Komunikasi merupakan proses penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikan untuk tujuan tertentu. Tujuan seseorang dalam berkomunikasi yaitu untuk mewujudkan suatu kegiatan komunikasi efektif, yaitu mengkomunikasikan apa yang ada di pikiran komunikator, supaya sesuai dengan apa yang dipikirkan oleh komunikan.

4. *Standard Operating Procedure* (SOP)

Standard Operating Procedure atau bisa disebut dengan SOP merupakan suatu dokumen yang berkaitan dengan prosedur yang akan dijalankan secara kronologis untuk menyelesaikan suatu pekerjaan demi mendapatkan hasil kerja yang efektif dan efisien. Dan, SOP ini harus dimiliki oleh suatu perusahaan atau organisasi

23

16

33

3

4

sebagai panduan untuk menjalankan tugas dan fungsi setiap bagian yang ada (Indra Mahardika Putra, 2020).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data primer dilakukan melalui observasi langsung dan wawancara bersama SPV serta Tim divisi BCR (*Billing Collection Retention*) Indihome di Telkomsel Branch Jambi. Data sekunder diperoleh dari studi dokumentasi internal perusahaan serta studi literatur. Pelaksanaan kegiatan lapangan dilakukan pada periode 11 Februari 2026 sampai dengan 11 April 2026 di Telkomsel Branch Jambi.

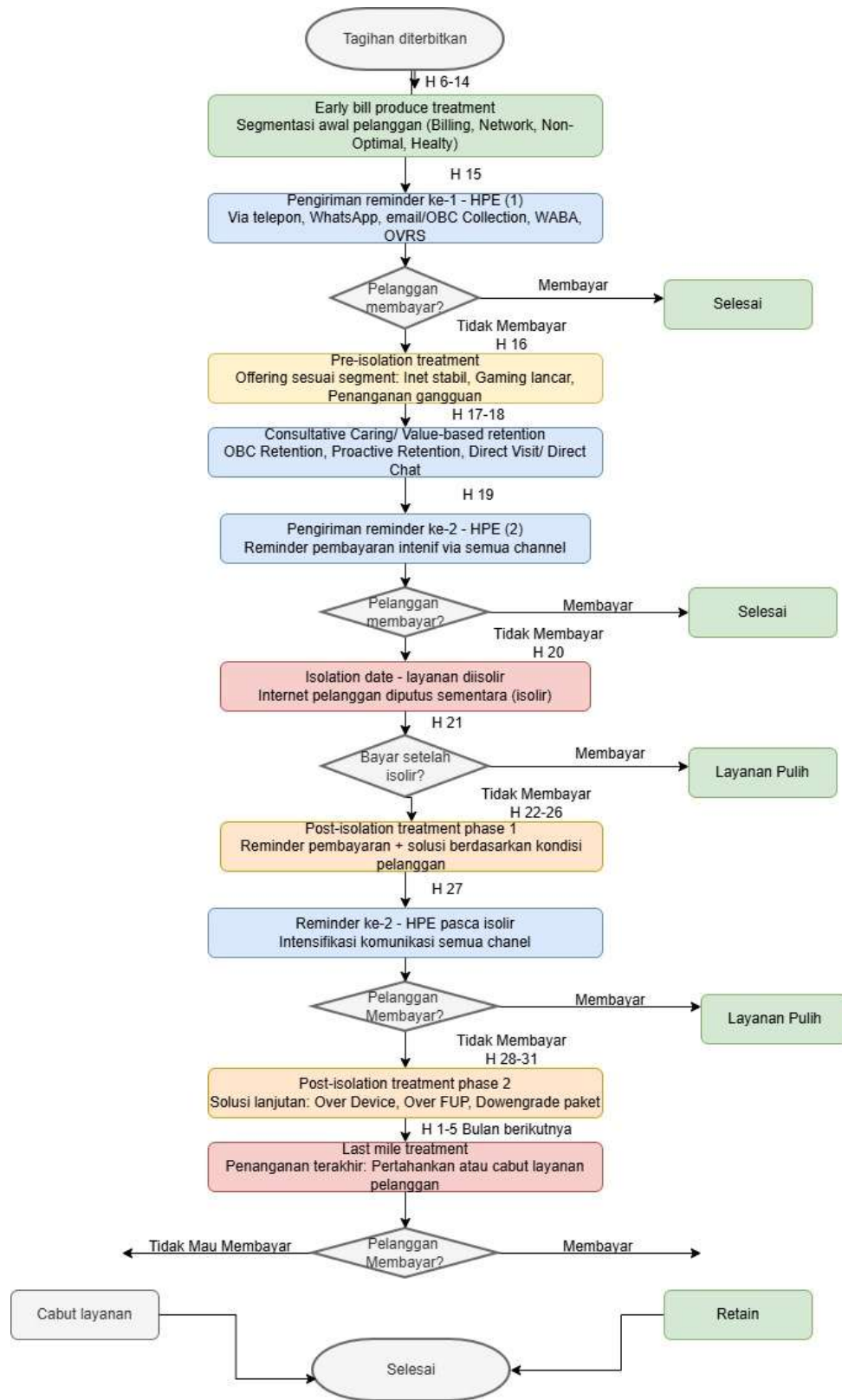
4. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tata Cara Penagihan Piutang Pelanggan Indihome yang diterapkan oleh Telkomsel Branch Jambi

