
KEUNTUNGAN SEBAGAI TUJUAN PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA OCEANA RESORT AND RESTO)

Tineke Wolok¹, Ferawati Lakoro², Aulia Monika Aswad³, Elsa Pakaya⁴, Alfian Tob⁵, Ramadan Eko Putra Pantow⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Negeri Gorontalo

Email: tinekewolok@ung.ac.id¹, feralakoro@gmail.com²,
auliamonikaaswad103@gmail.com³, elsa.pakaya001@gmail.com⁴,
alfiantobi1803@gmail.com⁵, ramadhanekoputrapantow@gmail.com⁶

ABSTRAK: Keuntungan merupakan tujuan utama perusahaan sebagai indikator keberhasilan operasional sekaligus penentu keberlangsungan usaha, khususnya pada sektor hospitality seperti resort dan restoran yang sangat bergantung pada kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan keuntungan sebagai tujuan utama pada Oceana Resort and Resto serta menganalisis peran keuntungan dalam menunjang keberlangsungan usaha dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta didukung oleh data sekunder dari literatur yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Oceana Resort and Resto telah menerapkan orientasi keuntungan melalui penetapan target keuntungan yang terstruktur dan evaluasi keuangan secara berkala. Strategi yang diterapkan meliputi konsep layanan terpadu, penetapan harga yang kompetitif, peningkatan kualitas pelayanan, serta optimalisasi sumber pendapatan. Namun, perusahaan juga menghadapi berbagai kendala seperti fluktuasi jumlah wisatawan, kenaikan biaya operasional, dan persaingan usaha. Dengan demikian, keuntungan memiliki peran penting dalam mendukung operasional, pengembangan usaha, serta menjaga stabilitas keuangan perusahaan, sehingga diperlukan strategi yang adaptif dan berkelanjutan untuk meningkatkan profitabilitas dan daya saing di industri hospitality.

Kata Kunci: Keuntungan, Profitabilitas, Strategi Bisnis, Industri Hospitality, Oceana Resort And Resto.

ABSTRACT: Profit is a company's primary objective, both as an indicator of operational success and as a determinant of business sustainability, particularly in the hospitality sector, such as resorts and restaurants, which rely heavily on service quality and customer satisfaction. This study aims to determine the implementation of profit as a primary objective at Oceana Resort and Resto and to analyze its role in supporting business sustainability and the factors influencing it. The method used was a qualitative approach with descriptive research, with data collection techniques through observation, interviews, and documentation, supported by secondary data from relevant literature. The results indicate that Oceana Resort and Resto has implemented a profit orientation through setting structured profit targets and regular financial evaluations. The strategies implemented include an integrated service concept, competitive pricing, improving service quality, and optimizing revenue sources. However, the company also faces various obstacles such as fluctuating tourist numbers, rising operational costs, and business competition. Therefore, profit plays a crucial role in supporting operations, business

development, and maintaining the company's financial stability. Therefore, an adaptive and sustainable strategy is needed to increase profitability and competitiveness in the hospitality industry.

Keywords: Profit, Profitability, Business Strategy, Hospitality Industry, Oceana Resort And Resto.

A. PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis, tujuan utama perusahaan adalah memperoleh keuntungan maksimal sebagai indikator keberhasilan operasional. Keuntungan ini menjadi elemen penting karena tidak hanya mencerminkan kinerja perusahaan, tetapi juga berperan dalam menjaga keberlangsungan usaha serta kesejahteraan pemilik dan karyawan (Kasmir, 2008). Tanpa keuntungan yang stabil, perusahaan akan kesulitan bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat.

