

ANALISA PRINSIP DASAR ETIKA PROFESI AKUNTAN

Shaskia Nurdianti
Akuntansi
shaskianurdianti@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa prinsip dasar etika profesi akuntan. Prinsip dasar etika menjelaskan lima prinsip dasar etika akuntan antara lain; integritas, objektivitas, kompetensi, kehati-hatian profesional, kerahasiaan, dan perilaku professional. Etika Profesi Akuntansi yaitu suatu ilmu yang membahas perilaku perbuatan baik dan buruk manusia sejauh yang dapat dipahami oleh pikiran manusia terhadap pekerjaan yang membutuhkan pelatihan dan penguasaan terhadap suatu pengetahuan khusus sebagai Akuntan.

Kata kunci: Prinsip dasar etika, Profesi Akuntan, Etika Bisnis

PENDAHULUAN

Akuntan publik dalam melaksanakan pemeriksaan akuntan, memperoleh kepercayaan dari klien dan para pemakai laporan keuangan untuk membuktikan kewajaran laporan keuangan yang disusun dan disajikan oleh klien (Putri & Ghazali, 2021). Profesi akuntan publik akan selalu berhadapan dengan dilema yang mengakibatkan seorang akuntan publik berada pada dua pilihan yang bertentangan (Defia Riski Anggarini, Putri, et al., 2021). Seorang akuntan publik akan mengalami suatu dilema ketika tidak terjadi kesepakatan dengan klien mengenai beberapa aspek dan tujuan pemeriksaan (Putri, 2021). Apabila akuntan publik memenuhi tuntutan klien berarti akan melanggar standar pemeriksaan, etika profesi dan komitmen akuntan publik tersebut terhadap profesinya (Setiawan et al., 2021), tetapi apabila tidak memenuhi tuntutan klien maka dikhawatirkan akan berakibat pada penghentian penugasan oleh klien (Permatasari, 2019). Kode etik akuntan Indonesia dalam pasal 1 ayat (2) adalah berisi tentang setiap anggota harus mempertahankan integritas dan objektivitas dalam melaksanakan tugasnya tentang kualitas atau mutu jasa yang diberikan (Permatasari & Anggarini, 2020).

Kurangnya kesadaran etika akuntan publik dan maraknya manipulasi akuntansi korporat membuat kepercayaan para pemakai laporan keuangan audit mulai menurun, sehingga para pemakai laporan keuangan seperti investor dan kreditur mempertanyakan eksistensi akuntan publik sebagai pihak independen (ANGGARINI & PERMATASARI, 2020). Krisis moral dalam dunia bisnis yang mengemuka akhir-akhir ini adalah kasus Kimia Farma dan Bank Lippo, dengan melibatkan kantor-kantor akuntan publik yang selama ini diyakini memiliki kualitas audit tinggi (Nani, 2020). Kasus Kimia Farma dan Bank Lippo juga berawal dari terdeteksinya manipulasi dalam laporan keuangan (Permatasari, n.d.). Pelanggaran-pelanggaran seakan menjadi titik tolak bagi masyarakat pemakai jasa profesi akuntan publik untuk menuntut mereka bekerja secara lebih profesional dengan mengedepankan integritas diri dan profesinya sehingga hasil laporannya benar-benar adil dan transparan (Lina & Permatasari, 2020). Hal ini semakin mempengaruhi kepercayaan terhadap profesi akuntan dan masyarakat semakin menyangsikan komitmen akuntan terhadap kode etik profesinya (LIA FEBRIA LINA, 2019). Hal ini seharusnya tidak perlu terjadi atau dapat diatasi apabila setiap akuntan mempunyai pemahaman, pengetahuan dan menerapkan etika secara memadai dalam pekerjaan profesionalnya (Defia Riski Anggarini, 2020).