Penagihan piutang pelanggan Indihome merupakan salah satu kegiatan operasional yang sangat penting dalam menjaga kestabilan keuangan perusahaan. Piutang pelanggan Indihome muncul akibat adanya penggunaan layanan Indihome yang dimana pembayarannya dilakukan secara berkala setiap bulan. Oleh sebab itu, perusahaan perlu menerapkan sistem penagihan yang baik agar pembayaran pelanggan dapat diterima tepat waktu dan tidak menimbulkan penumpukan tunggakan.

Secara umum proses penagihan piutang pelanggan Indihome di Telkomsel Branch Jambi dilakukan secara bertahap dan terstruktur sesuai dengan prosedur perusahaan. Penagihan dilakukan dengan mengutamakan pendekatan komunikasi yang sopan, jelas, dan profesional agar hubungan baik antara perusahaan dan pelanggan tetap terus terjaga. Adapun tata cara penagihan piutang pelanggan Indihome yang diterapkan oleh Telkomsel Branch Jambi dapat dilihat pada gambar berikut:

STRATEGI PEMASARAN YANG DILAKUKAN DI PLAZA TUNJUNGAN III SURABAYA DALAM MEMASARKAN SEMUA PRODUKNYA



Sumber: SPV Billco Telkomsel Branch Jambi

Gambar 1. Flowchart Tata Cara Penagihan Piutang Pelanggan Indihome pada Divisi BCR Telkomsel Branch Jambi

Berdasarkan gambar diatas, Tata cara penagihan piutang pelanggan Indihome yang telah diterapkan oleh Telkomsel Branch Jambi adalah sebagai berikut:

1. Pendataan dan Identifikasi Piutang Pelanggan Indihome

1 Tahapan pertama dalam proses penagihan piutang adalah melakukan pendataan terhadap pelanggan yang memiliki tunggakan pembayaran. Data piutang pelanggan ini diperoleh melalui sistem administrasi perusahaan yang mencatat seluruh transaksi pembayaran pelanggan, mulai dari tagihan bulanan, tanggal jatuh tempo, status pembayaran pelanggan serta nama pelanggan, Id tagihan, alamat rumah, nomor telepon dan jumlah tunggakan pelanggan. Melalui pendataan piutang pelanggan, tim divisi collection dapat mengetahui pelanggan mana saja yang belum melakukan pembayaran sesuai batas waktu yang telah ditentukan.

2. Mengirim Informasi Tagihan Sebelum Jatuh Tempo

Sebelum memasuki tanggal jatuh tempo pembayaran, perusahaan terlebih dahulu mengirimkan informasi tagihan kepada pelanggan. Tujuan dari penginformasian ini adalah untuk mengingatkan pelanggan mengenai kewajiban pembayaran tagihan bulanan pelanggan agar dapat segera melakukan pembayaran tepat waktu. Informasi tagihan ini dikirim beberapa hari sebelum tanggal jatuh tempo melalui aplikasi WhatsApp, email, maupun aplikasi resmi dari Telkomsel.