Pada sektor hospitality seperti resort dan restoran, sumber keuntungan utama berasal dari penjualan jasa penginapan serta makanan dan minuman kepada pelanggan. Industri ini memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan sektor lainnya karena sangat bergantung pada kualitas layanan dan pengalaman pelanggan. Oleh karena itu, keberhasilan dalam industri ini tidak hanya ditentukan oleh volume penjualan, tetapi juga oleh kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Untuk mencapai keuntungan yang optimal, perusahaan hospitality perlu melakukan pengelolaan sumber daya secara efisien serta pengendalian biaya yang ketat. Biaya operasional yang tinggi, seperti biaya tenaga kerja, bahan baku, dan pemeliharaan fasilitas, menjadi tantangan utama yang harus diatasi. Pengelolaan yang tidak efektif dapat menyebabkan penurunan profitabilitas, meskipun tingkat penjualan relatif tinggi.

Selain itu, strategi pemasaran yang tepat sangat diperlukan untuk meningkatkan pangsa pasar dan menciptakan persepsi nilai yang baik di mata pelanggan (Geller, 1985). Perusahaan harus mampu menyesuaikan harga dengan kualitas layanan yang diberikan agar pelanggan merasa puas. Pelayanan yang berkualitas tinggi juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya mendorong kunjungan ulang (repeat visit).

Oceana Resort and Resto merupakan salah satu contoh usaha hospitality yang mengintegrasikan layanan penginapan dan restoran dalam satu kesatuan bisnis. Konsep ini

memungkinkan perusahaan untuk memaksimalkan potensi pendapatan dari berbagai sumber. Melalui pengembangan kualitas layanan serta pengelolaan sumber daya manusia yang baik, perusahaan berupaya meningkatkan tingkat okupansi dan daya saing di pasar.

Namun demikian, perusahaan hospitality juga menghadapi persaingan yang sangat ketat. Setiap pelaku usaha dituntut untuk memiliki strategi keunggulan kompetitif, baik melalui efisiensi biaya (cost leadership) maupun diferensiasi layanan (Porter, 1985). Selain itu, tingginya biaya operasional sering kali menjadi kendala yang memerlukan solusi strategis, seperti kerja sama jaringan atau model bisnis tertentu untuk menekan biaya.

Faktor eksternal juga turut memengaruhi kinerja perusahaan, seperti perubahan kondisi ekonomi dan kejadian tak terduga, termasuk pandemi. Fluktuasi jumlah pengunjung dapat berdampak langsung pada penurunan pendapatan dan margin keuntungan. Oleh karena itu, perusahaan perlu menerapkan strategi yang adaptif, seperti manajemen pendapatan (revenue management) dan penetapan harga dinamis (dynamic pricing) untuk menjaga stabilitas pendapatan.

Di era digital saat ini, integrasi teknologi dalam operasional dan pemasaran menjadi kebutuhan yang tidak dapat dihindari. Pemanfaatan teknologi dapat meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat posisi kompetitif perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi profitabilitas Oceana Resort and Resto, sehingga dapat dirumuskan strategi jangka panjang yang mampu beradaptasi dengan dinamika lingkungan bisnis.

B. KAJIAN PUSTAKA

1. Pengertian Keuntungan

Keuntungan merupakan selisih antara total pendapatan dan total biaya dalam suatu periode akuntansi (Soemarso, 2010). Keuntungan terjadi ketika pendapatan yang diperoleh perusahaan melebihi seluruh beban operasional yang dikeluarkan (Suwardjono, 2008). Selain itu, keuntungan juga dipandang sebagai imbalan atas risiko dan upaya dalam menghasilkan barang atau jasa serta mencerminkan peningkatan ekuitas tanpa adanya kontribusi tambahan dari pemilik (Themin, 2012).

Dalam konteks industri hospitality, keuntungan diperoleh dari pendapatan jasa seperti penginapan dan food and beverage (Kasmir, 2019). Keuntungan tidak hanya menjadi

indikator kinerja keuangan, tetapi juga mencerminkan efisiensi operasional perusahaan. Oleh karena itu, pengukuran keuntungan menjadi dasar penting dalam evaluasi dan pengambilan keputusan bisnis. Secara umum, keuntungan dapat dihitung dengan rumus: Profit = Revenue – Cost of Goods Sold – Operating Expenses (Themini, 2012).