KAJIAN PUSTAKA

Etika profesi adalah sebuah panduan profesionalisme dalam dunia kerja (NOVITA et al., 2020). Kamu harus memahami etika sebagai profesional yang tepat untuk tahu bagaimana bicara dan bertindak serta mengambil keputusan secara profesional (Novita, Husna, Azwari, Gunawan, Trianti, et al., 2020). Etika profesi tidak hanya berlaku bagi satu profesi, tetapi untuk seluruh profesi pada umumnya (Novita & Husna, 2020b). Dalam profesi tertentu, dapat ditambahkan aturan etika khusus yang sesuai dengan profesi tersebut (Nani, 2019). Sebagai profesional di dunia kerja, kamu harus selalu mengingat etika yang pantas agar dapat menjalin hubungan yang baik dengan seluruh bagian organisasi (Novita, Husna, Azwari, Gunawan, & Trianti, 2020). Akuntan adalah profesi yang terkait dengan aktivitas akuntansi dan mengelola keuangan, menilai wajar atau tidaknya laporan keuangan yang diperiksanya harus bersikap profesional sesuai dengan standar etikaakuntan yang telah ditetapkan oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) (Novita & Husna, 2020a). Sedangkan kuntan publik berperanmeningkatkan kredibilitas dan kualitas informasi yang tertuang dalam laporan keuangan (Suwarni & Handayani, 2021). Etika profesi Akuntan saat ini masih menjadi trandingtopik disebabkan masih terdapat kasusseorang akuntan, Kantor Akuntan Publik (KAP) dan akuntan pemerintah yang melanggar prinsip etika profesinya (F. Fauzi et al., 2021).

Manfaat Etika Profesi

Suatu perusahaan maupun organisasi biasanya memiliki etika profesi yang harus dijunjung dan dihormati oleh seluruh pekerja maupun anggotanya demi tercapainya visi dan misi bersama (Pratama et al., 2022). Etika profesi adalah norma-norma yang mengatur baik dan buruknya dalam berperilaku bagi pemilik profesi baik di lingkungan perusahaan/organisasi maupun di lingkungan masyarakat (*Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang Dengan Pendekatan Business Model Canvas*, 2020). Mengapa keberadaan etika profesi sangat penting di perusahaan/organisasi (F. Fauzi et al., 2020). Berikut beberapa manfaat yang menjadi alasan pentingnya etika profesi, yakni:

Memberikan Rasa Tanggung Jawab

Adanya etika profesi dalam suatu pekerjaan dapat memberikan rasa tanggung jawab kepada si pemilik pekerjaan karena ia diberi amanah serta aturan-aturan khusus yang boleh atau tidak boleh untuk dilakukan (Suwarni et al., 2021). Dengan demikian ia tidak bisa menjalankan pekerjaannya dengan sesuka hatinya (Ahluwalia, 2020). Adapun bagi pemberi pekerjaan, akan lebih menghormati terhadap pekerja tersebut beserta pekerjaannya (Larasati Ahluwalia, 2020).

Sebagai Pedoman Prinsip Profesionalitas

Etika profesi disusun sedemikian rupa untuk dijadikan pedoman prinsip profesionalitas setiap profesi dalam suatu perusahaan atau organisasi (Febrian Eko Saputra, 2018). Setiap profesi harus menjalankan dan menghormati etika profesi ini tanpa kecuali yang b menghargiasanya disertai sanksi bagi pelanggarnya seperti pemberian surat peringatan atau bahkan pemecatan (Lina & Ahluwalia, 2021).

Meningkatkan Kredibilitas Perusahaan/Organisasi

Suatu perusahaan atau organisasi nasional biasanya memiliki kode etik profesi yang mana sangat bermanfaat untuk meningkatkan kredibilitas perusahaan atau organisasi tersebut baik secara internal maupun eksternal (Azwari, A., 2021). Dengan kata lain, baik untuk orang dalam yang terikat kode etik profesi tersebut maupun orang luar yang tidak terikat

akan lebih menghargai perusahaan atau organisasi yang menjunjung tinggi profesionalitas (S. Fauzi & Lia Febria, 2021).

