

ANALISA LINGKUNGAN BISNIS INTERNAL DAN EKSTERNAL PERUSAHAAN

Nelda Kurniati
Akuntansi
neldakurniati@gmail.com

Abstrak

penelitian ini bertujuan untuk menganalisa lingkungan bisnis internal dan eksternal perusahaan. Lingkungan organisasi dapat dibedakan atas lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Lingkungan Internal berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Lingkungan eksternal adalah lingkungan umum serta lingkungan industri di luar internal perusahaan yang merupakan satu peluang atau hambatan bagi perusahaan. Hubungan lingkungan bisnis dengan organisasi atau perusahaan yaitu Lingkungan eksternal sebagai sumber untuk pemasok dari sumber daya dan konsumen dari output. Seberapa besar lingkungan ini dapat mendukung organisasi dapat membawa dampak terhadap operasi dan kinerja organisasi. Lingkungan internal berpengaruh langsung terhadap tingkat kemampuan dalam proses yang meliputi ketiga subsistem yang ada di dalam sistem organisasi, yaitu masukan, transformasi, dan keluaran.

Kata kunci: Lingkungan internal, lingkungan eksternal, Bisnis

PENDAHULUAN

Perusahaan harus mampu beroperasi secara optimal dalam kondisi lingkungan yang hampir selalu mengalami perubahan setiap waktu (Putri & Ghazali, 2021). Dalam kerangka manajemen modern, organisasi dipandang sebagai sebuah sistem terbuka (Anggarini, Putri, et al., 2021). Sebuah organisasi di pengaruhi dan mempengaruhi lingkungan dimana organisasi berada (Putri, 2021). Lingkungan organisasi dapat dibedakan atas lingkungan internal dan lingkungan eksternal (Ameraldo & Ghazali, 2021). Lingkungan Internal berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan (Ameraldo et al., 2019). Lingkungan eksternal adalah lingkungan umum serta lingkungan industri di luar internal perusahaan yang merupakan satu peluang atau hambatan bagi perusahaan (Permatasari, 2019). Lingkungan tidak hanya semata-mata merefleksikan lingkungan ekologi, tetapi juga menjelaskan gambaran keseluruhan terhadap kekuatan lingkungan eksternal (Permatasari & Anggarini, 2020). Hal tersebut dapat berdampak pada aktivitas organisasi dari segala aspek (ANGGARINI & PERMATASARI, 2020). Terus-menerus mempelajari kondisi lingkungan dan melakukan penyesuaian- penyesuaian yang dibutuhkan adalah kunci agar suatu organisasi dapat terus bertahan (Permatasari, n.d.).

Lingkungan internal mengacu pada lingkungan yang bersentuhan langsung dengan organisasi bisnis dan dapat secara langsung mempengaruhi kegiatan bisnis sehari-hari. Lingkungan internal terdiri dari faktor-faktor seperti pesaing, pemasok, pelanggan, karyawan, pemegang saham (Lina & Permatasari, 2020). Dengan kata lain, lingkungan internal adalah kumpulan dari semua kekuatan yang dekat dengan organisasi bisnis. Selain itu, faktor-faktor ini memiliki dampak jangka pendek pada organisasi (LIA FEBRIA LINA, 2019). Berikut ini adalah uraian tentang bagaimana unsur-unsur lingkungan internal memengaruhi bisnis (Defia Riski Anggarini, 2020). Pemasok - Mereka menyediakan produk mentah dan komoditas lainnya ke bisnis untuk memproduksi produk. Pesaing / Pesaing - Mereka bersaing di pasar dengan produk atau layanan yang setara. Pelanggan / Konsumen - Mereka membeli produk atau layanan dan disebut sebagai raja bisnis