2. Tujuan Perusahaan

Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan guna meningkatkan kesejahteraan pemilik serta nilai perusahaan (Martono & Harjito, 2005). Keuntungan yang optimal dapat meningkatkan nilai saham, memberikan dividen, serta mendukung pertumbuhan jangka panjang perusahaan (Kasmir, 2008).

Selain itu, perusahaan juga bertujuan untuk menjaga keberlangsungan usaha melalui pengelolaan risiko, inovasi, serta adaptasi terhadap perubahan pasar (Porter, 1985). Dalam sektor hospitality, tujuan perusahaan tidak hanya berfokus pada aspek finansial, tetapi juga pada kepuasan pelanggan, peningkatan kualitas layanan, serta pencapaian tingkat okupansi yang optimal (Geller, 1985). Dengan demikian, keseimbangan antara tujuan finansial dan non-finansial menjadi kunci keberhasilan perusahaan.

3. Jenis-Jenis Keuntungan

Keuntungan dapat dibedakan menjadi beberapa jenis. Laba kotor merupakan selisih antara penjualan dan harga pokok penjualan (HPP), yang mencerminkan efisiensi produksi (Soemarso, 2010). Laba operasional diperoleh setelah dikurangi biaya operasional seperti gaji dan biaya administrasi, yang menunjukkan kinerja inti perusahaan (Suwardjono, 2008).

Laba bersih merupakan keuntungan akhir setelah dikurangi seluruh beban termasuk pajak, dan menjadi indikator utama profitabilitas perusahaan (Themini, 2012). Selain itu, terdapat laba sebelum bunga dan pajak (EBIT) yang digunakan untuk mengukur kinerja operasional tanpa dipengaruhi struktur pembiayaan (Martono & Harjito, 2005). Laba ditahan juga menjadi bagian penting karena digunakan untuk reinvestasi dan pengembangan usaha di masa depan.

4. Faktor yang Mempengaruhi Keuntungan

Keuntungan perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Faktor internal meliputi harga jual, biaya operasional, kualitas layanan, serta efisiensi manajemen (Kasmir, 2019). Penentuan harga yang tepat dan pengendalian biaya yang efektif dapat meningkatkan margin keuntungan.

Selain itu, jumlah penjualan yang dipengaruhi oleh tingkat okupansi, strategi pemasaran, serta loyalitas pelanggan juga menjadi faktor penting (Kotler & Keller, 2016). Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong repeat business (Zeithaml et al., 2018).

Faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, inflasi, regulasi pemerintah, serta tingkat persaingan juga berpengaruh terhadap keuntungan perusahaan (Porter, 1985). Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan manajemen risiko dan strategi adaptif untuk menghadapi perubahan lingkungan bisnis.

5. Hubungan Keuntungan dengan Keberlangsungan Usaha

Keuntungan memiliki peran penting dalam menjaga keberlangsungan usaha perusahaan. Keuntungan yang diperoleh dapat digunakan untuk ekspansi usaha, peningkatan fasilitas, serta inovasi layanan (Martono & Harjito, 2005). Reinvestasi keuntungan juga dapat meningkatkan daya saing perusahaan di pasar.

Selain itu, keuntungan berfungsi sebagai cadangan keuangan untuk menghadapi ketidakpastian bisnis, seperti fluktuasi permintaan atau kondisi ekonomi yang tidak stabil (Kasmir, 2008). Keuntungan yang stabil mencerminkan kesehatan keuangan perusahaan dan meningkatkan kepercayaan investor serta pemangku kepentingan.