Menciptakan Ketertiban dan Keteraturan

Sebagai sebuah aturan, kode etik profesi dapat dijadikan sebuah sarana untuk menciptakan suasana yang tertib dan teratur dalam suatu perusahaan atau organisasi (Febria Lina & Setiyanto, 2021). Hal ini karena semua orang yang terikat kode etik tersebut harus berjalan dalam koridor-koridor tertentu yang dapat mencegah adanya penyimpangan (Febrian et al., 2021).

Sebagai Kontrol Sosial

Etika profesi juga dapat dijadikan sebagai sarana kontrol sosial seseorang atas profesi yang dimilikinya (Fadly et al., 2020). Dengan kata lain, pemilik profesi akan berfikir terlebih dahulu sebelum melakukan tindakan-tindakan tertentu karena ada aturan yang telah mengikatnya (Khamisah et al., 2020). Jika ia melanggar etika profesi tersebut maka ia harus siap menerima segala konsekuensi yang menyertai segala tindakannya (Fadly & Wantoro, 2019)

Meningkatkan Kesejahteraan Anggota

Nyatanya etika profesi dapat meningkatkan kesejahteraan anggota yang terikat kode etik profesi tersebut (Fitranita & Wijayanti, 2020). Hal ini karena etika profesi juga mengatur hubungan antar anggota atau pekerja maupun hubungan antara pemimpin perusahaan/organisasi dengan anggota/pekerjanya (Fadly & Alita, 2021).

Mencegah Campur Tangan Pihak Luar

Keberadaan etika profesi sangat diperlukan dalam suatu organisasi/perusahaan guna mencegah adanya campur tangan pihak luar yang tidak terikat kode etik tersebut (Sari, 2014). Misalnya saja dalam hal penerimaan anggota/pekerja, pihak luar tidak dapat ikut campur terhadapnya baik terkait prosedur penerimaannya maupun calon-calon yang terpilih (Rosmalasari et al., 2020).

Melindungi Hak-hak Anggota/Pekerja

Selain mengatur tentang tanggung jawab dan kewajiban, etika profesi juga memuat hak-hak anggota/pekerja (Riski, 2018). Oleh karena itu, etika profesi juga bermanfaat untuk melindungi hak-hak anggota/pekerja di suatu perusahaan/organisasi (Agustina et al., 2020).

Sebagai Rujukan Penyelesaian Berbagai Permasalahan

Setiap perusahaan atau organisasi tentunya pernah mengalami permasalahan baik di lingkungan internal maupun eksternal (Defia Riski Anggarini, Nani, et al., 2021). Etika profesi dapat dijadikan sebagai salah satu rujukan untuk menyelesaikan berbagai permasalahan yang timbul di lingkungan perusahaan/organisasi (Rosmalasari, 2017). Hal ini tidak terlepas dari keberadaan etika profesi yang dianggap sebagai norma yang berlaku di dalam perusahaan/organisasi tersebut (Sari & Sukmasari, 2018).

METODE

Dalam artikel ini, metode yang digunakan adalah metode literatur (Defla Riski Anggarini, 2021). Metode literatur atau studi kepustakaan dilakukan dengan mencari data atau informasi riset melalui membaca jurnal ilmiah, buku-buku referensi dan bahan-bahan publikasi yang tersedia di perpustakaan maupun internet (Dhiona Ayu Nani, 2021). Adapun sifat dari penelitian ini adalah analisis deskriptif, yakni penguraian secara teratur