3. Mengirim Informasi Peningat Setelah Jatuh Tempo

22 Apabila pelanggan belum melakukan pembayaran hingga melewati tanggal jatuh tempo yang telah ditetapkan, maka perusahaan akan mengirimkan peningat pembayaran kembali. Informasi ini berisi bahwa tagihan telah memasuki status tunggakan dan diminta agar segera melakukan pelunasan pembayaran. Peningat pembayaran dilakukan secara bertahap melalui media komunikasi yang tersedia. Dalam proses pengingatan ini, perusahaan tetap menggunakan bahasa yang sopan dan tidak menimbulkan tekanan kepada pelanggan. Pendekatan yang digunakan lebih menekankan pada pemberian informasi dan anjuran untuk segera menyelesaikan pembayaran

STRATEGI PEMASARAN YANG DILAKUKAN DI PLAZA TUNJUNGAN III SURABAYA DALAM MEMASARKAN SEMUA PRODUKNYA

4. Penagihan Melalui Media Komunikasi

Penagihan melalui media komunikasi seperti telepon, WhatsApp, dan email merupakan salah satu cara tim divisi collection Indihome berkomunikasi langsung dengan pelanggan. Dalam proses ini, tim divisi collection Indihome akan menjelaskan jumlah tagihan yang belum dibayar, lama tunggakan, serta konsekuensi apabila pembayaran tidak segera dilakukan. Selain itu, tim divisi juga menanyakan kendala yang dihadapi oleh pelanggan seperti, kendala dalam pembayaran dan kendala pada layanan. Penagihan melalui media komunikasi ini dinilai lebih efektif karena memungkinkan terjadinya interaksi dua arah antara perusahaan dan pelanggan. Dengan adanya penagihan melalui media komunikasi, perusahaan dapat mengetahui kondisi dan kendala pelanggan, serta memberikan solusi yang sesuai dengan kendala yang dihadapi pelanggan.

5. Pemberian Surat Peringatan

Apabila pelanggan masih belum melakukan pembayaran setelah dilakukan penagihan media komunikasi, maka perusahaan akan memberikan surat peringatan. Surat peringatan ini diberikan sebagai bentuk penegasan bahwa pelanggan masih memiliki kewajiban yang harus segera diselesaikan. Surat peringatan ini biasanya berisi, nama dan id pelanggan, jumlah tunggakan pembayaran, periode tagihan yang belum dilakukan pembayaran, dan konsekuensi apabila pelanggan tidak segera melunasi tagihan. Pemberian surat peringatan dilakukan secara bertahap sesuai kebijakan perusahaan. Tahapan ini bertujuan agar pelanggan lebih memperhatikan kewajiban pembayaran dan segera melakukan pembayaran sebelum dikenakan tindakan lebih lanjut.

6. Penagihan Piutang Melalui Tim CTB (*Caring Territory Base*)

Dalam pelaksanaan penagihan piutang pelanggan Indihome, Telkomsel Branch Jambi melibatkan tim lapangan yang disebut CTB (*Caring Territory Base*). Tim CTB merupakan tim yang bertugas dan bertanggung jawab dalam melakukan penagihan secara langsung kepada pelanggan yang memiliki tunggakan pembayaran layanan Indihome di wilayah kerja tertentu. Proses penagihan oleh tim CTB dimulai dari penerimaan data

pelanggan menunggak yang diperoleh melalui sistem perusahaan. Data tersebut meliputi identitas pelanggan, alamat pemasangan layanan, id tagihan, jumlah tunggakan, serta periode keterlambatan pembayaran. Kegiatan penagihan ini dilakukan sebagai upaya perusahaan untuk menjaga kelancaran penerimaan kas serta meminimalkan terjadinya piutang tak tertagih.