Tujuan Penelitian

Tujuan penulisan dalam artikel ini adalah untuk mengetahui penerapan keuntungan sebagai tujuan utama pada Oceana Resort and Resto dalam menjalankan kegiatan usahanya. Selain itu, penulisan ini juga bertujuan untuk menganalisis bagaimana keuntungan berperan dalam menunjang keberlangsungan usaha, termasuk dalam pengembangan bisnis, peningkatan kualitas layanan, dan kesejahteraan karyawan. Penulisan ini juga mengidentifikasi berbagai faktor yang mempengaruhi tingkat keuntungan, baik dari aspek

internal maupun eksternal perusahaan. Terakhir, penulisan ini bertujuan untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam mencapai keuntungan yang optimal serta upaya perusahaan dalam meningkatkan profitabilitas secara berkelanjutan.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami secara mendalam strategi yang diterapkan oleh Oceana Resort and Resto dalam meningkatkan keuntungan. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif, yang bertujuan menggambarkan kondisi nyata terkait pengelolaan usaha, strategi, serta kendala dalam mencapai profit optimal.

Sumber data terdiri dari data primer yang diperoleh melalui observasi dan wawancara dengan pihak terkait, serta data sekunder dari buku, jurnal, dan laporan yang relevan. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Adapun teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan cara mengolah, menyusun, dan menginterpretasikan data secara sistematis untuk menghasilkan kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Keuntungan merupakan tujuan utama yang menjadi dasar dalam pengelolaan Oceana Resort and Resto. Hal ini tercermin dari adanya penetapan target keuntungan secara terstruktur, baik dalam jangka bulanan maupun tahunan. Penetapan target tersebut berfungsi sebagai pedoman dalam mengarahkan seluruh aktivitas operasional perusahaan. Dengan demikian, keuntungan tidak hanya diposisikan sebagai hasil akhir, tetapi juga sebagai instrumen pengendali dalam pengambilan keputusan manajerial. Selain itu, perusahaan secara konsisten melakukan evaluasi terhadap pendapatan dan pengeluaran setiap periode untuk memastikan tercapainya keseimbangan keuangan. Apabila terjadi ketidaksesuaian antara pendapatan dan biaya, maka manajemen akan segera melakukan langkah korektif guna menjaga stabilitas finansial.

Orientasi terhadap keuntungan juga tercermin dalam model bisnis yang diterapkan, yaitu konsep layanan terpadu (*integrated service*). Oceana Resort and Resto tidak hanya menyediakan jasa penginapan, tetapi juga dilengkapi dengan restoran, ruang pertemuan, serta fasilitas diving center. Konsep ini memungkinkan perusahaan untuk memaksimalkan sumber pendapatan dari berbagai lini usaha sekaligus. Dengan adanya integrasi layanan

tersebut, setiap pelanggan memiliki potensi untuk memanfaatkan lebih dari satu fasilitas, sehingga meningkatkan nilai ekonomi per pelanggan. Di sisi lain, strategi penetapan harga dilakukan dengan mempertimbangkan struktur biaya operasional serta dinamika harga bahan baku, namun tetap disesuaikan dengan kondisi pasar agar tetap kompetitif.

Dalam konteks keberlangsungan usaha, keuntungan memiliki peran yang sangat signifikan. Keuntungan yang diperoleh digunakan untuk mendukung operasional perusahaan, seperti pembayaran gaji karyawan, pemeliharaan fasilitas, serta penyediaan bahan baku. Selain itu, keuntungan juga berfungsi sebagai indikator kesehatan keuangan perusahaan. Stabilitas keuntungan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kinerja dan daya saing di industri hospitality. Lebih lanjut, keuntungan memungkinkan perusahaan untuk melakukan pengembangan usaha, baik melalui peningkatan kualitas layanan maupun penambahan fasilitas. Keuntungan juga berperan sebagai cadangan keuangan dalam menghadapi ketidakpastian, seperti fluktuasi jumlah wisatawan maupun kenaikan biaya operasional.