(Ahluwalia et al., 2021). Perusahaan itu sendiri adalah kombinasi dari sejumlah elemen seperti pemilik seperti pemegang saham atau investor, karyawan dan dewan direksi yang tertarik pada laba dan stabilitas bisnis (Maryana & Permatasari, 2021). Secara umum, lingkungan internal dianalisis dengan analisis SWOT (Nani & Safitri, 2021). SWOT adalah singkatan dari *Strength, Weaknesses, Opportunities and Threats* (Lina & Nani, 2020). Melalui analisis ini, suatu entitas bisnis dapat memutuskan beberapa hal (Nani et al., 2021). Sebagai contoh, bisnis dapat berkembang dengan mengidentifikasi penyimpangan di lingkungan internal mereka seperti kebutuhan pelatihan untuk karyawan mereka, alokasi sumber daya (Nani & Ali, 2020)

KAJIAN PUSTAKA

Lingkungan Bisnis

Lingkungan (*environment*) dapat diartikan keseluruhan unsur-unsur yang dapat saling berhubungan dan saling mempengaruhi terhadap suatu keadaan dan kegiatan tertentu. Lingkungan terdiri dari unsur fisik dan non fisik (Rahmawati & Nani, 2021). Di dalam dunia bisnis, unsur fisik misalnya teknologi, kondisi alam dan pemasok sedangkan unsur non fisik dapat berupa adat istiadat masyarakat, kondisi ekonomi dan norma (Nani & Lina, 2022). Dari definisi di atas dapat kita tarik kesimpulan bahwa pengertian Lingkungan Bisnis adalah faktor-faktor yang dapat mempengaruhi secara langsung maupun tidak langsung terhadap manajemen organisasi atau aktifitas usaha (Khamisah et al., 2020). Berdasarkan tingkat pengaruh pada perusahaan maka lingkungan bisnis dapat dibedakan menjadi 2, yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal (Fitranita & Wijayanti, 2020).

Lingkungan Internal

Lingkungan internal adalah sumber daya manusia dan fisik yang meliputi faktor-faktor yang ada di dalam organisasi serta mempengaruhi kinerja bisnis secara langsung terhadap manajemen organisasi (Octavia et al., 2020). Pengaruh dari lingkungan internal terhadap organisasi secara singkat yaitu : **Visi dan Misi**, Visi dapat diartikan sebagai gambaran kondisi atau potret dimasa depan yang akan dituju oleh sebuah organisasi (Setiawan et al., 2021). Sedangkan misi adalah pernyataan mengenai maksud dan filosofi organisasi atau alasan mengapa sebuah organisasi eksis (Nani, 2020). **Budaya Perusahaan**, Budaya adalah sistem dari kebersamaan nilai, kepercayaan, dan kebiasaan di dalam sebuah organisasi yang berinteraksi dengan struktur formal yang menghasilkan norma perilaku dalam organisasi (Anggarini, Nani, et al., 2021). Ia merupakan iklim sosial dan psikologis dari sebuah perusahaan, dan wujudnya bisa merupakan budaya yang tertutup atau terbuka (MENANI et al., 2021). **Kebijakan Organisasi**, Kebijakan menetapkan batasan sebagai batasan sebagai arahan dalam membuat keputusan (Novita et al., 2020). Kebijakan yang dibuat oleh manajer tingkat bawah harus selaras dengan kebijakan dari manajer yang lebih tinggi. Kebijakan seringkali dimaksudkan untuk menjamin konsistensi dalam praktik misalnya mengenai kapan dan bagaimana kinerja dinilai (Novita & Husna, 2020b). **Karyawan**, Karyawan berbeda-beda satu sama lain dalam berbagai hal seperti kecakapan, sikap, tujuan pribadi, dan kepribadian (Novita & Husna, 2020c). Akibatnya, perilaku seorang manajer yang efektif dengan seorang karyawan mungkin tidak efektif dengan karyawan lain. Agar bisa efektif, manajer harus mempertimbangkan Perbedaan, baik individual maupun kelompok (Novita & Husna, 2020a). **Organisasi Informal** Anggota organisasi akan menjumpai dua jenis organisasi di dalam perusahaan, yaitu formal dan tidak formal (informal) (Suwarni & Handayani, 2021). Organisasi formal ditunjukkan oleh

