

PERAN LINGKUNGAN INTERNAL BISNIS TERHADAP PENINGKATAN BISNIS PERUSAHAAN

Tasya Adiyes Adelia
Akuntansi
tasyaadiyesadelia@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini digunakan untuk mengetahui peran lingkungan internal bisnis terhadap peningkatan bisnis perusahaan. 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. Lingkungan internal adalah kumpulan dari semua kekuatan yang dekat dengan organisasi bisnis. Selain itu, faktor-faktor ini memiliki dampak jangka pendek pada organisasi. Peran lingkungan internal bisnis untuk peningkatan bisnis perusahaan Sikap Kerja Kewirausahaan, Kompetensi manajerial, Kompetensi Manajemen Pemasaran, Kompetensi Teknis, Kompetensi manajemen keuangan, Kompetensi hubungan manusiawi (human relations).

Kata kunci: Lingkungan internal, Perusahaan, Peningkatan Bisnis

PENDAHULUAN

Bisnis merupakan sekumpulan kegiatan yang dilakukan seseorang dan/atau sekelompok orang untuk menghasilkan produk/jasa dengan cara/metode dan strategi tertentu dengan menciptakan nilai produk/jasa yang berbeda dengan para pesaing serta mengupayakan mendapatkan keuntungan bagi peningkatan kesejahteraan pemilik, para karyawan dan pengembangan bisnis secara berkelanjutan (Putri & Ghazali, 2021) (Fadly & Alita, 2021). Setiap kegiatan bisnis yang dilakukan suatu perusahaan akan selalu dipengaruhi oleh dinamika yang terjadi pada lingkungan bisnisnya (Defia Riski Anggarini, Putri, et al., 2021). Lingkungan bisnis memiliki peran yang sangat besar pada kesuksesan suatu kegiatan bisnis (Putri, 2021). Hal ini dikarenakan kita hidup pada dunia global yang selalu berkembang melalui teknologi yang inovatif dan di dalam dunia yang sangat cepat mengalami perubahan dalam lingkungan bisnis (Permatasari, 2019). Lingkungan bisnis ini terdiri dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal (Permatasari & Anggarini, 2020). Biasanya tantangan yang berasal dari lingkungan internal terhadap kegiatan bisnis dapat dengan mudah dikendalikan oleh perusahaan, sedangkan tantangan yang berasal dari lingkungan eksternal terhadap kegiatan bisnis akan lebih sulit untuk dikendalikan oleh perusahaan (Permatasari, n.d.). Pandemi COVID-19 merupakan faktor lingkungan eksternal yang saat ini sangat besar pengaruhnya pada kegiatan bisnis (Fadly & Wantoro, 2019), terutama kegiatan bisnis yang sepenuhnya bergerak pada bisnis off-line shop dan bisnis pada bidang pariwisata (Lina & Permatasari, 2020). Hal ini disebabkan oleh kegiatan social dan physical distancing yang diwajibkan oleh pemerintah dari negara di seluruh dunia sebagai salah satu tatanan kehidupan baru bagi masyarakat (LIA FEBRIA LINA, 2019). Secara tidak langsung hal tersebut telah mempengaruhi penjualan produk para pelaku bisnis saat ini (Defia Riski Anggarini, 2020). Hal tersebut pula pada akhirnya telah menyebabkan menurunnya jumlah para konsumen yang membeli produk-produk di tempat yang ramai, seperti pasar dan mall-mall (Ahluwalia et al., 2021). berbagai tantangan lingkungan eksternal dengan melakukan perbaikan /persiapan /penyesuaian atas lingkungan internal yang dimiliki/dapat dikendalikan dengan memadai agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen/pasar dan perubahan lingkungan eksternal (Riski, 2018)

dengan cepat. menekankan tentang inovasi yang merupakan faktor yang sangat penting untuk dikembangkan (Defla Riski Anggarini, 2021), karena melalui inovasi, perusahaan dapat menyesuaikan terhadap cepatnya perubahan-perubahan yang terjadi pada lingkungan bisnis global (Maryana & Permatasari, 2021).

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) (Larasati Ahluwalia, 2020). Dari definisi diatas 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) (Fadly et al., 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 (Defia Riski 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 (Sari & Sukmasari, 2018). 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 bagan struktur organisasi dan uraian jabatan (Sari, 2014) (Nani et al., 2021). Organisasi informal adalah hubungan yang berkembang dan pola interaksi manusia di dalam organisasi yang tidak ditetapkan secara resmi (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 (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 Canvas*, 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 (Ameraldo et al., 2019). **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 (Rosmalasari et al., 2020). Hal ini dilakukan agar kegiatan bisnis dapat dilakukan secara terperinci, jelas, dan sesuai zaman (Suwarni et al., 2021) (Ahluwalia, 2020).