data yang telah diperoleh, kemudian diberikan pemahaman dan penjelasan agar dapat dipahami dengan baik oleh pembaca (Lina et al., 2021). Penulis menggunakan beraneka variasi sumber pustaka dan data sensus internet yang membeberkan seputar Tanggungjawab sosial dalam manajemen (Maryana & Permatasari, 2021). Untuk memperoleh data/isu penulis mengolah data dari beraneka variasi sumber isu internet (Ameraldo & Ghazali, 2021). Berbagai macam variasi dan sumber rujukan yang tersedia menciptakan penulisan artikel ilmiah ini berjalan dengan baik (Ahluwalia et al., 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Etika Profesi Akuntansi yaitu suatu ilmu yang membahas perilaku perbuatan baik dan buruk manusia sejauh yang dapat dipahami oleh pikiran manusia terhadap pekerjaan yang membutuhkan pelatihan dan penguasaan terhadap suatu pengetahuan khusus sebagai Akuntan. Etika adalah sebuah sesuatu dimana dan bagaimana cabang utama filsafat yang mempelajari nilai atau kualitas yang menjadi studi mengenai standar dan penilaian moral. Etika mencakup analisis dan penerapan konsep seperti benar, salah, baik, buruk, dan tanggung jawab. Secara metodologis, tidak setiap hal menilai perbuatan dapat dikatakan sebagai etika. Etika memerlukan sikap kritis, metodis, dan sistematis dalam melakukan refleksi. Karena itulah etika merupakan suatu ilmu. Sebagai suatu ilmu, objek dari etika adalah tingkah laku manusia. Akan tetapi berbeda dengan ilmu-ilmu lain yang meneliti juga tingkah laku manusia, etika memiliki sudut pandang normatif. Maksudnya etika melihat dari sudut baik dan buruk terhadap perbuatan manusia.

Tanggung Jawab profesi

Dalam melaksanakan tanggung jawabnya sebagai profesional, setiap anggota harus senantiasa menggunakan pertimbangan moral dan profesional dalam semua kegiatan yang dilakukannya. Anggota juga harus selalu bertanggungjawab untuk bekerja sama dengan sesama anggota untuk mengembangkan profesi akuntansi, memelihara kepercayaan masyarakat dan menjalankan tanggung jawab profesi dalam mengatur dirinya sendiri. Usaha kolektif semua anggota diperlukan untuk memelihara dan meningkatkan tradisi profesi.

Kepentingan Publik

Dimana publik dari profesi akuntan yang terdiri dari klien, pemberi kredit, pemerintah, pemberi kerja, pegawai, investor, dunia bisnis dan keuangan, dan pihak lainnya bergantung kepada obyektivitas dan integritas akuntan dalam memelihara berjalannya fungsi bisnis secara tertib. Kepentingan utama profesi akuntan adalah untuk membuat pemakai jasa akuntan paham bahwa jasa akuntan dilakukan dengan tingkat prestasi tertinggi sesuai dengan persyaratan etika yang diperlukan untuk mencapai tingkat prestasi tersebut. Dan semua anggota mengikat dirinya untuk menghormati kepercayaan publik. Atas kepercayaan yang diberikan publik kepadanya, anggota harus menunjukkan dedikasi untuk mencapai profesionalisme yang tinggi. Untuk memelihara dan meningkatkan kepercayaan publik, setiap anggota harus memenuhi tanggung jawab profesionalnya dengan integritas setinggi mungkin.

Integritas

Integritas mengharuskan seorang anggota untuk bersikap jujur dan berterus terang tanpa harus mengorbankan rahasia penerima jasa. Pelayanan dan kepercayaan public tidak boleh dikalahkan oleh keuntungan pribadi. Integritas dapat menerima kesalahan yang tidak

disengaja dan perbedaan pendapat yang jujur, tetapi tidak menerima kecurangan atau peniadaan prinsip.

Obyektivitas

Obyektivitas adalah suatu kualitas yang memberikan nilai atas jasa yang diberikan anggota. Prinsip obyektivitas mengharuskan anggota bersikap adil, tidak memihak, jujur secara intelektual, tidak berprasangka atau bias, serta bebas dari benturan kepentingan atau dibawah pengaruh pihak lain. Anggota dalam praktek public memberikan jasa atestasi, perpajakan, serta konsultasi manajemen. Anggota yang lain menyiapkan laporan keuangan sebagai seorang bawahan. melakukan jasa audit internal dan bekerja dalam kapasitas keuangan dan manajemennya di industri, pendidikan, dan pemerintah. Mereka juga mendidik dan melatih orang-orang yang ingin masuk kedalam profesi. Apapun jasa dan kapasitasnya, anggota harus melindungi integritas pekerjaannya dan memelihara obyektivitas.