7. Isolir atau Pemutusan Layanan Sementara

Jika pelanggan belum melakukan pembayaran setelah lewat dari tanggal jatuh tempo, maka perusahaan akan melakukan isolir sementara terhadap layanan Indihome pelanggan. Isolir layanan dilakukan dengan memutuskan sementara layanan internet pelanggan Indihome hingga pelanggan menyelesaikan pembayaran. Tindakan isolir dilakukan sebagai langkah pengendalian piutang agar tunggakan pelanggan tidak semakin besar. Selain itu, langkah isolir layanan sementara menjadi bentuk ketegasan perusahaan terhadap pelanggan yang tidak memenuhi kewajiban pembayaran sesuai ketentuan.

8. Pelunasan dan Aktivasi Kembali Layanan

Tahapan terakhir dalam proses penagihan adalah pelunasan pembayaran oleh pelanggan. Apabila pembayaran telah terkonfirmasi, maka layanan pelanggan akan diaktifkan kembali sesuai prosedur yang berlaku.

2. Media Komunikasi Yang Digunakan dalam Proses Penagihan Piutang Pelanggan Indihome dan Tata Cara penggunaanya Pada Setiap Tahapan Penagihan

Dalam proses penagihan piutang pelanggan Indihome, Telkomsel Branch Jambi menggunakan beberapa media komunikasi untuk mempermudah penyampaian informasi kepada pelanggan. Penggunaan media komunikasi disesuaikan dengan tahapan penagihan yang dilakukan, sebagai berikut:

a. Telepon

Telepon merupakan media komunikasi yang digunakan untuk melakukan penagihan secara langsung kepada pelanggan. Melalui komunikasi via telepon, tim divisi collection dapat menyampaikan informasi tagihan dengan lebih jelas

STRATEGI PEMASARAN YANG DILAKUKAN DI PLAZA TUNJUNGAN III SURABAYA DALAM MEMASARKAN SEMUA PRODUKNYA

dan memperoleh tanggapan langsung dari pelanggan terkait kendala pembayaran atau layanan. Dalam pelaksanaannya, tim divisi collection akan menghubungi pelanggan menggunakan nomor yang terdaftar pada sistem perusahaan. Pada saat melakukan panggilan, tim divisi collection menyampaikan informasi terkait jumlah tagihan, batas waktu pembayaran, serta konsekuensi apabila pelanggan tidak segera melakukan pembayaran, seperti isolir layanan sementara.

Adapun tata cara penggunaan media telepon dalam proses penagihan piutang, sebagai berikut:

- a) Memeriksa data pelanggan yang memiliki tunggakan tagihan pada sistem.
- b) Menghubungi pelanggan melalui nomor telepon yang terdaftar pada sistem.
- c) Setelah berhasil terhubung ke pelanggan, tim yang menelpon memperkenalkan diri dan menjelaskan tujuan panggilan.
- d) Tim menyampaikan informasi terkait tagihan dan tanggal mulai sampai jatuh tempo pembayaran.
- e) Tim memberikan arahan metode pembayaran yang dapat digunakan serta menanyakan kendala pada layanan Indihome nya.
- f) Hasil komunikasi dimasukkan kedalam sistem yang telah disediakan sebagai laporan aktivitas penagihan.

b. WhatsApp

WhatsApp digunakan sebagai media komunikasi penagihan karena dinilai lebih efektif. Media komunikasi ini memudahkan tim collection untuk mengirimkan pesan pengingat tagihan pelanggan karena lebih praktis dan lebih mudah diakses oleh pelanggan. Penggunaan WhatsApp dilakukan sebagai pengingat pembayaran sebelum jatuh tempo maupun setelah pelanggan mengalami keterlambatan pembayaran. Pesan yang dikirim mengenai informasi jumlah tagihan, Id pelanggan, batas waktu pembayaran, serta himbauan untuk segera melakukan pembayaran. Adapun tata cara penggunaan WhatsApp dalam proses penagihan piutang sebagai berikut:

- a) Memeriksa data pelanggan yang memiliki tunggakan tagihan pada sistem.