bagian struktur organisasi dan uraian jabatan. Organisasi informasi adalah hubungan yang berkembang dan pola interaksi manusia di dalam organisasi yang tidak ditetapkan secara resmi (F. Fauzi et al., 2020). **Hubungan antar Divisi dan Organisasi Informasi** Manajer harus memahami benar hubungan antar divisi atau departemen yang ada dan harus memanfaatkan hubungan tersebut secara maksimal (F. Fauzi et al., 2021). Jika pekerjaan sebuah divisi tergantung pada divisi lain dalam arus kerja (*Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang Dengan Pendekatan Business Model Kanvas*, 2020), maka manajer harus memahami bahwa kerjasama dengan divisi-divisi lain sangat dibutuhkan jika pekerjaan harus diselesaikan secara efisien atau produktivitas divisi ingin ditingkatkan (Sedyastuti et al., 2021). **Pemegang Saham (Stakeholders)** Dalam suatu perusahaan harus ada pemegang saham atau stakeholders yang memegang dana awal perusahaan. **Modal dan Peralatan Fisik (Dana, Mesin, Gedung)** Manajer harus mempersiapkan modal atau dana untuk menjalankan suatu bisnis (Pratama et al., 2022). Modal ini dapat berupa dana, mesin atau gedung tempat pelaksanaan bisnis. Hal ini dilakukan agar kegiatan bisnis dapat dilakukan secara terperinci, jelas, dan sesuai zaman (Suwarni et al., 2021).

Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal adalah institusi atau kekuatan luar yang potensial terdiri atas faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja organisasi dari luar batas organisasi (Larasati Ahluwalia, 2020). Lingkungan bisnis eksternal memiliki cakupan yang lebih luas dibandingkan dengan lingkungan internal (Ahluwalia, 2020). Lingkungan eksternal dari sebuah organisasi pada umumnya dibedakan menjadi 2, yakni : **Lingkungan Khusus**, Lingkungan khusus adalah bagian dari lingkungan yang secara langsung relevan terhadap pencapaian tujuan organisasi. Lingkungan khusus, meliputi orang-orang yang mempunyai kepentingan dalam organisasi (stakeholder) (Azwari, A, 2021). Didalam lingkungan khusus (Mikro) perusahaan dapat melakukan aksi-reaksi terhadap faktor-faktor penentu Opportunity (peluang pasar) dan juga Threat (ancaman dari luar) (S. Fauzi & Lina, 2020). Elemen-elemen penting dalam lingkungan khusus dari sebuah organisasi meliputi konsumen, pemasok, pesaing, kreditor, pelanggan, pembuat peraturan, dan serikat pekerja (Febria Lina & Setiyanto, 2021). **Lingkungan Umum**, Lingkungan umum meliputi berbagai faktor dari kondisi-kondisi latar belakang dalam lingkungan eksternal, antara lain kondisi ekonomi, politik dan hukum, sosial budaya, demografi, teknologi, dan kondisi global yang mungkin mempengaruhi kegiatan operasional dari sebuah organisasi (Febrian et al., 2021). Lingkungan ini meliputi kondisi ekonomi, kondisi politik dan hukum, kondisi sosial budaya, kondisi demografi, teknologi, kondisi lingkungan alam, dan globalisasi (Febrian Eko Saputra, 2018).

