

ANALISA PELANGGARAN ETIKA BISNIS STUDI KASUS PT JIWASRAYA

Muhammad Dery Akbar
Akuntansi
mderyakbar@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pelanggaran etika bisnis yang terjadi di PT Jiwasraya. Etika bisa bersifat universal serta mengacu pada nilai-nilai umum yang berlaku dalam pendudukan. Etika juga bisa diterapkan secara eksklusif, serupa Bisnis Etika profesi dimana setiap industri ataupun profesi dapat meningkatkan pedoman etika yang disesuaikan dengan keadaan industri ataupun profesi. Etika bisnis memiliki prinsip-prinsip yang harus ditempuh perusahaan oleh perusahaan untuk mencapai tujuannya dan harus dijadikan pedoman agar memiliki standar baku yang mencegah timbulnya ketimpangan dalam memandang etika moral sebagai standar kerja atau operasi perusahaan. Kinerja keuangan PT. Asuransi Jiwasraya sebenarnya alami kemunduran semenjak tahun 2002 sampai pada tahun 2006 Jiwasraya sudah melaksanakan manipulasi keuntungan serupa yang akhirnya diungkapkan oleh BPK. Hasil analisa ini menyimpulkan bahwa dalam pengelolaan dana nasabah diperlukan kejujuran, kehati-hatian, transparansi dan tanggung jawab moral. Kemudian dibutuhkan juga implementasi tata kelola perusahaan (Good Corporate Governance/GCG) yang baik serta meningkatkan kembali pengawasan dari OJK.

Kata kunci: Etika Bisnis, Pelanggaran etika, *Fraud*

PENDAHULUAN

Kinerja keuangan PT. Asuransi Jiwasraya sebenarnya alami kemunduran semenjak tahun 2002, bahkan pada tahun 2006 Jiwasraya sudah melaksanakan manipulasi keuntungan serupa yang diungkapkan oleh BPK (Khamisah et al., 2020). Walaupun kinerja keuangan Jiwasraya tidak membaik, pada 2014 Jiwasraya mendukung salah satu klub sepak bola dunia, Manchester City (Lina & Permatasari, 2020). Keadaan kinerja perusahaan tengah menyusut serta guna memperbaikinya, perusahaan sudah meluncurkan produk yang diharapkan sanggup menaikkan kinerja perusahaan yakni JS Savings Plan tahun 2015, tetapi serupa yang sudah disebutkan di atas, penempatan dana dari produk ini tidak dilakukan (Fitranita & Wijayanti, 2020). keluar pada instrumen investasi berkualitas besar. Pada tahun 2017 PT Asuransi Jiwasraya kembali mendapat statment tidak adil dari BPK sebab kekurangan cadangan sebesar Rp 7, 7 triliun (Octavia et al., 2020). Di penghujung tahun 2018, PT. Asuransi Jiwasraya (AJS) kembali membukukan kerugian unaudited sebesar Rp 27, 2 triliun (Setiawan et al., 2021). Akibat buruknya situasi keuangan AJS, dimana AJS wajib berperan guna melindungi pemegang polis serta mengumpulkan dana dari premi yang diinvestasikan kembali, tentang ini tidak hanya berakibat negatif untuk internal perusahaan, namun pula berakibat pada pihak eksternal yakni pemegang polis, perusahaan. lebih luas Komunitas, industri asuransi serta aktivitas investasi (Nani, 2020). Pemegang polis tidak bisa menarik atau menarik kembali polis asuransinya (MENANI et al., 2021), kurangi atensi penduduk guna berinvestasi lewat asuransi serta mengurangi sumber dana reksa dana dari industri asuransi (Defia Riski Anggarini, Nani, et al., 2021). Apabila penerapan di AJS merembet ke perusahaan asuransi lain, dikhawatirkan hendak mengurangi keyakinan penduduk terhadap mereka (Nani & Safitri, 2021). Etika dalam perkembangannya mempunyai pengaruh yang kokoh terhadap kehidupan manusia (Nani et al., 2021). Lewat serangkaian tindakan tiap hari, etika membagikan orientasi kepada orang-