- b) Tim mengirimkan pesan pengingat pembayaran melalui WhatsApp.
- c) Pesan ini berisi identitas pelanggan, Id pelanggan, jumlah tagihan, dan batas waktu pembayaran.
- d) Seluruh aktivitas komunikasi dimasukkan ke dalam sistem yang telah disediakan sebagai bukti pelaksanaan penagihan.

c. Email

Email digunakan sebagai komunikasi dalam proses penagihan piutang pelanggan Indihome. Pengiriman email bertujuan untuk memberikan pemberitahuan tertulis mengenai tagihan pelanggan. Email digunakan untuk mengirimkan rincian tagihan, surat pemberitahuan tunggakan, maupun informasi terkait isolir layanan sementara apabila pelanggan tidak segera melakukan pembayaran. Dalam prosesnya, tim collection mengirimkan email kepada alamat email pelanggan yang terdaftar pada sistem. Isi email memuat informasi lengkap mengenai Id pelanggan, jumlah tagihan, jatuh tempo pembayaran, dan Langkah pembayaran yang dapat dilakukan pelanggan. Adapun tata cara penggunaan email dalam proses penagihan piutang sebagai berikut:

- a) Memeriksa data pelanggan yang memiliki tunggakan tagihan pada sistem.
- b) Tim memeriksa alamat email pelanggan dan menyiapkan email pemberitahuan penagihan sesuai format yang sudah ditentukan oleh perusahaan.
- c) Setelah email dikirimkan pelanggan menerima informasi tagihan beserta rincian pembayaran.
- d) Jika pelanggan belum melakukan pembayaran setelah menerima email, tim menggunakan media komunikasi lain seperti telepon, dan WhatsApp sebagai pengingat kedua.
- e) Bukti pengiriman email disimpan sebagai dokumentasi penagihan.

Dalam pelaksanaannya, media komunikasi yang paling umum digunakan oleh tim divisi collection yaitu Telepon dan WhatsApp, kedua media tersebut dipilih karena dinilai lebih efektif, mudah diakses, dan lebih efisien dalam menyampaikan informasi tagihan kepada pelanggan. Proses penagihan dilakukan berdasarkan data pelanggan

STRATEGI PEMASARAN YANG DILAKUKAN DI PLAZA TUNJUNGAN III SURABAYA DALAM MEMASARKAN SEMUA PRODUKNYA

yang memiliki tunggakan pembayaran dari sistem perusahaan. Dalam penagihan ini tim collection menghubungi pelanggan untuk menginformasikan terkait pengingat agar pelanggan segera melakukan pelunasan serta menginformasikan batas waktu pembayaran. Data ini mencakup total pelanggan yang dihubungi, jumlah yang berhasil ditagih (lunas), janji bayar, pelanggan tidak merespon (RNA), menolak panggilan (call rejected), nomor tidak aktif, nomor tidak bisa dihubungi, dan lainnya. Berikut hasil penagihan yang penulis lakukan melalui media komunikasi Telepon dan WhatsApp di sajikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 1. Hasil caring C3MR

Bulan	Total pelanggan	Lunas	RNA	Call Rejected	NO Tidak Aktif	NO Tidak Bisa di Hubungi	Janji Bayar
Februari	2.541	218	546	191	602	479	334
Maret	1.931	25	536	116	647	362	158
April	836	46	331	27	269	127	58

Berdasarkan data hasil caring C3MR pada tabel 3.2 di periode Februari-April, efektivitas penagihan piutang pelanggan Indihome melalui media komunikasi masih mengalami ketidakstabilan. Pada bulan februari jumlah pelanggan yang melakukan pelunasan masih cukup rendah dibandingkan total pelanggan, sedangkan status RNA, nomor tidak aktif, dan tidak bisa dihubungi masih tinggi. Pada bulan maret jumlah pelunasan kembali menurun, yang menunjukkan bahwa proses penagihan belum optimal akibat kendala komunikasi dengan pelanggan.

Namun, pada bulan April terjadi peningkatan jumlah pelanggan yang lunas serta penurunan pelanggan yang tidak dapat dihubungi. Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas penagihan melalui media komunikasi mengalami perbaikan meskipun secara keseluruhan masih perlu dioptimalkan.

