

BISNIS MODERN DIPENGARUHI OLEH FAKTOR MANAJERIAL, TEKNOLOGI, POLITIK DAN SOSIAL KULTURAL

Dea Resti Andini
Akuntansi
*) dearistii66@gmail.com

Abstrak

Bisnis modern dipengaruhi oleh aspek manajerial, teknologi, dan politik sosial-kultural. Bisnis disebut kegiatan sosial karena berbagai aspek kegiatannya berhubungan dengan masyarakat. Kegiatan bisnis, cara cara bisnis dapat membentuk perilaku masyarakat, perilaku bisnis dapat membentuk sikap masyarakat menjadi materialistis. Aspek bisnis dari sisi etis atau moral merupakan hal penting yang tidak disadari. Bisnis adalah kegiatan ekonomis, didalamnya terjadi interaksi antar manusia atau organisasi tukar – menukar yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan. Perolehan keuntungan dalam bisnis tidak bersifat sepihak semata, melainkan diadakan untuk kepentingan kedua belah pihak dalam interaksi. Berbisnis bukan berarti seseorang dapat melakukan semuanya demi untuk pencapaian keuntungan semata, namun lebih utama adalah pemberian penghormatan kepada partner bisnis ataupun mereka yang tidak pernah ikut serta dalam bisnis. Dalam artikel ini, metode yang digunakan adalah metode literature. 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. Kesimpulan dari artikel ini yaitu, ada beberapa sudut pandang mengenai aspek pentingnya bisnis seperti pandangan ekonomi bisnis, pandangan moral aspek moral dan pandangan hukum. Persoalan moralitas manajer dan karyawan dalam praktek bisnis sering menimbulkan akibat merugikan perusahaan secara eksternal. Persoalan besar lainnya adalah masalah pelestarian sumber alam sehubungan dengan praktek bisnis. Terdapat. Beberapa tantangan terhadap etika dari segi politik, ekonomi, sosial budaya, teknologi, dan hukum.

Kata Kunci: bisnis dan bisnis modern.

PENDAHULUAN

Bisnis modern dipengaruhi oleh aspek manajerial, teknologi, dan politik sosial-kultural (Ameraldo et al., 2019). Bisnis disebut kegiatan sosial karena berbagai aspek kegiatannya berhubungan dengan masyarakat (Ameraldo & Ghazali, 2021). Kegiatan bisnis, cara cara bisnis dapat membentuk perilaku masyarakat, perilaku bisnis dapat membentuk sikap masyarakat menjadi materialistis (Sari, 2014). Aspek bisnis dari sisi etis atau moral merupakan hal penting yang tidak disadari (Sari & Sukmasari, 2018). Bisnis adalah kegiatan ekonomis, didalamnya terjadi interaksi antar manusia atau organisasi tukar – menukar yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan (Rosmalasari, 2017), (Fadly & Wantoro, 2019). Perolehan keuntungan dalam bisnis tidak bersifat sepihak semata, melainkan diadakan untuk kepentingan kedua belah pihak dalam interaksi (Fadly & Alita, 2021).

Berbisnis bukan berarti seseorang dapat melakukan semuanya demi untuk pencapaian keuntungan semata, namun lebih utama adalah pemberian penghormatan kepada partner

bisnis ataupun mereka yang tidak pernah ikut serta dalam bisnis (Febria Lina & Setiyanto, 2021), (Fadly et al., 2020). Bisnis yang baik adalah bisnis yang bermoral, dalam aktifitas bisnisnya tidak melupakan penghormatan pada partner bisnis dan masyarakat lain yang berkepentingan (Azwari, A, 2021). Perilaku yang baik dalam bisnis merupakan perilaku yang sesuai dengan norma-norma moral, sedangkan perilaku bisnis yang buruk bertentangan atau menyimpang dari norma-norma moral (Saipulloh Fauzi1, 2020), (Febrian Eko Saputra, 2018). Suatu perbuatan bisnis dapat dinilai baik secara mendalam jika prestasi bisnis yang dilakukan memenuhi standar moral (Lina & Ahluwalia, 2021).