METODE

Dalam artikel ini, metode yang digunakan adalah metode literatur (Sari & Sukmasari, 2018). 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 (Rosmalasari et al., 2020). Untuk memperoleh data/isu penulis mengolah data dari beraneka variasi sumber isu internet (Rosmalasari,

2017). Berbagai macam variasi dan sumber rujukan yang tersedia menciptakan penulisan artikel ilmiah ini berjalan dengan baik (Agustina et al., 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Lingkungan eksternal bisnis mengacu pada faktor-faktor luar yang memengaruhi kinerja organisasi, pengambilan keputusan, dan strategi semua bisnis. Ini tidak hanya mempengaruhi satu entitas bisnis tetapi berdampak pada grup bisnis yang sama secara bersamaan. Lingkungan makro adalah nama lain untuk lingkungan eksternal. Dalam konteks makro, singkatan dari skala global atau skala besar. Selain itu, memiliki sifat bersemangat yang terus berubah. faktor-faktor perubahan lingkungan eksternal: variabel politik, ekonomi, sosial, teknologi, hukum dan lingkungan. Variabel-variabel ini mempertimbangkan faktor ekonomi dan non-ekonomi seperti masalah sosial, masalah politik, campuran etnis, struktur keluarga, ukuran populasi, distribusi pendapatan, inflasi, aspek PDB, stabilitas politik, pajak, dan bea.

bisnis merupakan perkumpulan dari berbagai bidang, seperti penjualan dan industri, manufaktur, distribusi, perbankan, asuransi, transportasi, dan lainnya yang dapat memberikan jasa kepada relasi bisnis atau pengguna jasa. Untuk menjalankan suatu bisnis, dibutuhkan lingkungan yang bisa mendukung dan memberikan dampak yang baik bagi bisnis dan lingkungan itu sendiri. lingkungan adalah konfigurasi sumber daya yang tersedia serta semua yang memengaruhi pertumbuhan manusia atau hewan. Sedangkan bisnis adalah usaha komersial dalam dunia perdagangan dan atau menjalankan bidang usaha. Lingkungan bisnis dapat dimaknai sebagai seluruh komponen yang dapat memengaruhi maupun mendukung jalannya suatu bisnis yang dilakukan oleh seseorang. Lingkungan bisnis sangat memegang peran penting dalam keselarasan lingkungan dan bisnis itu sendiri. Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi lingkungan bisnis.

Faktor tersebut dibagi menjadi faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal dari lingkungan bisnis memegang pengaruh besar bagi berputarnya bisnis tersebut dan timbal balik yang dapat diberikan bisnis terhadap lingkungan. Sedangkan faktor eksternal mencakup seluruh lapisan yang berada di luar perusahaan. Biasanya faktor eksternal menanamkan pandangan yang baik maupun buruk bagi suatu bisnis yang ada. Faktor internal yang memengaruhi lingkungan bisnis meliputi citra bisnis atau perusahaan, sistem kepegawaian yang digunakan, hubungan dan relasi bisnis antar sesama karyawan, strategi pemasaran yang digunakan, serta kualitas dan tujuan dari bisnis yang dijalankan. Faktor eksternal yang memengaruhi lingkungan bisnis meliputi pelanggan dari bisnis itu sendiri, relasi yang diajak bekerja sama untuk mewujudkan tujuan yang sama, media yang digunakan untuk pemasaran bisnis, serta pesaing bisnis.

Hubungan Lingkungan Eksternal dan Internal dengan Organisasi

Lingkungan eksternal sebagai sumber untuk pemasok dari sumber daya dan konsumen dari output. Seberapa besar lingkungan ini dapat mendukung organisasi dapat membawa dampak terhadap operasi dan kinerja organisasi. Lingkungan internal berpengaruh langsung terhadap tingkat kemampuan dalam proses yang meliputi ketiga subsistem yang ada di dalam sistem organisasi, yaitu masukan, transformasi, dan keluaran.