orang tentang bagaimana mereka menempuh hidup mereka (Husna & Novita, 2020). Ini berarti bahwa etika menolong orang buat mengambil perilaku serta aksi yang pas dalam kehidupan ini (Lina & Nani, 2020). Etika pada kesimpulannya membantu kita guna mengambil keputusan tentang tindakan apa yang wajib diambil dan apa yang perlu kita pahami secara kolektif (Novita et al., 2020), jika etika ini bisa diterapkan di seluruh aspek ataupun sisi kehidupan kita, oleh sebab itu etika ini bisa dipecah sebagai aspek ataupun bagian dari kehidupan manusia (Nani & Ali, 2020).

KAJIAN PUSTAKA

Konsep Etika Dalam Asuransi

Etika bisa bersifat universal serta mengacu pada nilai- nilai umum yang berlaku dalam penduduk (Rahmawati & Nani, 2021). Etika juga bisa diterapkan secara eksklusif, serupa Bisnis Etika profesi dimana setiap industri ataupun profesi dapat meningkatkan pedoman etika yang disesuaikan dengan keadaan industri ataupun profesi (Nani & Lina, 2022). Industri asuransi juga mempunyai etika profesi yang berlandaskan pada nilai- nilai perusahaan serta tidak menyimpang dari syarat yang berlaku (Novita & Husna, 2020b), dalam perihal ini peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) selaku otoritas pengawas tata kelola perusahaan yang baik (GCG) (Nani, 2019). Prinsip- prinsip GCG yang sudah dimasukkan ke dalam etika profesi industri asuransi antara lain keterbukaan, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, dan kesetaraan serta kewajiban (Putri & Ghazali, 2021).

Etika bisnis adalah landasan etika dalam perekonomian atau dalam bisnis dan semua pemangku kepentingan untuk menghindari menyimpang dari ekonomi dan mencapai tujuan atau mencari keuntungan (Novita & Husna, 2020c), sehingga kita harus menguasai perspektif ekonomi, hukum, etika dan moral untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Defia Riski Anggarini, Putri, et al., 2021). Etika selalu berkaitan dengan apa yang dilakukan orang, sisi baik atau buruk dari perbuatan seseorang (Putri, 2021). Namun sejauh ini, etika bisnis tidak pernah lebih diperhatikan daripada sekarang. Perilaku tidak etis dalam bisnis juga sering terjadi sebagai akibat dari peluang yang diberikan oleh undang-undang dan peraturan yang kemudian disahkan dan dielakkan dan kemudian digunakan sebagai dasar penegakan perilaku tidak etis dalam bisnis (Permatasari, 2019).

Etika mempunyai beberapa fungsi yaitu : Seseorang memiliki rasa tanggung jawab. Dipakai sebagai pedoman (Permatasari & Anggarini, 2020). Dapat meningkatkan kredibilitas perusahaan dan organisasi. Menjaga ketertiban dan keteraturan dalam organisasi atau perusahaan (ANGGARINI & PERMATASARI, 2020). Menjadi kontrol sosial (LIA FEBRIA LINA, 2019). Dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Novita & Husna, 2020a). Bisa melindungi hak anggota pekerja (Suwarni & Handayani, 2021). Dipakai sebagai acuan untuk memecahkan masalah internal dan eksternal (Maryana & Permatasari, 2021). Etika mempengaruhi perilaku pribadi di lingkungan kerja atau suatu usaha bisnis untuk menyeimbangi komitmennya terhadap kelompok dan individu dalam lingkungannya. contoh : Bertanggung jawab terhadap investor, untuk memaksimalkan profit, karyawan, konsumen dan bisnis lain (Defia Riski Anggarini, 2020). Etika manajemen keuangan adalah norma-norma atau nilai-nilai yang menjadi pedoman perilaku dan tindak-tanduk usahawan serta pengelolaan organisasi-organisasi perusahaan maupun pemerintahan (Ahluwalia et al., 2021).