Tabel 2. Hasil *Follow Up* pelanggan melalui WhatsApp

Bulan	Total Pelanggan	Tidak Terkirim	Terkirim
Maret	77	9	68
April	97	10	87

Selain melalui telepon, tindak lanjut penagihan piutang pelanggan Indihome juga dilakukan melalui media komunikasi WhatsApp ditunjukkan pada tabel 3.3 pada periode bulan Maret-April. Pada bulan Maret, pesan WhatsApp dikirim kepada 77 pelanggan dengan hasil 68 pesan terkirim dan 9 pesan tidak terkirim. Sedangkan pada bulan April, jumlah pelanggan yang dihubungi melalui WhatsApp meningkat menjadi 97 pelanggan, dengan 87 pesan berhasil terkirim dan 10 pesan gagal terkirim. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penggunaan WhatsApp sebagai media penagihan cukup efektif karena sebagian besar pesan berhasil diterima pelanggan.

21 Berdasarkan hasil ini, walaupun penggunaan media komunikasi dalam penagihan dinilai efektif, namun masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi dalam proses penagihan. Kendala tersebut antara lain nomor pelanggan yang tidak aktif, pelanggan tidak menjawab panggilan, pelanggan yang tidak membaca atau merespon pesan WhatsApp, serta pelanggan yang menunda pembayaran karena alasan ekonomi. Langkah seperti memvalidasi data secara berkala dan selalu mem *follow-up* kepada pelanggan yang belum melakukan pembayaran perlu dioptimalkan untuk menurunkan risiko piutang tak tertagih.

32 3. Kendala Yang Dihadapi Dalam Proses Penagihan Piutang Pelanggan Indihome Melalui Media Komunikasi

Pada saat melakukan penagihan piutang pelanggan Indihome melalui media komunikasi terkadang tim divisi collection Indihome di Telkomsel Branch Jambi mengalami beberapa kendala, seperti:

1. Nomor Pelanggan Tidak Aktif atau Sulit Dihubungi

Salah satu hambatan paling utama dalam penagihan melalui media komunikasi adalah nomor pelanggan yang tidak aktif atau sangat sulit untuk dihubungi. Hal ini menyebabkan informasi penagihan tidak dapat tersampaikan dengan baik ke pelanggan.

2. Pelanggan Menunda Pembayaran

STRATEGI PEMASARAN YANG DILAKUKAN DI PLAZA TUNJUNGAN III SURABAYA DALAM MEMASARKAN SEMUA PRODUKNYA

Sebagian dari pelanggan terkadang menunda melakukan pembayaran dikarenakan alasan ekonomi atau kurangnya kesadaran terhadap kewajiban pembayaran tagihan.

3. Kurangnya Respon Pelanggan

Beberapa pelanggan terkadang tidak memberikan respon terhadap panggilan telepon atau pesan yang dikirim oleh tim divisi collection. Mengakibatkan tim sulit untuk melakukan penagihan.

4. Kurangnya Pemahaman Pelanggan Tentang Sistem Pembayaran

Terkadang sebagian pelanggan kurang memahami sistem pembayaran Indihome menggunakan mekanisme pascabayar (pakai dulu, bayar kemudian). Mengakibatkan terjadinya piutang tak tertagih.

5. Keluhan Pelanggan Terhadap Layanan

Sebagian pelanggan menolak melakukan pembayaran dikarenakan merasa kualitas layanan internet yang buruk atau sering terjadi gangguan. Dan juga terkadang pelanggan mengeluhkan sudah melapor ke call center atau layanan resmi Indihome dan GraPARI untuk minta perbaikan tapi belum dilaksanakan. Mengakibatkan pelanggan tidak mau membayar dan mau mengajukan pemutusan layanan saja.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan isi laporan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tata cara penagihan piutang pelanggan Indihome pada Telkomsel Branch Jambi telah dilaksanakan secara bertahap dan terstruktur sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan perusahaan. Proses penagihan dimulai dari pendataan pelanggan yang memiliki tunggakan, pengiriman informasi tagihan sebelum jatuh tempo, pengiriman pengingat setelah jatuh tempo, penagihan melalui media komunikasi, pemberian surat peringatan, penagihan melalui tim CTB (*Caring Territory Base*), hingga Tindakan isolir sementara layanan apabila pelanggan belum melakukan pembayaran. Proses tersebut dilakukan untuk menjaga kelancaran penerimaan kas perusahaan dan meminimalkan terjadinya piutang tak tertagih.
2. Media komunikasi yang digunakan dalam proses penagihan piutang pelanggan Indihome di Telkomsel Branch Jambi, yaitu melalui Telepon, WhatsApp, dan