METODE

Dalam artikel ini, metode yang digunakan adalah metode literatur (Rosmalasari, 2017). 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, 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 (Agustina et al., 2020). Untuk memperoleh data/isu penulis mengolah data dari beraneka variasi sumber isu internet (Ahmad et al., 2019). Berbagai macam variasi dan sumber rujukan yang tersedia menciptakan penulisan artikel ilmiah ini berjalan dengan baik (Ameraldo & Ghazali, 2021) (Lina & Ahluwalia, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

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. 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. Berikut ini adalah uraian tentang bagaimana unsur-unsur lingkungan internal memengaruhi bisnis. 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. 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. Secara umum, lingkungan internal dianalisis dengan analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari *Strength, Weaknesses, Opportunities and Threats*. Melalui analisis ini, suatu entitas bisnis dapat memutuskan beberapa hal. Sebagai contoh, bisnis dapat berkembang dengan mengidentifikasi penyimpangan di lingkungan internal mereka seperti kebutuhan pelatihan untuk karyawan mereka, alokasi sumber daya. Berikut peranan internal bisnis untuk peningkatan bisnis perusahaan :

Sikap Kerja Kewirausahaan

Sikap kerja pelaku bisnis dan karyawan pada suatu perusahaan merupakan tindakan yang nyata dalam melakukan kegiatan bisnis yang terdiri dari jujur dan disiplin, tekun, kerja sama, kreatif, berani mengambil resiko, hemat dan inovatif. lingkungan bisnis internal termasuk pula karakteristik personal, yaitu pendidikan, latar belakang keluarga, pengalaman bisnis dan pelatihan. lingkungan bisnis internal termasuk faktor- faktor kerja sama antara para karyawan, dan sumber daya merupakan faktor-faktor yang penting untuk menentukan perkembangan suatu bisnis.

Kompetensi manajerial

Kompetensi manajerial merupakan kemampuan yang dimiliki oleh seseorang/ karyawan/ pemimpin dalam kegiatan-kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian. Fungsi-fungsi manajemen ini dapat diimplementasikan dalam setiap bidang yang tersedia pada perusahaan, seperti bagian manajemen SDM, bagian pemasaran, bagian produksi, bagian keuangan. Para pelaku bisnis dan hal ini termasuk faktor-faktor, seperti kompetensi manajerial pemilik termasuk: pengetahuan, keterampilan-keterampilan, perilaku dan sikap.

Kompetensi Manajemen Pemasaran

Kompetensi pemasaran merupakan salah satu faktor yang memegang peranan yang penting dalam menjalankan suatu bisnis. Hal ini terutama bagaimana perusahaan dapat memperkenalkan nilai-nilai produk/jasa dan pelayanan yang memiliki karakteristik yang berbeda dengan produk-produk yang ditawarkan oleh para pesaing. Demikian juga dengan kegiatan lainnya dalam kompetensi pemasaran, yaitu bagaimana perusahaan dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang berhubungan dengan minat terhadap produk dan distribusi produk dengan biaya yang murah.

Kompetensi Teknis

Kompetensi teknis merupakan kompetensi yang berhubungan dengan berbagai persiapan dan pelaksanaan kegiatan proses produksi, termasuk peralatan, SDM, bahan baku, pelaksanaan kegiatan produksi, dan kegiatan pengemasan. Produk yang ditawarkan selayaknya memiliki karakteristik nilai yang berbeda dengan produk para pesaing sehingga dapat menarik minat konsumen. Namun, bagi bisnis start-up sebaiknya perusahaan melakukan proses produksi dan mematangkan produk yang ditawarkan serta mempelajari minat dan keinginan konsumen terhadap produk/pelayanannya.

Kompetensi manajemen keuangan

Kompetensi keuangan merupakan kemampuan seseorang/karyawan/pemimpin untuk mengelola pendapatan dan pengeluaran dengan cermat sehingga dapat menghasilkan keuntungan yang maksimal. Kompetensi manajemen keuangan merupakan kemampuan untuk memberikan pertimbangan yang didasarkan pada kondisi keuangan perusahaan sehingga pengambilan keputusan pemimpin dapat lebih selektif dan menghasilkan keputusan yang memadai.

Kompetensi hubungan manusiawi (*human relations*)

Kompetensi hubungan manusiawi (*human relations*) merupakan kemampuan membina hubungan yang baik dengan tutur kata yang lemah lembut, sopan dan santun baik dengan sesama karyawan, para pemasok, konsumen, maupun para kreditur, dan pihak-pihak lainnya. Kompetensi hubungan manusiawi merupakan kemampuan untuk membujuk

(persuasif) sehingga konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

SIMPULAN

Setiap kegiatan bisnis yang dilakukan suatu perusahaan akan selalu dipengaruhi oleh dinamika yang terjadi pada lingkungan bisnisnya. Lingkungan bisnis memiliki peran yang sangat besar pada kesuksesan suatu kegiatan bisnis. Hal ini dikarenakan kita hidup pada dunia global yang selalu berkembang melalui teknologi yang inovatif dan di dalam dunia yang sangat cepat mengalami perubahan dalam lingkungan bisnis. Lingkungan bisnis ini terdiri dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Biasanya tantangan yang berasal dari lingkungan internal terhadap kegiatan bisnis dapat dengan mudah dikendalikan oleh perusahaan, sedangkan tantangan yang berasal dari lingkungan eksternal terhadap kegiatan bisnis akan lebih sulit untuk dikendalikan oleh perusahaan. Peranan lingkungan bisnis internal pada perusahaan yaitu untuk Sikap Kerja Kewirausahaan, Kompetensi manajerial, Kompetensi Manajemen Pemasaran, Kompetensi Teknis, Kompetensi manajemen keuangan, Kompetensi hubungan manusiawi (*human relations*).

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.UCUEÑA.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>
- Ahmad, I., Prasetyawan, P., & Sari, T. D. R. (2019). Penerapan Algoritma Rekomendasi Pada Aplikasi Rumah Madu Untuk Perhitungan Akuntansi Sederhana Dan Marketing Digital. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian*, 1, 38–45.
- 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, 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.*
- 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. Journal of Governance and Regulation, 10(2 Special Issue), 318–327. <https://doi.org/10.22495/JGRV10I2SIART12>*
- 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., & 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 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., & 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.
- 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>
- 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 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>