

Pengembangan Aplikasi Insentif dan Komisi Salesman sebagai Strategi Peningkatan Kinerja SDM Marketing

Suwandi¹, Muhammad Hatta², Turini³, Safitri Akbari⁴, Limbong Aprilina Yanti⁵

^{1,3,5}Komputerisasi Akuntansi, Universitas Catur Insan Cendekia, Indonesia

²Sistem Informasi, Universitas Catur Insan Cendekia, Indonesia

⁴Akuntansi, Universitas Catur Insan Cendekia, Indonesia

Email: ¹suwandi@cic.ac.id, ²muhammad.hatta@cic.ac.id, ³turini@cic.ac.id, ⁴safitri.akbari@cic.ac.id, ⁵limbong.yanti@cic.ac.id

ABSTRAK

Kinerja tenaga penjual (*salesman*) sangat dipengaruhi oleh sistem insentif dan komisi yang diterapkan oleh perusahaan. Sistem yang tidak transparan dan tidak terstruktur dapat menurunkan motivasi serta produktivitas salesman. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan aplikasi insentif dan komisi *salesman* sebagai strategi peningkatan kinerja SDM marketing. Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis kebutuhan, perancangan sistem, implementasi, dan pengujian aplikasi. Aplikasi ini dirancang berbasis web untuk memudahkan akses serta meningkatkan transparansi dalam perhitungan insentif dan komisi. Hasil pengujian menunjukkan bahwa implementasi aplikasi ini mampu meningkatkan kepuasan dan motivasi tenaga penjual melalui sistem perhitungan komisi yang lebih adil dan *real-time*. Selain itu, adanya fitur pelacakan target penjualan dan *reward* otomatis berkontribusi dalam meningkatkan kinerja SDM *marketing*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa penggunaan aplikasi berbasis digital dapat menjadi solusi efektif dalam meningkatkan transparansi, kepercayaan, serta motivasi salesman, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap produktivitas penjualan.

Kata Kunci: Insentif, Komisi Salesman, Kinerja SDM, Aplikasi, Strategi.

ABSTRACT

The performance of salespeople is greatly influenced by the incentive and commission system implemented by the company. A system that is not transparent and structured can reduce salesman motivation and productivity. This research aims to develop an application for salesman incentives and commissions as a strategy to improve marketing HR performance. The methods used in this research include requirements analysis, system design, implementation and application testing. This application is designed to be web-based to make it easier to access and increase transparency in calculating incentives and commissions. The test results show that the implementation of this application is able to increase sales force satisfaction and motivation through a fairer and real-time commission calculation system. Apart from that, the sales target tracking feature and automatic rewards contribute to improving marketing HR performance. The conclusion of this research is that the use of digital-based applications can be an effective solution in increasing transparency, trust and salesman motivation, which ultimately has a positive impact on sales productivity.

Keywords: Incentives, Salesman Commission, HR Performance, Application, Strategy.

Penulis Korespondensi:

Suwandi

Email: suwandi@cic.ac.id

Article Info

Diterima: 15 Februari 2025

Direvisi: 17 Februari 2025

Disetujui: 18 Februari 2025

This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



1. PENDAHULUAN

PT. Sinar Gunung Jati Cirebon merupakan perusahaan distributor *furniture* dan *spring bed* yang mengandalkan tenaga penjual (*salesman*) sebagai ujung tombak dalam meningkatkan volume penjualan [1]. Dalam industri distribusi, sistem insentif dan komisi berperan penting dalam menjaga semangat kerja serta mendorong kinerja tenaga penjual. Namun, sistem yang kurang transparan dan masih bersifat manual dapat menimbulkan ketidakpuasan di kalangan salesman, yang pada akhirnya berdampak pada produktivitas dan loyalitas mereka terhadap perusahaan [2]. Oleh karena itu, diperlukan suatu inovasi dalam sistem manajemen insentif dan komisi yang lebih efektif dan efisien. Saat ini, PT. Sinar Gunung Jati Cirebon masih menggunakan sistem perhitungan komisi secara konvensional, yang sering kali memunculkan berbagai kendala. Beberapa di antaranya adalah ketidaktepatan dalam perhitungan komisi, keterlambatan dalam pembayaran, serta kurangnya transparansi dalam mekanisme insentif yang diterapkan. Kondisi ini dapat menyebabkan ketidakpercayaan tenaga penjual terhadap sistem yang ada, sehingga menurunkan motivasi mereka dalam mencapai target penjualan yang telah ditetapkan perusahaan [3].

