

ANALISA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA KASUS PT. TAMBANG TONONO NUSANJAYA

Atika Suri
Akuntansi
atikasuri@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa tanggungjawab sosial perusahaan di PT. Tambang Tondono Nusanjaya. *Coorporate Sosial Responsibility*, adalah bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sekitar, meliputi beberapa aspek yaitu aspek ekonomi, hukum, etika serta kontribusi pada isu social. CSR sangat bermanfaat untuk masyarakat dan dapat meningkatkan image perusahaan. Jadi, seharusnya dunia usaha tidak memandang CSR sebagai suatu tuntutan represif dari masyarakat, melainkan sebagai kebutuhan dunia usaha, Reputasi perusahaan akan menjadi aspek sangat penting dan terkait dengan kinerja tanggung jawab sosial. praktek CSR yang baik akan menghasilkan manfaat yang tidak tampak seperti reputasi, komitmen dan pembelajaran serta manfaat-manfaat yang tak tampak lainnya, misalnya efisiensi biaya operasional perusahaan. Perusahaan meyakini bahwa program CSR merupakan investasi demi pertumbuhan dan keberlanjutan (sustainability) usaha.

Kata kunci: CSR,

PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility atau CSR merupakan salah satu kewajiban atau tanggung jawab yang harus dilakukan oleh perusahaan atau perusahaan wajib untuk melaksanakan kewajibannya yang bukan merupakan beban bagi perusahaan atau yang memberatkan perusahaan tersebut (Putri & Ghazali, 2021). Perlu diingat pembangunan suatu negara bukan hanya tanggung jawab pemerintah dan industri saja tetapi setiap insan manusia berperan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial dan pengelolaan kualitas hidup masyarakat (Putri, 2021). Dalam kegiatan usaha, sebagai pelaku bisnis perusahaan memiliki tanggung jawab untuk membangun hubungan yang harmonis terhadap masyarakat yang berada disekitar lingkungan operasi perusahaan (Ahluwalia et al., 2021). Pada teorinya, perusahaan dianggap memiliki tanggung jawab moral terhadap lingkungan, masyarakat yang terlingkup dalam seluruh aktivitas bisnisnya, baik yang terkena dampak langsung maupun tidak langsung (Defia Riski Anggarini, Putri, et al., 2021).

Secara historis, tanggung jawab sosial ini telah ada sejak jaman dahulu, yang berisi sanksi terhadap pengusaha yang lalai dalam melaksanakan aktivitas bisnisnya (LIA FEBRIA LINA, 2019). Salah satu contoh adalah pengusaha harus menjaga kenyamanan dalam menjalankan bisnis usahanya (Ahluwalia, 2020). Jika terjadi ketidaknyamanan bahkan menyebabkan kematian, pengusaha tersebut bisa dikenai sanksi hukuman mati (Permatasari, 2019). Penggunaan istilah *Corporate Social Responsibility* dimulai sejak tahun 1970an komponen penting untuk *Sustainable Development* yaitu, *economic growth*, *environmental protection*, dan *social equiry* (Maryana & Permatasari, 2021). selanjutnya ditegaskan kembali menjadi 3(tiga) fokus yaitu *profit*, *people and planet*(ANGGARINI & PERMATASARI, 2020) Yang selanjutnya dideskripsikan bahwa perusahaan yang baik adalah perusahaan yang tidak hanya mengejar keuntungan tapi sekaligus perusahaan yang peduli terhadap keberlangsungan lingkungan dan kemaslahatan masyarakat (Lina & Permatasari, 2020). Tanggung jawab sosial ini merupakan strategi bisnis jangka panjang

perusahaan untuk bertindak secara etis (Suwarni et al., 2021), beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi yang bersamaan dalam peningkatan kualitas hidup, pelestarian lingkungan dan kesejahteraan rakyat secara lebih luas (Permatasari, n.d.). Tanggung jawab sosial merupakan proses untuk mengevaluasi *stakeholder* dan tuntutan lingkungan serta mengimplementasikan program sosial (Permatasari & Anggarini, 2020).