Strategi yang diterapkan oleh Oceana Resort and Resto dalam meningkatkan keuntungan menunjukkan adanya pendekatan yang terintegrasi antara aspek pemasaran, operasional, dan pelayanan. Strategi diferensiasi menjadi salah satu pendekatan utama, yaitu dengan menawarkan layanan yang lengkap dalam satu lokasi. Selain itu, pemanfaatan lokasi strategis yang berdekatan dengan destinasi wisata hiu paus serta akses transportasi menjadi keunggulan kompetitif yang mampu menarik wisatawan. Perusahaan juga menerapkan strategi penetapan harga berbasis biaya dengan tetap mempertimbangkan daya beli konsumen. Upaya promosi dilakukan secara situasional, terutama pada periode tertentu seperti bulan Ramadan atau saat tingkat kunjungan menurun. Di samping itu, peningkatan kualitas pelayanan menjadi fokus utama melalui pelatihan karyawan agar mampu memberikan pelayanan yang profesional dan memuaskan. Optimalisasi sumber pendapatan, khususnya dari penggunaan ruang meeting, juga menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan keuntungan.

Tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Jumlah kunjungan wisatawan menjadi faktor dominan yang mempengaruhi tingkat hunian kamar dan penggunaan fasilitas. Selain itu, pemanfaatan ruang meeting pada periode tertentu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pendapatan perusahaan. Faktor

lain yang turut mempengaruhi adalah fluktuasi harga bahan baku, terutama pada sektor restoran, yang berdampak pada peningkatan biaya operasional. Lokasi yang strategis memberikan kemudahan akses bagi wisatawan sehingga meningkatkan potensi kunjungan. Di sisi lain, kualitas pelayanan karyawan memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Efektivitas strategi promosi juga berperan dalam meningkatkan jumlah kunjungan, khususnya pada kondisi pasar yang kurang stabil.

Meskipun demikian, dalam upaya mencapai keuntungan yang optimal, Oceana Resort and Resto dihadapkan pada berbagai kendala. Fluktuasi jumlah wisatawan akibat faktor musiman menyebabkan pendapatan perusahaan tidak stabil sepanjang tahun. Selain itu, kenaikan harga bahan baku menjadi tantangan yang mempengaruhi margin keuntungan, terutama pada sektor restoran. Tingginya biaya operasional akibat banyaknya layanan yang disediakan juga menjadi faktor yang perlu dikelola secara efisien. Persaingan dengan usaha sejenis menuntut perusahaan untuk terus berinovasi dan mempertahankan kualitas layanan. Di samping itu, konsistensi pelayanan karyawan menjadi tantangan tersendiri karena berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Ketergantungan pada momen tertentu, seperti musim liburan dan kegiatan meeting, juga menyebabkan distribusi pendapatan yang tidak merata, sehingga menjadi tantangan dalam menjaga stabilitas keuntungan secara berkelanjutan.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa Oceana Resort and Resto telah menerapkan keuntungan sebagai tujuan utama dalam menjalankan usahanya melalui penetapan target keuntungan yang jelas serta evaluasi rutin terhadap pendapatan dan pengeluaran. Konsep layanan terpadu yang mencakup resort, restoran, ruang meeting, dan diving center menjadi strategi utama dalam memaksimalkan sumber pendapatan. Dengan demikian, setiap aktivitas operasional yang dilakukan selalu diarahkan untuk mendukung pencapaian keuntungan secara optimal.

Keuntungan memiliki peran yang sangat penting dalam menunjang keberlangsungan usaha Oceana, baik untuk membiayai operasional, menjaga kualitas layanan, maupun sebagai indikator kinerja perusahaan. Selain itu, keuntungan juga memungkinkan perusahaan untuk terus berkembang dan bertahan dalam menghadapi persaingan serta ketidakpastian jumlah

wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan keuntungan tidak hanya sebagai hasil, tetapi juga sebagai faktor penentu keberlanjutan bisnis.