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa sistem insentif dan komisi yang terstruktur dengan baik dapat meningkatkan motivasi dan produktivitas tenaga penjual [4]. Digitalisasi sistem insentif dan komisi juga telah terbukti mampu meningkatkan efisiensi dan transparansi dalam berbagai sektor bisnis. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh PT. Sinar Gunung Jati Cirebon serta referensi dari penelitian sebelumnya, penelitian ini mengusulkan pengembangan aplikasi insentif dan komisi salesman berbasis digital sebagai solusi yang inovatif. Aplikasi ini akan dirancang untuk mempermudah proses perhitungan komisi secara otomatis, mengurangi kesalahan dalam perhitungan, serta meningkatkan transparansi dan keterjangkauan informasi bagi tenaga penjual [5]. Dengan adanya sistem berbasis digital ini, diharapkan tenaga penjual dapat lebih termotivasi karena dapat mengakses informasi komisi dan insentif mereka secara *real-time*.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini mencakup analisis kebutuhan, perancangan sistem, pengembangan aplikasi berbasis *web* dan *mobile*, serta pengujian untuk memastikan sistem berjalan dengan optimal [6]. Aplikasi ini akan terintegrasi dengan sistem penjualan PT. Sinar Gunung Jati Cirebon, sehingga setiap transaksi yang dilakukan oleh tenaga penjual dapat tercatat secara otomatis dan langsung dikonversi menjadi komisi sesuai dengan skema yang telah ditetapkan perusahaan [7]. Selain itu, sistem ini akan dilengkapi dengan fitur pelacakan target penjualan dan penghargaan berbasis kinerja untuk meningkatkan motivasi tenaga penjual [8].

Nilai kebaruan dari penelitian ini terletak pada implementasi sistem digital yang tidak hanya mengotomatisasi perhitungan komisi, tetapi juga menghadirkan sistem pelaporan yang lebih akurat dan transparan bagi tenaga penjual [9]. Dengan adanya fitur pelacakan target penjualan dan penghargaan berbasis gamifikasi, aplikasi ini tidak hanya berfungsi sebagai alat administrasi, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam meningkatkan motivasi dan produktivitas tenaga penjual [10]. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi PT. Sinar Gunung Jati Cirebon dalam mengoptimalkan sistem insentif dan komisi, serta menjadi referensi bagi perusahaan distributor lainnya dalam mengembangkan strategi peningkatan kinerja tenaga penjual berbasis teknologi [11]. Dengan sistem yang lebih modern dan efisien, perusahaan dapat membangun lingkungan kerja yang lebih kompetitif dan mendukung pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan aplikasi insentif dan komisi salesman berbasis digital guna meningkatkan transparansi dan efektivitas sistem penghargaan di PT. Sinar Gunung Jati Cirebon. Penelitian ini mengadopsi metode [12] *Research and Development* (R&D) dengan pendekatan *System Development Life Cycle* (SDLC) model *Waterfall*, yang meliputi tahap analisis kebutuhan, perancangan sistem, implementasi, pengujian, serta evaluasi. Berikut adalah penjelasan secara detail mengenai metode penelitian yang digunakan:

2.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dan kuantitatif dengan metode *Research and Development* (R&D), yang bertujuan untuk mengembangkan solusi berbasis teknologi yang dapat menyelesaikan permasalahan sistem insentif dan komisi tenaga penjual. Pendekatan yang digunakan adalah *System Development Life Cycle* (SDLC) model *Waterfall*, yang dilakukan secara bertahap mulai dari analisis hingga implementasi [13].