Kompetensi dan Kehati-hatian Profesional

Setiap anggota harus melaksanakan jasa profesionalnya dengan berhati-hati. kompetensi dan ketekunan, serta mempunyai kewajiban untuk mempertahankan pengetahuan dan ketrampilan. Kompetensi menunjukkan terdapatnya pencapaian dan pemeliharaan suatu tingkat pemahaman dan pengetahuan yang memungkinkan seorang anggota untuk memberikan jasa dengan kemudahan dan kecerdikan. Dalam hal penugasan profesional melebihi kompetensi anggota atau perusahaan, anggota wajib melakukan konsultasi atau menyerahkan klien kepada pihak lain yang lebih kompeten. Setiap anggota bertanggung jawab untuk menentukan kompetensi masing masing atau menilai apakah pendidikan, pedoman dan pertimbangan yang diperlukan memadai untuk bertanggung jawab yang harus dipenuhinya.

Kerahasiaan

Setiap Anggota mempunyai kewajiban untuk menghormati kerahasiaan informasi tentang klien atau pemberi kerja yang diperoleh melalui jasa profesional yang diberikannya, anggota bisa saja mengungkapkan kerahasiaan bila ada hak atau kewajiban professional atau hukum yang mengungkapkannya. Kewajiban kerahasiaan berlanjut bahkan setelah hubungan antar anggota dan klien atau pemberi jasa berakhir.

Perilaku Profesional

Setiap anggota harus berperilaku yang konsisten dengan reputasi profesi yang baik dan menjauhi tindakan yang dapat mendiskreditkan profesi. Kewajiban untuk menjauhi tingkah laku yang dapat mendiskreditkan profesi harus dipenuhi oleh anggota sebagai perwujudan tanggung jawabnya kepada penerima jasa, pihak ketiga, anggota yang lain, staf, pemberi kerja dan masyarakat umum.

Standar Teknis

Setiap anggota harus melaksanakan jasa profesionalnya sesuai dengan standar teknis dan standar profesional yang relevan. Sesuai dengan keahliannya dan dengan berhati-hati, anggota mempunyai kewajiban untuk melaksanakan penugasan dari penerima jasa selama penugasan tersebut sejalan dengan prinsip integritas dan obyektivitas. Standar teknis dan standar profesional yang harus ditaati anggota adalah standar yang dikeluarkan oleh Ikatan Akuntan Indonesia. *Internasional Federation of Accountants*, badan pengatur, dan pengaturan perundang-undangan yang relevan

SIMPULAN

Etika Profesi Akuntansi yaitu suatu ilmu yang membahas perilaku perbuatan baik dan buruk manusia sejauh yang dapat dipahami oleh pikiran manusia terhadap pekerjaan yang membutuhkan pelatihan dan penguasaan terhadap suatu pengetahuan khusus sebagai Akuntan. Dalam kasus tersebut, sanksi pembekuan izin diberikan karena akuntan publik tersebut melakukan pelanggaran terhadap Standar Profesional Akuntan Publik (SPAP). Berdasarkan etika profesi akuntansi, auditor tersebut telah melanggar prinsip keempat, yaitu prinsip objektivitas. Dimana setiap anggota harus menjaga obyektivitasnya dan bebas dari benturan kepentingan dalam pemenuhan kewajiban profesionalnya.