KAJIAN PUSTAKA

CSR, adalah bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sekitar, meliputi beberapa aspek yaitu aspek ekonomi, hukum, etika serta kontribusi pada isu social (Defia Riski Anggarini, Nani, et al., 2021). bersifat memberikan kontribusi dalam kepedulian dan pengembangan terhadap beberapa aspek yang menunjukkan bahwa setiap perusahaan dalam bentuk kegiatannya CSR (Rosmalasari et al., 2020), harus melihat beberapa aspek karena dari beberapa aspek yang dikemukakan (Riski, 2018). Selain itu CSR adalah sebagai kewajiban pengusaha untuk merumuskan kebijakan, membuat keputusan, atau mengikuti garis tindakan (Sari, 2014), yang diinginkan dalam hal tujuan dan nilai-nilai masyarakat (Defla Riski Anggarini, 2021). CSR, merupakan suatu komitmen berkelanjutan dari dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi pada komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup karyawan beserta seluruh keluarganya (Nani et al., 2021). CSR merupakan tanggung jawab yang dimiliki perusahaan harus mengidentifikasi kelompok-kelompok *stakeholder* dan menggabungkan kebutuhan serta kepentingan mereka dalam proses pembuatan keputusan operasional dan startegis (Nani & Safitri, 2021). secara umum CSR adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan (Nani & Lina, 2022). Serta bagaimana memberikan pengaruh terhadap dibidang ekonomi, social dan lingkungan (Nani, 2019).

Secara etimologis CSR dapat diartikan sebagai Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Nani, 2020). Definisi dari CSR atau Tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat (Sedyastuti et al., 2021), baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya (Dhiona Ayu Nani, 2021). Tanggungjawab sosial ini diarahkan baik kedalam (internal) maupun keluar (eksternal) perusahaan (Nani & Ali, 2020). Kedalam, tanggung jawab ini diarahkan kepada pemegang saham dalam bentuk profitabilitas dan pertumbuhan (Rahmawati & Nani, 2021). Keluar, tanggung jawab sosial ini berkaitan dengan peran perusahaan sebagai pembayar pajak dan penyedia lapangan kerja (Sari & Sukmasari, 2018), meningkatkan kesejahteraan dan kompetensi masyarakat, serta memelihara lingkungan bagi kepentingan generasi mendatang (*View of Exploring the Relationship between Formal Management Control Systems, Organisational Performance and Innovation_ The Role of Leadership Characteristics.Pdf*, n.d.). Pajak diperoleh dari keuntungan yang diperoleh perusahaan (Novita, Husna, Azwari, Gunawan, Trianti, et al., 2020) Oleh karenanya perusahaan harus dikelola dengan sebaik-baiknya sehingga mampu meraih laba yang maksimal (Rosmalasari, 2017). Secara internal, pelaksanaan juga penting CSR diterapkan kepada para tenaga kerja (Novita & Husna, 2020b). *Business Action for Sustainable Development* memberikan pengertian CSR sebagai berikut: “*Corporate social responsibility is the commitment of business to contribute to sustainable economic*

development, working with employees, their families, the local community and society at large to improve their quality of life". (Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang Dengan Pendekatan Business Model Canvas, 2020) Intisari dari definisi ini bahwa CSR yaitu komitmen untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan bersama dengan stakeholders (termasuk tenaga kerja dan keluarganya) untuk peningkatan kualitas hidup mereka (Novita, Husna, Azwari, Gunawan, & Trianti, 2020). Tanggung jawab sosial berarti tanggung jawab perusahaan yang sehubungan dengan isu-isu etika, sosial dan lingkungan, yang bertujuan untuk dapat menyesuaikan kebutuhan dan harapan stakeholder (Khamisah et al., 2020).