2.2. Tahapan Penelitian (SDLC Model Waterfall) [14]

a. Analisis Kebutuhan (*Requirement Analysis*) [15]

Tahap ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan yang terjadi di PT. Sinar Gunung Jati Cirebon terkait sistem perhitungan insentif dan komisi salesman.

b. Perancangan Sistem (*System Design*)

Perancangan sistem (*System Design*) dalam penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan Aplikasi Insentif dan Komisi Salesman yang dapat meningkatkan transparansi, akurasi, dan efisiensi dalam sistem penghargaan tenaga penjual di PT. Sinar Gunung Jati Cirebon.

c. Implementasi (*Development & Implementation*)

Tahap ini bertujuan untuk merealisasikan rancangan sistem ke dalam bentuk perangkat lunak yang dapat digunakan secara efektif oleh tenaga penjual dan manajemen perusahaan. Implementasi dilakukan setelah tahap perancangan sistem selesai, dan bertujuan untuk memastikan bahwa aplikasi berfungsi sesuai dengan kebutuhan bisnis.

d. Pengujian Sistem (*Testing*) [16]

Setelah aplikasi dikembangkan, dilakukan pengujian dengan metode *Black Box Testing* untuk memastikan sistem berjalan sesuai fungsinya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

PT. Sinar Gunung Jati merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang industri mebel atau *furniture*. PT. Sinar Gunung Jati didirikan pada tahun 1999, namun pada awal berdirinya PT. Sinar Gunung Jati didirikan dengan nama PT. Cahaya Buana Intitama yang merupakan anak perusahaan PT. Cahaya Buana Intitama Bogor. Pada awal berdirinya PT. Sinar Gunung Jati bergerak di bidang penjualan atau pemasaran *furniture* plastik, panel, kasur springbed dan kasur busa. Beberapa produk yang dihasilkan adalah kasur busa, kasur twin, dan springbed yang terdiri dari sandaran, matras, dan divan. Diantara beberapa jenis produk yang dijelaskan di atas terdapat tiga merek, yaitu Bigland, Bigdream dan Marcell/buana.

3.1. Syarat Pemberian Komisi

1. Pemberian komisi di PT. Sinar Gunung Jati hanya diberikan kepada *salesman*.
2. *Salesman* melakukan transaksi penjualan mencapai atau melebihi target bulanan yang dibuat oleh divisi marketing.
3. *Salesman* melakukan penagihan atas konsumen tokonya paling lama 60 hari.
4. Sesuai kebijakan perusahaan jumlah komisi yang diterima tidak bisa melebihi 1% dari realisasi jumlah nominal penjualan barang.
5. Terdapat perbedaan skala untuk menghitung komisi *salesman* yang didapat sesuai target penjualan dan target uang yang cair dari hasil penagihan sebagai berikut:

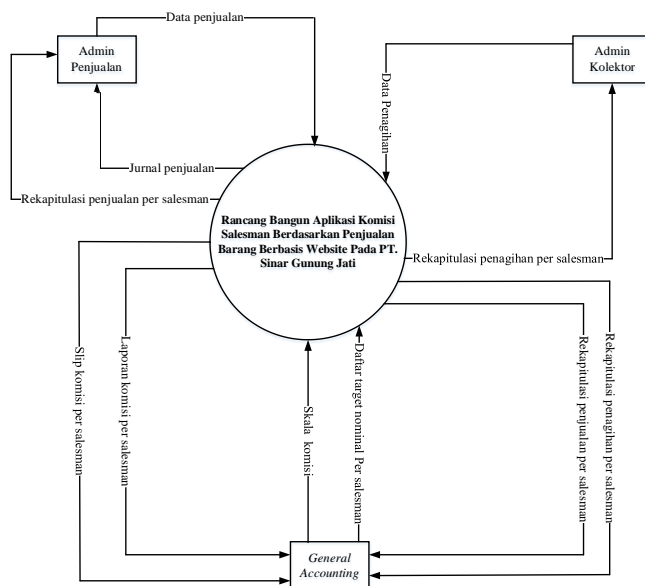
Tabel 1. Skala Komisi Penjualan dan Penagihan