Etika bisnis memiliki prinsip-prinsip yang harus ditempuh perusahaan oleh perusahaan untuk mencapai tujuannya dan harus dijadikan pedoman agar memiliki standar baku yang mencegah timbulnya ketimpangan dalam memandang etika moral sebagai standar kerja atau operasi perusahaan (Riski, 2018). ditunjukkan secara jelas bahwa bisnis tidak akan bisa bertahan lama dan berhasil kalau tidak didasarkan atas kejujuran (Defla Riski Anggarini, 2021). Pertama, jujur dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak (F. Fauzi et al., 2020). Kedua, kejujuran dalam penawaran barang atau jasa dengan mutu dan harga yang sebanding (F. Fauzi et al., 2021). Ketiga, jujur dalam hubungan kerja intern dalam suatu perusahaan (*Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang Dengan Pendekatan Business Model Canvas*, 2020). Prinsip tidak berniat jahat, Prinsip ini ada hubungan erat dengan prinsip kejujuran (Sedyastuti et al., 2021). Penerapan prinsip kejujuran yang ketat akan mampu meredam niat jahat perusahaan itu (Pratama et al., 2022). Prinsip keadilan, Perusahaan harus bersikap adil kepada pihak-pihak yang terkait dengan sistem bisnis (Suwarni et al., 2021). Contohnya, upah yang adil kepada karyawan sesuai kontribusinya, pelayanan yang sama kepada konsumen, dan lain-lain (Larasati Ahluwalia, 2020), menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai kriteria yang rasional obyektif (Febrian Eko Saputra, 2018), serta dapat dipertanggung jawabkan (Ahluwalia, 2020). Prinsip hormat pada diri sendiri, Perlunya menjaga citra baik perusahaan tersebut melalui prinsip kejujuran, tidak berniat jahat dan prinsip keadilan (Azwari, A, 2021).

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 (Dhiona Ayu Nani, 2021). Adapun sifat dari penelitian ini adalah analisis deskriptif (Agustina et al., 2020), 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 (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 (Lina & Ahluwalia, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perusahaan yang baik harus memiliki etika dan tanggung jawab sosial yang baik. Pengertian etika bisnis adalah pengetahuan tentang tata cara pengaturan dan pengelolaan bisnis yang ideal yang memperhatikan norma dan moral yang berlaku secara ekonomi/sosial, tetapi penerapan norma dan moral tersebut merupakan tujuan dari kegiatan bisnis dan mendukung tujuan tersebut. Selain itu, akhir-akhir ini semakin banyak perdebatan tentang perlunya tindakan bisnis, terutama dalam tahap persiapan mekanisme pasar bebas. Mekanisme pasar bebas memberikan semua pelaku ekonomi berbagai kebebasan untuk beroperasi dan terlibat dalam pembangunan ekonomi. Hal ini terjadi karena penyimpangan dari standar etika. Bahkan, pelanggaran etika perusahaan dan persaingan tidak sehat untuk menguasai pasar semakin membebani pengusaha menengah dan rendah yang tidak kompetitif. Oleh karena itu, untuk mengurangi terjadinya

pelanggaran etika bisnis dalam dunia bisnis, diperlukan sanksi yang tegas untuk melarang praktik monopoli dan bisnis yang tidak sehat.