melihat dari beberapa aspek tersebut : dalam bidang ekonomi, CSR diharapkan dapat meningkatkan atau mempengaruhi suatu bentuk perekonomian (Larasati Ahluwalia, 2020), dalam aspek hukum perusahaan dituntut untuk mengikuti setiap peraturan yang berlaku yang menyangkut tentang CSR (MENANI et al., 2021), dalam artian bahwa setiap perusahaan baik skala local maupun perusahaan asing harus melaukan tanggung jawab social perusahaan sesuai dengan peraturan ketentuan hukum yang berlaku (Setiawan et al., 2021), jika dilihat dari segi etika serta kontribusi pada isu social perusahaan harus berperan penting dalam menjaga etika dalam kegiatan perusahaan tersebut seperti dalam memperhatikan dampak yang dihasilkan, serta menjaga keadaan lingkungan (Novita & Husna, 2020a).

Istilah CSR mulai digunakan sejak tahun 1970an setelah mengembangkan tiga komponen penting *sustainable development*, yakni *economic growth*, *environmental protection*, dan *social equity* (F. Fauzi et al., 2021). Ditegaskan Elkington bahwa CSR dikemas dalam tiga focus yang disingkat 3P, singkatan dari *profit*, *planet* dan *people* (Suwarni & Handayani, 2021). Penjabarannya, perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*) (Febrian et al., 2021). Melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*) (Pratama et al., 2022).

METODE

Dalam artikel ini, metode yang digunakan adalah metode literatur (S. Fauzi & Lina, 2020). Metode literatur atau studi kepustakaan dilakukan dengan mencari data atau informasi riset melalui membaca jurnal ilmiah, buku-buku referensi dan bahan publikasi yang tersedia di perpustakaan maupun internet (Febrian Eko Saputra, 2018). Adapun sifat dari penelitian ini adalah analisis deskriptif, yakni penguraian secara teratur data yang telah diperoleh (Agustina et al., 2020), 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 (Febria Lina & Setiyanto, 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 (Azwari, A, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kasus dana pada PT.Tambang Tondono Nusanjaya yang tidak tepat sasaran dan penuh penyimpangan. Terjadinya pemanfaatan dana CSR PT .Tambang Tondono Nusanjaya yang tidak tepat sasaran itu, akibat intervensi pemerintah baik itu provinsi maupun kabupaten

yang terlalu berlebihan. Pemanfaatan dana CSR PT. Tambang Tondono Nusanjaya untuk pembangunan bandara Sangia Nibandera, yang jumlahnya sudah mencapai sekitar Rp 12 miliar. penggunaan dana PT. Tambang Tondono Nusanjaya dalam program bedah kecamatan, dan bantuan CSR PT. Tambang Tondono Nusanjaya kepada Pemprov Sultra yang nilainya sudah mencapai Rp 138 miliar selama tiga tahun. Menurut Oheo, sesuai Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas (UUPT) No. 40 tahun 2007, dana CSR harusnya diserahkan kepada masyarakat sasaran, baik itu secara langsung maupun melalui organisasi masyarakat pendamping. Kalau dana CSR itu diambil alih pemerintah pengelolaannya maka akan bias, apalagi sudah diintervensi dengan kepentingan politik bupati. Bandara itu kan obyek pembangunan yang memang sudah ada anggarannya. Jadi tidak pantas jika diambilkan lagi dari dana CSR.