Pengertian bisnis sendiri berasal dari bahasa Inggris *business*, develop kata basic *busy* yang berarti "sibuk" dalam konteks individu, komunitas, atau masyarakat (Larasati Ahluwalia, 2020). Bisnis diterjemahkan menjadi: pekerjaan; perusahaan; perdagangan; atau urusan (Ahluwalia, 2020). Jadi bisnis bisa diartikan menjadi suatu kesibukan atau aktivitas dan pekerjaan yang memiliki keuntungan atau nilai tambah (Suwarni & Handayani, 2021). Dalam ilmu ekonomi, bisnis merupakan organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba (*Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang Dengan Pendekatan Business Model Kanvas*, 2020), (Fauzi et al., 2021). Suatu perbuatan bisnis dapat dinilai baik secara mendalam jika prestasi bisnis yang dilakukan memenuhi standar moral (Fauzi et al., 2020). Bisnis yang baik secara materi, menguntungkan dan baik secara moral serta bias diciptakan dimasa mendatang agar masyarakat semakin baik dimasa yang akan datang (Suwarni et al., 2021). Bisnis yang baik adalah bisnis yang bermoral, dalam aktivitas bisnisnya tidak melupakan mitra bisnis dan masyarakat lain yang berkepentingan (Sedyastuti et al., 2021).

KAJIAN PUSTAKA

Bisnis

Bisnis merupakan salah satu aktivitas usaha yang utama dalam menunjang perkembangan ekonomi (Pratama et al., 2022). Kata "bisnis" diambil dari bahasa Inggris "business". Pengertian bisnis secara umum dalam ekonomi yaitu bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba (Novita & Husna, 2020a), (Novita et al., 2020). Secara histori kata bisnis berasal dari bahasa Inggris *business*, dari kata dasar yang berarti "sibuk" dalam konteks individu, komunitas maupun masyarakat (Novita & Husna, 2020b). Dalam artian sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan (Nani, 2019). Secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan (Nani, 2020), (*View of Exploring the Relationship between Formal Management Control Systems, Organisational Performance and Innovation_ The Role of Leadership Characteristics.Pdf*, n.d.). Kata "bisnis" sendiri memiliki tiga penggunaan tergantung skopnya, Penggunaan kata bisnis dapat merujuk pada badan usaha yaitu kesatuan yuridis (hukum), teknis, ekonomis yang bertujuan mencari laba (Lina & Nani, 2020), (Nani et al., 2021). Penggunaan yang lebih luas dapat merujuk pada sektor pasar tertentu, misalnya "bisnis pertelevisian" (Rahmawati & Nani, 2021). Penggunaan yang paling luas merujuk pada seluruh aktivitas yang dilakukan oleh komunitas penyedia barang dan jasa (Nani & Ali, 2020). Bisnis adalah merupakan serangkaian kegiatan yang berhubungan dengan penjualan ataupun pembelian barang dan jasa secara konsisten (Nani & Lina, 2022). Bisnis adalah suatu bentuk aktivitas yang

utamanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan bagi yang mengusahakan atau yang berkepentingan dalam terjadinya aktivitas tersebut (Khamisah et al., 2020).

Bisnis Modern

Bisnis modern adalah bisnis yang saat ini sedang berkembang dengan realita yang amat kompleks (Defia Riski Anggarini, 2020). Sekarang ini masyarakat lebih banyak memilih untuk berbisnis dibandingkan dengan pekerjaan yang lainnya (Permatasari, n.d.). Dalam bisnis modern ini yang diutamakan adalah mencari untung yang diekspresikan dengan adanya bentuk uang yang dihasilkan dari bisnis tersebut (Lina & Permatasari, 2020), (LIA FEBRIA LINA, 2019). Tetapi yang lebih penting lagi adalah interaksi antar manusia dengan manusia yang lain karena itu menjadi interaksi kegiatan ekonomis (ANGGARINI & PERMATASARI, 2020). Dalam bisnis modern, para pelaku bisnis dituntut untuk menjadi orang yang profesional di bidangnya (Putri, 2021). Dalam persaingan bisnis yang sangat ketat, konsumen merupakan raja (Defia Riski Anggarini, Putri, et al., 2021). Bisnis modern sangat menyadari bahwa karyawan bukanlah tenaga kerja yang harus dieksploitasi demi mendapat keuntungan (Putri & Ghazali, 2021). Sebab, karyawan bukanlah robot yang harus dipekerjakan terus menerus. Ciri-ciri bisnis modern adalah adanya spesialisasi, saling ketergantungan, dan produksi massal (Yusuf, 2021), (Ribhan & Yusuf, 2016) .