REFERENSI

- Agustina, Y., Sukmasari, D., & Sari, T. D. R. (2020). Impact of risk, commitment, and bonus on completion of difficult targets: Carbon emissions case. In *The Future Opportunities and Challenges of Business in Digital Era 4.0* (pp. 222–226). Routledge.
- Ahluwalia, L. (2020). EMPOWERMENT LEADERSHIP AND PERFORMANCE: ANTECEDENTS. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 7(1), 283.[http://www.nostarch.com/javascriptforkids%0Ahttp://www.investopedia.com/terms/i/in_specie.asp%0Ahttp://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/35612/1/Trabajo de Titulacion.pdf%0Ahttps://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/01/GUIA-METODOL](http://www.nostarch.com/javascriptforkids%0Ahttp://www.investopedia.com/terms/i/in_specie.asp%0Ahttp://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/35612/1/Trabajo%20de%20Titulacion.pdf%0Ahttps://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/01/GUIA-METODOL)
- Ahluwalia, L., Permatasari, B., Husna, N., & Novita, D. (2021). *Penguatan Sumber Daya Manusia Melalui Peningkatan Keterampilan Pada Komunitas ODAPUS Lampung*. 2(1), 73–80. <https://doi.org/10.23960/jpkmt.v2i1.32>
- Ameraldo, F., & Ghazali, N. A. M. (2021). Factors Influencing the Extent and Quality of Corporate Social Responsibility Disclosure in Indonesian Shari'ah Compliant Companies. *International Journal of Business and Society*, 22(2), 960–984.
- ANGGARINI, D. R., & PERMATASARI, B. (2020). *PENGARUH NILAI TUKAR DOLAR ANGGARINI, D. R., & PERMATASARI, B. (2020). PENGARUH NILAI TUKAR DOLAR DAN INFLASI TERHADAP PEREKONOMIAN INDONESIA. 1(2). DAN INFLASI TERHADAP PEREKONOMIAN INDONESIA. 1(2).*
- Anggarini, Defia Riski, Nani, D. A., & Aprianto, W. (2021). Penguatan Kelembagaan dalam Rangka Peningkatan Produktivitas Petani Kopi pada GAPOKTAN Sumber Murni Lampung (SML). *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(1), 59–66. <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i1.59>
- Anggarini, Defia Riski, Putri, A. D., & Lina, L. F. (2021). *Literasi Keuangan untuk Generasi Z di MAN 1 Pesawaran*. 1(1), 147–152.
- Anggarini, Defla Riski. (2021). *Kontribusi Umkm Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Lampung 2020*. 9(2), 345–355.
- Azwari, A, lia febria lina. (2021). Pengaruh Price Discount dan Kualitas Produk pada Impulse Buying di Situs Belanja Online Shopee Indonesia. *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 3(2), 37–41. <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/technobiz/article/view/1098>
- Defia Riski Anggarini, B. P. (2020). *Impluse Buying Ditentukan Oleh Promosi Buy 1 Get 1 Pada Pelanggan Kedai Kopi Ketje Bandar*. 06(02), 27–37.

- Dhiona Ayu Nani, V. A. D. S. (2021). *HOW DOES ECO-EFFICIENCY IMPROVE FIRM FINANCIAL PERFORMANCE? AN EMPIRICAL EVIDENCE FROM INDONESIAN SOEs*. 4(1), 6.
- Fadly, M., & Alita, D. (2021). *Optimalisasi pemasaran umkm melalui*. 4(3), 416–422.
- Fadly, M., Muryana, D. R., & Priandika, A. T. (2020). SISTEM MONITORING PENJUALAN BAHAN BANGUNAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN KEY PERFORMANCE INDICATOR. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 1(1), 15–20.
- Fadly, M., & Wantoro, A. (2019). Model Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan Dengan Kombinasi Pengelolaan Digital Asset Untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan. *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya*, 1, 46–55.
- Fauzi, F., Antoni, D., & Suwarni, E. (2020). WOMEN ENTREPRENEURSHIP IN THE DEVELOPING COUNTRY: THE EFFECTS OF FINANCIAL AND DIGITAL LITERACY ON SMES' GROWTH. *Journal of Governance and Regulation*, 9(4), 106–115. <https://doi.org/10.22495/JGRV9I4ART9>
- Fauzi, F., Antoni, D., & Suwarni, E. (2021). *MAPPING POTENTIAL SECTORS BASED ON FINANCIAL AND DIGITAL LITERACY OF WOMEN ENTREPRENEURS: A STUDY OF THE DEVELOPING ECONOMY*. 10(2), 318–327. <https://doi.org/10.22495/jgrv10i2siart12>
- Fauzi, S., & Lia Febria, L. (2021). *PERAN FOTO PRODUK, ONLINE CUSTOMER REVIEW, ONLINE CUSTOMER RATING PADA MINAT BELI KONSUMEN DI E-COMMERCE*.
- Febria Lina, L., & Setiyanto, A. (2021). Privacy Concerns in Personalized Advertising Effectiveness on Social Media. *SIJDEB*, 5(2), 147–156. <https://doi.org/10.29259/sijdeb.v5i2.147-156>
- Febrian, A., Lina, L. F., Safitri, V. A. D., & Mulyanto, A. (2021). Pemasaran digital dengan memanfaatkan landing page pada perusahaan start-up. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 4(3), 313. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v4i3.10103>
- Febrian Eko Saputra, L. F. L. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) (Periode 2014-2016). *Jurnal EMT KITA*, 2(2), 62. <https://doi.org/10.35870/emt.v2i2.55>
- Fitranita, V., & Wijayanti, I. O. (2020). Journal Accounting and Finance Edisi Vol. 4 No. 1 Maret 2020. *Accounting and Finance*, 4(1), 20–28.
- Khamisah, N., Nani, D. A., & Ashsifa, I. (2020). Pengaruh Non Performing Loan (NPL), BOPO dan Ukuran Perusahaan Terhadap Return On Assets (ROA) Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek : *International Journal of ...*, 3(2), 18–23. <https://ejournal.teknokrat.ac.id/index.php/technobiz/article/view/836>
- Larasati Ahluwalia, K. P. (2020). Pengaruh Kepemimpinan Pemberdayaan Pada Kinerja Dan Keseimbangan Pekerjaan-Rumah Di Masa Pandemi Ncovid-19. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, VII(2), 119–128.
- LIA FEBRIA LINA, B. P. (2019). *KREDIBILITAS SELEBRITI MIKRO PADLIA FEBRIA LINA, B. P. (2019). KREDIBILITAS SELEBRITI MIKRO PADA NIAT BELI*