Email. Penggunaan media komunikasi ini dinilai cukup efektif karena mempermudah tim collection dalam menyampaikan informasi tagihan kepada pelanggan.

Adapun saran yang ingin penulis berikan yaitu:

1. Telkomsel Branch Jambi diharapkan dapat melakukan pembaruan dan validasi data pelanggan secara berkala, terutama nomor telepon dan alamat email pelanggan, agar proses penagihan melalui media komunikasi dapat berjalan lebih efektif dan informasi tagihan dapat tersampaikan ke pelanggan dengan baik.
2. Tim Collection diharapkan dapat meningkatkan intensitas *follow-up* kepada pelanggan yang memiliki tunggakan pembayaran, baik melalui telepon, WhatsApp, maupun media komunikasi lainnya, sehingga risiko terjadinya piutang tak tertagih dapat diminimalkan.
3. Telkomsel Branch Jambi diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan Indihome serta mempercepat penanganan keluhan pelanggan. Serta diharapkan dapat meningkatkan edukasi kepada pelanggan mengenai sistem pembayaran pascabayar Indihome, termasuk batas waktu pembayaran dan konsekuensi apabila pelanggan melakukan keterlambatan pembayaran. Dengan meningkatkan kualitas layanan dan meningkatkan edukasi tentang sistem pascabayar, diharapkan pelanggan lebih merasa puas dan memiliki kesadaran yang lebih baik untuk melakukan pembayaran tepat waktu.

DAFTAR REFERENSI

*STRATEGI PEMASARAN YANG DILAKUKAN DI PLAZA TUNJUNGAN III
SURABAYA DALAM MEMASARKAN SEMUA PRODUKNYA*

Direktorat Jendral Pajak. (2022). PENGERTIAN PENAGIHAN. Wikipedia.
<https://www.pajak.go.id/id/penagihan>

Dr. Arianda Tanjung, S. I. K. M. K. I. (2024). ETIKA KOMUNIKASI WARTAWAN: IMPLEMENTASI SIKAP TABAYUN DI ERA DIGITAL DALAM PERSPEKTIF KOMUNIKASI ISLAM. CV. DOTPLUS Publisher.
<https://books.google.co.id/books?id=Hl8eEQAAQBAJ>

Fandy, A. (2022). Apa itu SOP? Pengertian, Fungsi, dan Manfaatnya. Gramedia.
<https://www.gramedia.com/best-seller/apa-itu-sop/>

Firdhan. (2026). Penagihan Yang Beretika: Pendekatan Efektif Desk Collection dalam Berinteraksi dengan Nasabah Secara Cepat. Agent & CO.
<https://www.agentnco.com/etika-penagihan-profesional-strategi-ampuh-desk-collection-menghadapi-nasabah-tanpa-melanggar-aturan-2/>

Indra Mahardika Putra. (2020). Panduan Mudah Menyusun SOP: Langkah Utama Menciptakan Pengendalian Mutu yang Baik. Anak Hebat Indonesia.
<https://books.google.co.id/books?id=RX9OEAAAQBAJ>

IR. M. BUDI HARJO. (2024). Panduan Praktis Menyusun SOP. RAS.
<https://books.google.co.id/books?id=-wzQBgAAQBAJ>