PT. Tambang Tondono Nusanjaya Jakarta juga kecewa terhadap penyalahgunaan dana CSR khusus berkaitan dengan keberadaan PT. Tambang Tondono Nusanjaya, misalnya ada salah satu Gubernur di Sulawesi yang diduga ikut mencicipi dana CSR dari PT. Tambang Tondono Nusanjaya. sebesar Rp. 223 M dan anehnya lagi dana tersebut tidak dinikmati oleh masyarakat dan Unsur Pemkab setempat yang dimana kabupaten itu merupakan wilayah operasi dari PT. Tambang Tondono Nusanjaya. Berikutnya adalah penyalahgunaan proyek kerjasama dengan Universitas Jenderal Soedirman (Unsoed) Purwokerto Jawa Tengah. Proyek pertanian terpadu di Desa Munggangsari Kecamatan Grabag Purworejo senilai Rp 5,8 miliar menjadi ladang korupsi sejumlah pejabat Universitas Jend. Sudirman sebagai pihak pelaksana program PT. Tambang Orang Indonesia sepertinya belum siap mental untuk melihat duit lewat. Bahkan dana untuk membantu masyarakat kecil dalam berbagai program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) pun disikat. Inilah yang kemudian memunculkan kasus korupsi dana CSR (*Corporate Social Responsibility*). Program CSR yang secara konseptual diharapkan adanya kepedulian dari perusahaan untuk ikut serta mengatasi persoalan sosial, akhirnya justru banyak menimbulkan persoalan

Saat ini masih banyak perusahaan yang bingung dalam menentukan besaran dana CSR. Akhirnya, perusahaan hanya mengira-ira saja. Kepatutan dan kewajiban yang dijadikan dasar adalah dari kebiasaan praktik sebelumnya. Yang perlu dicatat adalah: (1) dana CSR tidak boleh dipungut atau dikelola pemerintah. Karena pada prinsipnya ini adalah dana perusahaan untuk masyarakat. Pemerintah tidak punya dasar untuk pelaporan pertanggungjawaban dana CSR. Pemerintah hanya boleh mengarahkan program CSR agar bersinergi dengan program pemerintah, (2) Penggunaan dana CSR Selain untuk program dan biaya operasional bisa dikategorikan tindak pidana, karena mengambil hak milik masyarakat. Dan Jika itu dilakukan oleh/untuk pejabat pemerintah, maka masuk kategori korupsi. PT. Tambang Tondono cenderung memberikan ruang terjadinya penyalahgunaan wewenang oleh sejumlah kepala daerah atas kejahatan korupsi, sudah saatnya bagi PT. Tambang Tondono untuk membuka tabir dibalik praktek korupsi sejumlah kepala daerah sehingga PT. Tambang Tondono sebagai BUMN tidak tersandera oleh kejahatan sistemik para penguasa korup yang senantiasa ingin merampok kekayaan sumber daya alam kita termasuk sektor Minerba yang merupakan sasaran empuk para penguasa.

SIMPULAN

CSR sangat bermanfaat untuk masyarakat dan dapat meningkatkan image perusahaan. Jadi, seharusnya dunia usaha tidak memandang CSR sebagai suatu tuntutan represif dari masyarakat, melainkan sebagai kebutuhan dunia usaha, Reputasi perusahaan akan menjadi

aspek sangat penting dan terkait dengan kinerja tanggung jawab sosial. Substansi ini telah diteliti oleh beberapa pakar yang menyimpulkan bahwa praktek CSR yang baik akan menghasilkan manfaat yang tidak tampak seperti reputasi, komitmen dan pembelajaran serta manfaat-manfaat yang tak tampak lainnya, misalnya efisiensi biaya operasional perusahaan. Perusahaan meyakini bahwa program CSR merupakan investasi demi pertumbuhan dan keberlanjutan (*sustainability*) usaha. Artinya, CSR bukan lagi dilihat sebagai sentra biaya (*cost centre*) melainkan sentra laba (*profit center*) di masa yang akan datang. Logikanya adalah bila CSR diabaikan, kemudian terjadi insiden, maka biaya untuk mengcover resikonya jauh lebih besar ketimbang nilai yang hendak dihemat dari alokasi anggaran CSR itu sendiri. Belum lagi resiko non-finansial yang berpengaruh buruk pada citra korporasi dan kepercayaan masyarakat pada perusahaan. Dengan demikian, CSR bukan lagi sekedar aktifitas tempelan yang kalau terpaksa bisa dikorbankan demi mencapai efisiensi, namun CSR merupakan nyawa korporasi. CSR bisa dikorbankan demi mencapai efisiensi, namun CSR merupakan nyawa korporasi. CSR telah masuk kedalam jantung strategi korporasi. CSR disikapi secara strategis dengan melakukan inisiatif CSR dengan strategi korporasi. Caranya, inisiatif CSR dikonsepsi untuk memperbaiki konteks kompetitif korporasi yang berupa kualitas bisnis tempat korporasi beroperasi.