PRODUK DI MEDIA SOSIAL. 1(2), 41–50. A NIAT BELI PRODUK DI MEDIA SOSIAL. 1(2), 41–50.

- Lina, L. F., & Ahluwalia, L. (2021). Customers' impulse buying in social commerce: The role of flow experience in personalized advertising. *Jurnal Manajemen Maranatha, 21(1)*, 1–8. <https://doi.org/10.28932/jmm.v21i1.3837>
- Lina, L. F., Nani, D. A., & Novita, D. (2021). *zc. September*, 188–193.
- Lina, L. F., & Permatasari, B. (2020). Social Media Capabilities dalam Adopsi Media Sosial Guna Meningkatkan Kinerja UMKM. *Jembatan: Jurnal Ilmiah Manajemen, 17(2)*, 227–238. <https://doi.org/10.29259/jmbt.v17i2.12455>
- Maryana, S., & Permatasari, B. (2021). *PENGARUH PROMOSI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung)*. *4(2)*, 62–69.
- Nani, D. A. (2019). Islamic Social Reporting: the Difference of Perception Between User and Preparer of Islamic Banking in Indonesia. *TECHNOBIZ: International Journal of Business, 2(1)*, 25. <https://doi.org/10.33365/tb.v2i1.280>
- Nani, D. A. (2020). Efektivitas Penerapan Sistem Insentif Bagi Manajer Dan Karyawan. *Jurnal Bisnis Darmajaya, 6(1)*, 44–54.
- NOVITA, D., ARNAS, Y., & SUPRIYAADI, A. (2020). *KAJIAN SISTEM KEAMANAN DI SECURITY CHECK POINT (SCP) 2 BANDAR UDARA INTERNASIONAL MINANGKABAU PADANG. 13(1)*, 105–116.
- Novita, D., & Husna, N. (2020a). Peran ecolabel awareness dan green perceived quality pada purchase intention. *Jurnal Manajemen Maranatha, 20(1)*, 85–90.
- Novita, D., & Husna, N. (2020b). The influence factors of consumer behavioral intention towards online food delivery services. *Jurnal Technobiz, 3(2)*, 40–42.
- Novita, D., Husna, N., Azwari, A., Gunawan, A., & Trianti, D. (2020). *Behavioral Intention Toward Online Food delivery (The Study Of Consumer Behavior During Pandemic Covid-19)*. *17(1)*, 52–59.
- Novita, D., Husna, N., Azwari, A., Gunawan, A., Trianti, D., & Bella, C. (2020). Behavioral Intention Toward Online Food Delivery (OFD) Services (the study of consumer behavior during pandemic COVID-19). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa), 17(1)*, 52–59.
- Permatasari, B. (n.d.). *THE EFFECT OF PERCEIVED VALUE ON E-COMMERCE APPLICATIONS IN FORMING CUSTOMER PURCHASE INTEREST AND ITS*. 101–112.
- Permatasari, B. (2019). Penerapan Teknologi Tabungan Untuk Siswa Di Sd Ar Raudah Bandar Lampung. *TECHNOBIZ: International Journal of Business, 2(2)*, 76. <https://doi.org/10.33365/tb.v3i2.446>
- Permatasari, B., & Anggarini, D. R. (2020). Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Oleh Strategi Sebagai Variabel Intervening Pada WaruPermatasari, B., Permatasari, B., &