Keterangan	Pencapaian			
	>= 80%	>= 90%	>= 100%	>= 120%
Pencapaian penjualan per kategori produk				
Plastik	0,09	0,12	0,15	0,20
Springbed	0,10	0,13	0,16	0,20
Busa/Panel	0,12	0,16	0,20	0,25
Umum	0,02	0,03	0,04	0,05
Komisi Penagihan	31-60 HR	22-30 HR	15-21 HR	01-14 HR
Lama Pembayaran	0,15	0,20	0,25	0,30

3.2. Diagram Konteks [17]

Naratif *diagram konteks*:

- a. Admin Penjualan memasukkan data penjualan ke dalam sistem dan dikelola datanya lalu menghasilkan keluaran berupa rekapitulasi penjualan per *salesman*.
- b. Admin Kolektor memasukkan data penagihan ke dalam sistem dan dikelola datanya untuk menghasilkan rekapitulasi penagihan per *salesman* dan Jurnal Penjualan.
- c. *General Accounting* memasukkan daftar target penjualan per *salesman* ke sistem lalu dari sistem tarik data rekapitulasi penjualan per *salesman* dan rekapitulasi penagihan per *salesman*, selanjutnya data yang sudah di-*input*-kan menghasilkan keluaran berupa laporan komisi per *salesman* dan slip komisi per *salesman*.



Gambar 1. Diagram Konteks Rancang Bangun Aplikasi Perhitungan Komisi Salesman

3.3. Tampilan Program

a. Tampilan form login

Form login merupakan form utama yang digunakan user atau pengguna untuk dapat mengakses aplikasi sesuai dengan akses yang dimiliki setiap user



Gambar 2. Form Login User

b. Tampilan form Data Penjualan

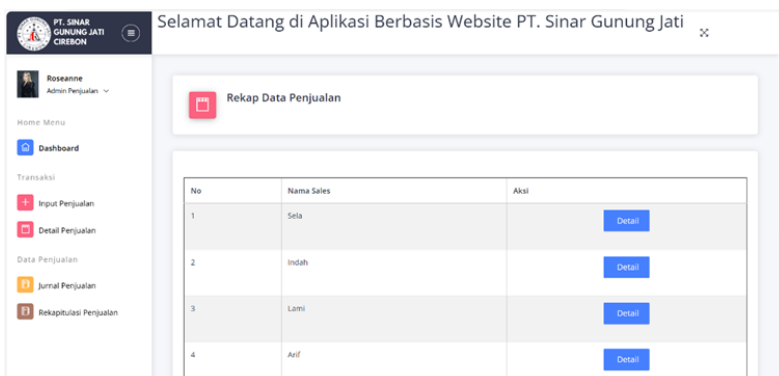
Form di bawah ini digunakan untuk menampilkan data penjualan yang sebelumnya telah di-input oleh Admin Penjualan.



Gambar 3. Tampilan Form Tampil Data Penjualan

c. Tampilan form Rekap Penjualan

Tampilan Rekapitulasi Penjualan dalam Aplikasi Insentif dan Komisi *Salesman* di PT. Sinar Gunung Jati Cirebon memiliki peran penting dalam menyajikan data penjualan secara terstruktur dan mudah dipahami. Fitur ini dirancang untuk membantu tenaga penjual, manajemen, dan tim keuangan dalam memantau, mengevaluasi, dan mengelola informasi penjualan serta komisi secara transparan dan akurat.