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>
- 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.
- 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., & Lina, L. F. (2020). PERAN FOTO PRODUK, ONLINE CUSTOMER REVIEW, ONLINE CUSTOMER RATING PADA MINAT BELI KONSUMEN. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 1(1), 37–47. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/JMMB/article/view/5917>
- 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>
- 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://ejurnal.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., Nani, D. A., & Novita, D. (2021). *zc. September*, 188–193.
- Lina, L. F., & Permatasari, B. (2020). Social Media Capabilities dalam Adopsi MediLina, L. F., & Permatasari, B. (2020). Social Media Capabilities dalam Adopsi Media Sosial Guna Meningkatkan Kinerja UMKM. *Jembatan. 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.
- MENANI, ZAELMA, S., & NOVITA, D. (2021). *STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING DAN MERAHIL PELUANG MELALUI SOSIAL MEDIA DI UMKM KERIPIK LATEB JAYA BANDAR LAMPUNG*. 1(1), 1–9.
- 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.
- Nani, D. A., Ahluwalia, L., & Novita, D. (2021). Pengenalan Literasi Keuangan Dan Personal Branding Di Era Digital Bagi Generasi Z Di Smk Pgri 1 Kedondong. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 2(2), 43. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v2i2.1313>
- Nani, D. A., & Ali, S. (2020). Determinants of Effective E-Procurement System: Empirical Evidence from Indonesian Local GovernmeNani, D. A., & Ali, S. (2020). Determinants of Effective E-Procurement System: Empirical Evidence from Indonesian Local Governments. *Jurnal Dinamika Akuntansi. Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 7(1), 33–50. <https://doi.org/10.24815/jdab.v7i1.15671>
- Nani, D. A., & Lina, L. F. (2022). *Determinants of Continuance Intention to Use Mobile Commerce during the Emergence of COVID-19 In Indonesia : DeLone and McLean Perspective*. 5(3), 261–272.
- Nani, D. A., & Safitri, V. A. D. (2021). Exploring the relationship between formal management control systems, organisational performance and innovation: The role of leadership characteristics. *Asian Journal of Business and Accounting*, 14(1), 207–224. <https://doi.org/10.22452/ajba.vol14no1.8>
- 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 delNovita, D., & Husna, N. (2020). The influence factors of consumer behavioral intention towards online food delivery services. *Jurnal Technobiz*, 3(2), 40–42. ivery 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 CNovita, D., Husna, N., Azwari, A., Gunawan, A., Trianti, D., & Bella, C. (2020). Behavioral Intention Toward Online Food Delivery (OFD) Servic. *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.v1i1i1>.
- Rahmawati, D., & Nani, D. A. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Tingkat Hutang Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 26(1), 1–11. <https://doi.org/10.23960/jak.v26i1.246>
- 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.
- Sedyastuti, K., Suwarni, E., Rahadi, D. R., & Handayani, M. A. (2021). Human Resources Competency at Micro, Small and Medium Enterprises in Palembang Songket Industry. *Proceedings of the 2nd Annual Conference on Social Science and Humanities (ANCOSH 2020)*, 542(Ancosh 2020), 248–251. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210413.057>
- 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 Canvas, 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>
- View of Exploring the Relationship between Formal Management Control Systems, Organisational Performance and Innovation_ The Role of Leadership Characteristics.pdf.* (n.d.).