- Anggarini, D. R. (2020). Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Oleh Strategi Sebagai Variabel Intervening Pada WaruPermatasari, B., & Anggarini, . *Jurnal Manajerial*, 19(2), 99–111.
- Pratama, E. N., Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2022). The Effect Of Job Satisfaction And Organizational Commitment On Turnover Intention With Person Organization Fit As Moderator Variable. *Atm*, 6(1), 74–82.
- Putri, A. D. (2021). Maksimalisasi Media Sosial untuk Meningkatkan Pendapatan dan Pengembangan Diri Generasi Z di MAN 1 Pesawaran. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 2(2), 37. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v2i2.1180>
- Putri, A. D., & Ghazali, A. (2021). *ANALYSIS OF COMPANY CAPABILITY USING 7S MCKINSEY FRAMEWORK TO SUPPORT CORPORATE SUCCESSION (CASE STUDY : PT X INDONESIA)*. 11(1), 45–53. <https://doi.org/10.22219/mb.v11i1>.
- Riski, D. (2018). Pengaruh Total Pendapatan Daerah Dan Pajak Daerah Terhadap Laju Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Lampung. *TECHNOBIZ : International Journal of Business*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.33365/tb.v1i1.182>
- Rosmalasari, T. D. (2017). Analisa Kinerja Keuangan Perusahaan Agroindustri Go Publik Sebelum dan Pada Masa Krisis. *Jurnal Ilmiah GEMA EKONOMI*, 3(2 Agustus), 393–400.
- Rosmalasari, T. D., Lestari, M. A., Dewantoro, F., & Russel, E. (2020). Pengembangan E-Marketing Sebagai Sistem Informasi Layanan Pelanggan Pada Mega Florist Bandar Lampung. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 1(1), 27–32.
- Sari, T. D. R. (2014). *PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, KONTROL PERILAKU PERSEPSIAN TERHADAP PERILAKU KEPATUHAN PAJAK WP BADAN*. Universitas Lampung.
- Sari, T. D. R., & Sukmasari, D. (2018). Does Organizational Learning and Innovation Influence Performance? *Journal of Behavioural Economics, Finance, Entrepreneurship, Accounting and Transport*, 6(1), 22–25.
- Setiawan, A., Lina, L. F., & Novita, D. (2021). *PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DI GARAGE AWAN CARBON BANDAR LAMPUNG*. 1(1), 22–25.
- Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang Dengan Pendekatan Business Model Kanvas, 19 *Journal Management, Business, and Accounting* 320 (2020).
- Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2021). Development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) to Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2021). Development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) to Strengthen Indonesia's Economic Post COVID-19. *Business Management and Strategy*, 12(2), 19. h. *Business Management and Strategy*, 12(2), 19. <https://doi.org/10.5296/bms.v12i2.18794>
- Suwarni, E., Rosmalasar, T. D., Fitri, A., & Rossi, F. (2021). Sosialisasi Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Minat dan Motivasi Siswa Mathla'ul Anwar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(4), 157–163. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.28>