Gambar 4. Form Tampilan Rekapitulasi Penjualan

d. Tampilan form Komisi Penjualan

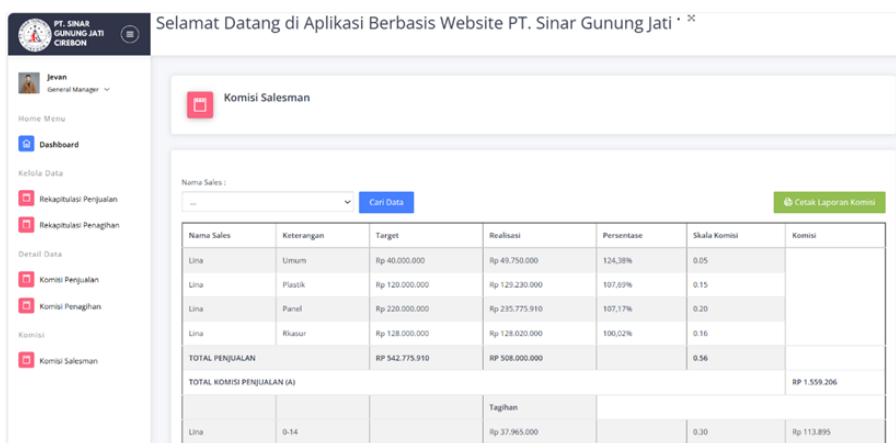
Tampilan Data Komisi Penjualan dalam Aplikasi Insentif dan Komisi *Salesman* di PT. Sinar Gunung Jati Cirebon memiliki peran penting dalam menyediakan informasi komisi yang akurat, transparan, dan mudah diakses bagi *salesman*, manajemen, dan tim keuangan. Fitur ini dirancang untuk memastikan bahwa setiap tenaga penjual dapat mengetahui secara jelas besaran komisi yang mereka terima berdasarkan kinerja penjualan mereka.



Gambar 5. Tampilan Data Komisi Penjualan

e. Tampilan Laporan Komisi Penjualan

Aplikasi Laporan Komisi *Salesman* di PT. Sinar Gunung Jati Cirebon dikembangkan untuk mengelola dan menyajikan informasi terkait perhitungan komisi tenaga penjual secara otomatis, akurat, dan transparan. Sistem ini tidak hanya mempermudah perhitungan komisi tetapi juga meningkatkan efisiensi dan akurasi dalam pengelolaan insentif tenaga penjual.



Gambar 6. Tampilan Laporan Komisi Salesman

f. Output Laporan Komisi

Output ini dibuat untuk memastikan bahwa setiap *salesman* mengetahui komisi yang diperoleh berdasarkan kinerja masing-masing. Selain itu juga untuk mencegah kesalahpahaman atau sengketa terkait perhitungan insentif, karena data komisi ditampilkan secara jelas dan sistematis. Dengan demikian, manajemen dapat melihat performa seluruh tim penjualan dalam satu periode, baik individu maupun secara kelompok. Hal ini dapat membantu dalam identifikasi *salesman* terbaik dan yang memerlukan pelatihan lebih lanjut.

PT.SINAR GUNUNG JATI							
Jalan Jend. Sudirman No. 238, Hargamukti, Kec. Hargamukti, Kota Cirebon, Jawa Barat 45143							
LAPORAN KOMISI							
Nama Sales	Keterangan	Realisasi	Target	Persentase	Skala Komisi	Komisi	
Lina	Lincom	RP 49.750.000	RP 40.000.000	124,38%	0,05		
Lina	Plastik	RP 129.230.000	RP 120.000.000	107,69%	0,13		
Lina	Panci	RP 235.775.910	RP 220.000.000	107,17%	0,20		
Lina	Rikass	RP 128.020.000	RP 128.000.000	100,02%	0,16		
TOTAL PENJUALAN		RP 542.775.910	RP 508.000.000		0,56		
TOTAL KOMISI PENJUALAN (A)							RP 1.559.206
Lina	0-14		Tagihan				
Lina	0-14		RP 37.863.000		0,30		RP 113.895
Lina	15-21		RP 32.710.870		0,25		RP 81.777
Lina	22-30		RP 6.990.600		0,30		RP 11.981
Lina	31-60		RP 200.761.230		0,13		RP 301.145
TOTAL PENAGIHAN							RP 278.429.720
TOTAL KOMISI PENAGIHAN (B)							RP 516.798
JUMLAH KOMISI (A+B)							RP 2.076.005
DEPOSITO SALESMAN (20%)							RP 414.001
JUMLAH KOMISI							RP 1.662.004
INSENTIF GUDANG (5%)							RP 82.800
JUMLAH KOMISI YANG DITERIMA							RP 1.579.204

Cirebon, 14 September 2024
 General Accounting.