Namun demikian, dalam upaya mencapai keuntungan yang optimal, Oceana masih menghadapi berbagai kendala seperti fluktuasi jumlah wisatawan, kenaikan biaya bahan baku, serta tingginya biaya operasional. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat dan berkelanjutan agar perusahaan dapat menjaga stabilitas pendapatan serta meningkatkan daya saing di industri pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Enz, C. A. (2010). *Hospitality Strategic Management: Concepts and Cases*. Wiley. (Tautan: <https://www.wiley.com/enus/Hospitality+Strategic+Management%3A+Concepts+and+Cases%2C+2nd+Edition-p-9780470344180>)
- Geller, J. E. (1985). *Food and Beverage Cost Control*. Wiley. (Tautan: <https://www.wiley.com/enus/Food+and+Beverage+Cost+Control%2C+2nd+Edition-p-9780471376292>)
- Gu, Z., & Ryan, C. (2008). *Journal of Hospitality & Tourism Research*. Sage Publications. (Tautan: <https://journals.sagepub.com/loi/jhxa>)
- Kasmir. (2008). *Analisa Laporan Keuangan*. Rajawali Pers. (Tautan: <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/2597/>)
- Kasmir. (2019). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Rajagrafindo Persada. (Tautan: https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Research-14673-16_0543.pdf)
- Klikpajak. (2022). *Panduan Perhitungan Laba Kotor dan Bersih*. Klikpajak.id. (Tautan: <https://klikpajak.id/blog/laba-kotor/>)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson. (Tautan: <https://www.pearson.com/enus/subjectcatalog/p/marketingmanagement/P200000006774/9780134236933>)
- Manajemen Hospitality. (2024). *Revenue Management di Industri Hotel*. Jurnal Manajemen Hospitality. (Tautan: https://www.researchgate.net/publication/strategi_revenue_hotel)
- Martono, & Harjito. (2005). *Manajemen Keuangan*. Grasindo. (Tautan: <https://repository.usbypkp.ac.id/6550/6/DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>)
- OJK. (2022). *Laporan Keuangan Sektor Keuangan*. Otoritas Jasa Keuangan. (Tautan: <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/laporan-keuangan/>)

- Penelitian BEI. (2021). Dampak Pandemi pada Subsektor Hotel dan Restoran. Bursa Efek Indonesia. (Tautan: <https://www.idx.co.id/id/data-pasar/laporan-statistik>)
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
(Tautan: https://books.google.com/books/about/Competitive_Advantage.html?id=cMytzQEACAAJ)
- Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2003). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. CABI Publishing. (Tautan: <https://www.cabi.org/bookshop/book/9780851996645>)
- Sanchís, J. R., & Campos, M. (2001). Franchising in Hospitality. *Journal of Hospitality Management*.
(Tautan: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/franchise_hospitality)
- Soemarso. (2010). *Akuntansi Keuangan*. PT Rineka Cipta.
(Tautan: <https://repository.uki.ac.id/3060/7/DaftarPustaka.pdf>)
- Strategi Bisnis Hotel. (2018). *Optimalisasi Okupansi Hotel*. Jurnal Strategi Bisnis. (Tautan: https://www.researchgate.net/publication/strategi_bisnis_hotel_2018)
- Suwardjono. (2008). *Teori Akuntansi Keuangan*. BPFE-Yogyakarta.
(Tautan: <http://repository.ulb.ac.id/982/6/DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>)
- Themín, H. (2012). *Akuntansi Manajemen*. Salemba Empat.
(Tautan: <https://eprints.ums.ac.id/57521/8/DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>)
- Yulianti. (2014). *Manajemen Keuangan Lanjutan*. Penerbit Andi. (Tautan: [https://repositori.buddhidharma.ac.id/2124/1/COVER%20-%20BAB%20III%20\(REVISED\).pdf](https://repositori.buddhidharma.ac.id/2124/1/COVER%20-%20BAB%20III%20(REVISED).pdf))
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.
(Tautan: <https://www.mheducation.com/highered/product/services-marketing-zeithaml-bitner-gremler/M9781260092049.html>).