Terungkapnya kasus PT Asuransi Jiwasraya (Jiwasraya) menyita perhatian publik. Jiwasraya didirikan pada masa pemerintahan Hindia Belanda pada tanggal 31 Desember 1859 dan berubah menjadi PT Asuransi Jiwasraya (Persero) pada tanggal 21 Agustus 1984. Posisi keuangan Jiwasraya membaik pada 2011, meskipun perusahaan juga mengalami dampak krisis mata uang pada 1998. Kurangnya likuiditas membuat Jiwasraya pada Oktober 2018 menuntut rencana tabungan JS sebesar 802 miliar 12,4 triliun pada Desember 2019. Buruknya keuangan Jiwasraya disebabkan perusahaan membeli saham lapis dua dan tiga sebelum akhir kuartal atau akhir tahun, menjumlahkan investasi dalam laporan keuangan yang dibeli sebelum akhir tahun dan kemudian pada Januari 2 tahun berikutnya dijual, membuat laporan keuangan tahunan yang menghasilkan hasil investasi yang menguntungkan. Namun, dalam kasus Jiwasraya, mereka tidak mengetahui bahwa perusahaan telah mengalami kerugian saat membeli saham lapis kedua dan ketiga menjelang akhir tahun. Kondisi keuangan perusahaan Jiwasraya sebenarnya sudah mulai terpuruk sejak tahun 2002 akibat krisis ekonomi yang terjadi. Hingga akhirnya tidak mampu membayar polis para nasabah.

SIMPULAN

Dalam pengelolaan dana nasabah diperlukan kejujuran, kehati-hatian, transparansi dan tanggung jawab moral. Adanya informasi yang tidak diungkapkan kepada para pemegang polis terkait mengapa klaim pemegang polis atas produk asuransi AJS tidak dapat dicairkan. Implementasi tata kelola perusahaan (*Good Corporate Governance/GCG*) dan pengawasan dari OJK yang rendah. Solusi - solusi yang ditawarkan dalam menyikapi kasus PT. Asuransi Jiwasraya, di antaranya adalah: Membangun budaya perusahaan (*corporate culture*), melalui contoh perilaku pimpinan (*role model/patron*). Memperkuat implementasi *Good Corporate Governance*. Pelaksanaan *Good Corporate Governance* perusahaan paling tidak harus memperhatikan beberapa hal, antara lain: Pelaksanaan tugas dan tanggung jawab Direksi, Dewan Komisaris; Kelengkapan dan pelaksanaan tugas Komite Audit; Penerapan fungsi kepatuhan, auditor internal dan eksternal; Penerapan manajemen risiko, termasuk sistem pengendalian internal; Rencana strategis Perseroan; dan Pelaksanaan transparansi kondisi keuangan dan non keuangan Perseroan. Peningkatan fungsi pengawasan perusahaan, khususnya OJK.

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.*
- 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. *Journal of Governance and Regulation*, 10(2 Special Issue), 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 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.
- Husna, N., & Novita, D. (2020). PERAN AESTHETIC EXPERENTIAL QUALITIES DAN PERCEIVED VALUE UNTUK KEPUASAN DAN LOYALITAS PENGUNJUNG WISATA BAHARI DI PROVINSI LAMPUNG. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 5(2), 136–141.
- 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., & 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. (2020). Kekhawatiran Privasi Pada Kesuksesan Adopsi FLina, L. F., & Nani, D. A. (2020). Kekhawatiran Privasi Pada KesukLina, L. F., & Nani, D. A. (2020). Kekhawatiran Privasi Pada Kesuksesan Adopsi FLina, L. F., & Nani, D. A. (2020). Kekhawatiran Privasi Pada Kes. *Performance*, 27(1), 60–69.
- 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 MERAH 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 Government. Nani, 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 DELIVERY SERVICES. *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 3(2), 40–42.
- Novita, D., & Husna, N. (2020c). 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.
- Octavia, N., Hayati, K., & Karim, M. (2020). Pengaruh Kepribadian, Kecerdasan Emosional dan Kecerdasan Spiritual terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 130–144. <https://doi.org/10.23960/jbm.v16i2.87>
- 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). KepuaPermatasari, B., & Anggarini, D. R. (2020). Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Oleh Strategi Sebagai Variabel In. *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.v1i1.1>.
- 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>
- 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. *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>