 Devi Yenny Singsang, S.Kom

Gambar 7. Tampilan Output Komisi Salesman

4. KESIMPULAN

Penelitian ini telah berhasil mengembangkan aplikasi insentif dan komisi salesman sebagai strategi peningkatan kinerja SDM marketing di PT. Sinar Gunung Jati Cirebon. Sistem ini dirancang untuk mengotomatiskan perhitungan komisi berbasis penjualan, sehingga memberikan transparansi yang lebih tinggi, mengurangi kesalahan administrasi, dan meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan insentif tenaga penjual. Dengan penerapan sistem ini, perusahaan dapat mengoptimalkan strategi pemberian insentif guna meningkatkan motivasi dan produktivitas salesman. Penggunaan aplikasi ini menjadikan perhitungan komisi secara otomatis, yang menghilangkan risiko kesalahan dalam pencatatan manual. Laporan komisi yang dihasilkan bersifat *real-time* dan terstruktur, sehingga memudahkan manajemen dalam melakukan evaluasi terhadap kinerja individu maupun tim sales. Dengan adanya sistem ini, tenaga penjual dapat melihat langsung perolehan komisi mereka, sehingga meningkatkan transparansi dan mendorong persaingan sehat dalam tim.

Dari hasil implementasi, dapat disimpulkan bahwa aplikasi ini mampu meningkatkan efisiensi operasional perusahaan dalam pengelolaan insentif. Selain itu, sistem ini juga memberikan dampak positif terhadap motivasi dan kepuasan tenaga penjual, karena mereka mendapatkan penghargaan yang sesuai dengan pencapaian kinerjanya. Dengan demikian, aplikasi ini berkontribusi pada peningkatan efektivitas strategi pemasaran perusahaan. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi dalam pengelolaan komisi dapat meningkatkan transparansi, akurasi, dan efisiensi dalam sistem remunerasi tenaga penjual. Implementasi aplikasi ini tidak hanya menguntungkan tenaga penjual, tetapi juga memberikan manfaat bagi perusahaan dalam mengoptimalkan kinerja bisnis dan pengambilan keputusan berbasis data. Oleh karena itu, aplikasi ini dapat dijadikan model dalam pengelolaan insentif tenaga penjual di industri sejenis.

Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk menganalisis dampak penerapan sistem ini terhadap retensi dan loyalitas tenaga penjual dalam jangka panjang. Selain itu, studi lanjutan bisa mengeksplorasi model insentif berbasis performa dan kepuasan pelanggan, serta meneliti bagaimana digitalisasi pengelolaan komisi berdampak pada produktivitas tenaga penjual di berbagai sektor industri.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Catur Insan Cendekia (UCIC) Cirebon, khususnya kepada para dosen dan civitas akademika yang telah memberikan dukungan, bimbingan, serta fasilitas dalam pelaksanaan penelitian ini. Penghargaan yang setinggi-tingginya juga kami sampaikan kepada PT. Sinar Gunung Jati Cirebon sebagai objek penelitian, yang telah memberikan kesempatan, data, serta informasi yang diperlukan dalam pengembangan sistem ini. Terima kasih atas kerja sama, kepercayaan, dan kontribusi yang sangat berarti dalam mendukung keberhasilan penelitian ini.