Khairunnisa, Nurhadi, N., Jatmiko, A. R., Legito, L., Saputra, E. A., Syafa'at, F., Surlianto, D. F., Komalasari, R., Mukhlis, I. R., Sulistyowati, Lorosae, T. A., & Neni Nur Laili Ersela Zain. (2023). BUKU AJAR LOGIKA & ALGORITMA. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Kukut Ragil Walujodjati. (2021). Piutang Adalah: Definisi, Jenis, Contoh, Dan Perbedaannya dengan Hutang
No Title. BFI Finance. <https://www.bfi.co.id/id/blog/piutang-adalah-definisi-jenis-contoh-dan-perbedaannya-dengan-hutang>

Mahardika, F., Sumantri, R. B. B., Jayusman, H., Suryani, R., & Setyantoro, D. (2026). ALGORITMA PEMROGRAMAN MEMAHAMI KONSEP DASAR PEMROGRAMAN FREE PASCAL DAN INTEGRASI DATABASE.
https://books.google.co.id/books?id=QU_XEQAAQBAJ

Maya, A., & Dewi, K. (2020). Analisis Pengendalian Internal Piutang Usaha Dalam Meminimalisir Piutang Tidak Tertagih. Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan, 8(2), 117–126. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v8i2.370>

Mokhammad Anwar, P. D. (2019). Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan Prenada Media Group. <https://books.google.co.id/books?id=IDe2DwAAQBAJ>

Muhammad Ardi Nupi Hasyim, SE., M. A. B., Mardiyah Tusholihah, S. A., Dr. Eka Setiajatnika, SE., M. S., & Hj. Suarny Amran, SH., M. M. K. (2020).

Sistem Akuntansi Piutang: Teori dan Aplikasi. PENERBIT SYNTAX COMPUTAMA (Grup Publikasi CV SYNTAX CORPORATION INDONESIA) Anggota IKAPI (344/JBA/2019). <http://repository.ikopin.ac.id/840/1/>

Mutiara Salsabila, & Laylan Syafina. (2023). Pengelolaan Piutang Sebagai Upaya Meningkatkan Profitabilitas Telkom Indonesia Regional I Sumatera. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 2(1), 81–92. <https://doi.org/10.55606/jumia.v2i1.2302>

Parid, M. (2020). Relevansi Komunikasi Pembelajaran. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam Ilmiah Wahana Pendidikan*, 6(3), 442–452. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3986243>

Pia Khoirotnun Nisa, M. I. K., Kurniawan, I., Humam, Q. A., Chairunisa, A. F., Zharfani, G. N., Salsabila, A., Putri, A., Carolina, B., Anita, D. N., & Nurfadilah, A. (2023).

Hakikat, Etika, dan Filsafat Komunikasi dalam Dinamika Sosial. Mahakarya Citra Utama Group. <https://books.google.co.id/books?id=kRquEAAAQBAJ>

Priharto, S. (2021). Prosedur Sistem Akuntansi Piutang dan Studi Kasusnya. Komdigi. <https://kledo.com/blog/sistem-akuntansi-piutang/>

Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). DASAR METODOLOGI PENELITIAN. Literasi Media Publishing. <https://books.google.co.id/books?id=QPhFDwAAQBAJ>

Temalagi, S., Nugroho, A., Choiriah, S., Anasta, L., & Doktoralina, C. M. (2024). Penganggaran Perusahaan: Teori dan Kasus. Penerbit Salemba. <https://books.google.co.id/books?id=SnMIEQAAQBAJ>

Wah Cah Yup. (2023). Media dalam Komunikasi Bisnis: Membangun Jaringan Informasi yang Kuat. Readmore. <https://readmore.id/bisnis/media-dalam-komunikasi-bisnis>

Wiwit Supriyanti, S. K. M. K., Safira Faizah, S. T. K. M. I. T., Sri Sutjiningtyas, S. P. M. K., Muhammad Ferdi Kurniawan, S. K. M. T. I., Dr. Ir. John Friadi, S. K. M. S. M. T. I., & Siti Rokhmah, S. K. M. K. (2025).

Algoritma Dan Pemrograman Menggunakan Python. PT Penerbit Qriset Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=xd2pEQAAQBAJ>

Yanto, S.E., M. S. (2024). MANAJEMEN KEUANGAN. wawasan Ilmu. <https://books.google.co.id/books?id=yYtpEQAAQBAJ>