Unsur-unsur Lingkungan Bisnis

Ada lima macam lingkungan yang mempengaruhi aktivitas bisnis yaitu: **Lingkungan fisik** meliputi tanah, iklim, topografi, udara, air, dan infrastruktur. Setiap perusahaan selalu akan menggantungkan pada sumber-sumber tersebut. **Lingkungan perekonomian**

menerangkan tentang sistem pasar dalam dimana sumber-sumber diolah, diproduksi, dan didistribusikan kepada masyarakat. Lingkungan perekonomian mempengaruhi kegiatan usaha perusahaan yang menghasilkan dan mendistribusikan barang atau jasa. **Lingkungan pemerintah** seperti bantuan pemerintah yang diberikan di bidang bisnis untuk mengembangkan perusahaan kecil maupun perusahaan besar. Misalnya fasilitas dan prasarana dibangun di daerah-daerah, seperti : jalan-jalan, pembangkit tenaga listrik, dan sebagainya. **Lingkungan hukum** merupakan latar belakang hukum dan peraturan dimana perusahaan-perusahaan menjalankan operasinya, termasuk masalah etika tidak dapat diabaikan dalam pengembangan bisnis. Lingkungan internasional menyangkut hubungan-hubungan internasional dengan negara-negara lain dan perusahaan-perusahaan asing. Aliran dana ke luar negeri untuk membiayai impor dan pemasukan ke dalam negeri dari hasil ekspor pembayaran internasional dan mutinasional untuk menunjang pengembangan bisnis di Indonesia, dapat dianggap sebagai lingkungan internasional.

Manfaat Lingkungan Bisnis

Sebelum menjalani bisnis, ada baiknya untuk mempelajari dan memahami lingkungan bisnis agar tercipta suatu keselarasan bagi lingkungan dan bisnis itu sendiri. Lingkungan bisnis dapat membantu berjalannya bisnis itu sendiri. Tidak hanya bisnis, lingkungan juga bisa mendapatkan vibes yang baik. Lingkungan bisnis yang digunakan dengan baik dan benar dapat menimbulkan dampak yang baik pula bagi seluruh lapisan bisnis dan masyarakat. Paham akan lingkungan bisnis, suatu perusahaan atau penggerak bisnis bisa memanfaatkan sumber daya dengan sebaik-baiknya. Baik sumber daya alam maupun sumber daya manusia. Lingkungan bisnis yang dipelajari juga bisa dijadikan patokan akan life style atau tren masa kini yang sedang dijalankan dan diminati oleh publik. Lingkungan juga berperan penting dalam peluang bisnis yang akan dibangun dan dijalankan ke depannya. Dengan mempelajari dan memahami lingkungan bisnis tersebut, peluang bisnis dapat dikembangkan dan meningkatkan kinerja bisnis.

SIMPULAN

Sebuah organisasi dipengaruhi dan mempengaruhi lingkungan dimana organisasi berada. Lingkungan organisasi dapat dibedakan atas lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Lingkungan Internal berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Lingkungan eksternal adalah lingkungan umum serta lingkungan industri di luar internal perusahaan yang merupakan satu peluang atau hambatan bagi perusahaan. Faktor internal dari lingkungan bisnis memegang pengaruh besar bagi berputarnya bisnis tersebut dan timbal balik yang dapat diberikan bisnis terhadap lingkungan. Sedangkan faktor eksternal mencakup seluruh lapisan yang berada di luar perusahaan. Biasanya faktor eksternal menanamkan pandangan yang baik maupun buruk bagi suatu bisnis yang ada.

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

- 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.
- Ameraldo, F., Saiful, S., & Husaini, H. (2019). Islamic Banking Strategies In Rural Area: Developing Halal Tourism and Enhancing The Local Welfare. *Ikonomika*, 4(1), 109–136.
- Anggarini, D. R., 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, 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, D. R., Putri, A. D., & Lina, L. F. (2021). *Literasi Keuangan untuk Generasi Z di MAN 1 Pesawaran*. 1(1), 147–152.
- 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, 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://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. (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 MERAHIL PELUANG MELALUI SOSIAL MEDIA DI UMKM KERIPIK LATEB JAYA BANDAR LAMPUNG. 1(1), 1–9.*
- 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 Pgr 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.
- 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. (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). 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.v11i1>.
- 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>
- 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., & 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 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>