REFERENSI

- [1] F. Khasanah, M. Hatta, and S. Suwandi, "ANALISIS SENTIMEN PADA ULASAN PEMBELIAN PRODUK DENGAN METODE SUPPORT VECTOR MACHINE," *JSR: Jaringan Sistem Informasi Robotik*, vol. 8, no. 2, pp. 198–203, 2024.
- [2] S. Suwandi, A. H. A. N. Karsa, and M. Asfi, "Rancang Bangun Aplikasi Manajemen Penjualan Konsinyasi pada Perusahaan Dagang," *Jurnal Syntax Admiration*, vol. 5, no. 4, pp. 1240–1248, 2024.
- [3] R. C. IYADI and S. ISIKADI, "Salesmanship and Sales Performance of Selected Organizations," *World*, vol. 2579, p. 0544, 2023.
- [4] N. W. F. A. Lestari, S. Suwandi, T. Turini, and B. Dewansyah, "EFEKTIFITAS IMPLEMENTASI PENGEMBANGAN SDM PADA PRODUKTIVITAS KARYAWAN BAGIAN PENJUALAN," *Jurnal EBI*, vol. 6, no. 2, pp. 24–29, 2024.
- [5] F. Hasna, S. Zulaihati, and A. Sumiati, "The Effect of Capital Intensity Ratio and Sales Growth to Tax Avoidance with Independent Commissioners as Moderating Variable (Empirical Study on Consumer Goods Industry Companies on the Indonesia Stock Exchange in 2021-2022): English," *Nexus Synergy: A Business Perspective*, vol. 1, no. 2, pp. 72–83, 2023.
- [6] P. Xiao, "Design and Implementation of HTML5-based Mobile Sales Management System," in *2023 Asia-Pacific Conference on Image Processing, Electronics and Computers (IPEC)*, IEEE, 2023, pp. 400–405.
- [7] S. G. Thomson, R. McMorran, and J. P. G. Glendinning, "Rural Land Market Data Report: Analysis of land sales data and proposals for improving future reporting of land market transactions A report to the Scottish Land Commission," 2022.
- [8] M. S. Kim, A. Haslam, and V. Prasad, "Trend of sales revenue by year for top selling cancer drugs in the US and the effect of loss of market exclusivity," *J Cancer Policy*, vol. 43, p. 100533, 2025.
- [9] J. Liu, "Joint Decision of Price Discount, Sales Commission, and LS Effort Based on Numerical Simulation," in *Proceedings of the 2023 4th International Conference on Computer Science and Management Technology*, 2023, pp. 834–839.
- [10] M. M. Lastner *et al.*, "Salesperson motivation, compensation, training and deployment within the sales ecosystem," *Eur J Mark*, vol. 58, no. 3, pp. 812–841, 2024.
- [11] P. Gautier, A. Siegmann, and A. van Vuuren, "Real-estate agent commission structure and sales performance," *J Empir Finance*, vol. 72, pp. 163–187, 2023.
- [12] R. Darmayanti, "Research Design: RnD Research Method," *Available at SSRN 5012967*, 2024.
- [13] A. K. Samaratova, "FEATURES OF USING WATERFALL METHODOLOGIES IN PROJECT MANAGEMENT," *Вестник науки*, vol. 4, no. 10 (79), pp. 39–48, 2024.
- [14] D. B. Aniley, E. A. Jalew, and G. A. Agegnehu, "Selection of Software Development Life Cycle Models using Machine Learning Approach," *Int J Comput Appl*, vol. 186, pp. 36–43, 2024.
- [15] W. D. Febrian and B. Y. Geni, "PENERAPAN TEKNOLOGI BIG DATA DALAM ANALISIS KEBUTUHAN TENAGA KERJA DAN PERENCANAAN SUKSESI ORGANISASI," *EDUSAINTEK: Jurnal Pendidikan, Sains Dan Teknologi*, vol. 11, no. 3, pp. 1309–1319, 2024.
- [16] M. Jibril, "PENGUJIAN SISTEM INFORMASI E-MODUL PADA SMPN 1 TEMPULING MENGGUNAKAN BLACK BOX TESTING," *Jurnal Perangkat Lunak*, vol. 6, no. 2, pp. 327–332, 2024.
- [17] Y. Salamor, J. M. L. Wakim, J. C. Wattimena, D. R. Tisera, and G. I. Behuku, "Mengoptimalkan Arus Keuangan: Pendekatan Diagram Konteks dan DFD level 0 Pada Desain Siklus Pendapatan," *Jurnal Tagalaya Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 1, no. 2, pp. 119–124, 2024.