METODE

Dalam artikel ini, metode yang digunakan adalah metode literature. 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 (Riski, 2018), (Octavia et al., 2020), (Fitranita & Wijayanti, 2020). 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 (Defla Riski Anggarini, 2021), (Defia Riski Anggarini, Nani, et al., 2021). Penulis menggunakan beraneka variasi sumber pustaka dan data sensus internet yang membeberkan seputar Tanggungjawab sosial dalam manajemen (Damayanti et al., 2020). Untuk memperoleh data/isu penulis mengolah data dari beraneka variasi sumber isu internet (Permatasari & Anggarini, 2020). Berbagai macam variasi dan sumber rujukan yang tersedia menciptakan penulisan artikel ilmiah ini berjalan dengan baik (Maryana & Permatasari, 2021), (Ahluwalia et al., 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pandangan Tentang Bisnis

Roman menggambarkan adat pedagang yang baik pada sekitar abad ke-19. Pemahaman tentang adat pedagang yang baik diperlukan karena pekerjaan sebagai pedagang dianggap kurang bermartabat di mata masyarakat. Pernyataan tersebut, pada dasarnya, ingin membangun kredibilitas. Bertens (2013: 41-52) berbicara tentang faktor sejarah dan budaya dalam etika bisnis. Plato (427-347 SM) menyatakan bahwa warga negara (Yunani) yang bebas seharusnya mencurahkan perhatian dan waktunya untuk kesenian dan ilmu pengetahuan (filsafat) selain membantu kepengurusan dan membela negara. Perdagangan sebaiknya diserahkan kepada orang asing dan pendatang. Pandangan ini dikuatkan oleh Aristoteles (384-322 SM). Dewa Yunani yang dianggap sebagai pelindung para pedagang adalah Hermes. Namun, Hermes juga dihormati sebagai pelindung para peticuri.

Dalam agama Kristen, perdagangan tidak ditolak sebagai sesuatu yang kurang etis, walaupun tetap dipandang dengan syak wasangka. Pandangan yang lebih positif tentang perdagangan terjadi setelah munculnya Protestanisme sehingga Vogel (1991: 101-120) menganggap bahwa etika bisnis, pada dasarnya baru dimulai sejak masa itu. Pandangan ini ditentang oleh Mc Mahon (1991:211-222) yang menyatakan bahwa sebelum reformasi pun, kegiatan bisnis bukan sesuatu yang bertentangan dengan agama Kristen. Weber (1864-1929) dalam Bertens (2013: 46) menyatakan bahwa timbulnya kapitalisme dipengaruhi dan didorong oleh etos kerja Protestanisme, khususnya Calvinisme yang mengutamakan nilai-nilai seperti bekerja keras dan hidup asketis. Sukses dalam usaha dilihat sebagai pahala dari Tuhan.

Dari sudut budaya, pandangan berbagai suku tentang perdagangan yang bervariasi, Orang Minang gemar berdagang dan terkenal sebagai perantau yang tangguh. Bagi orang Jawa, kegiatan sebagai pedagang kurang memperoleh tempat. Sistem ekonomi mengubah pandangan masyarakat terhadap bisnis. Dengan hak kepemilikan pribadi dan berlakunya mekanisme pasar, kemakmuran dapat tercipta. Bukan saja kemakmuran individu, tetapi juga negara. Pedagang atau pebisnis tidak lagi dipandang sebagai suatu kedudukan yang kurang bermartabat. Pengusaha, dewasa ini, bahkan memperoleh kedudukan yang baik di mata masyarakat karena mereka di lapangan pekerjaan. Pengusaha juga menjadi dambaan pemerintah untuk menggerakkan roda perekonomian dan membantunya dalam melepaskan beban gerakan, Pengusaha mitra yang harus dirangkul.

Dihadapkan pada kondisi korupsi yang melanda aparat birokrasi, bekerja di perusahaan swasta, dan berwirausaha dianggap lebih mendatangkan kebanggaan diri. Walaupun dalam strata sosial, pedagang masih dianggap lebih rendah dibandingkan dengan penguasa atau aparat birokrasi, tetapi kehidupan ekonomi para penguasa atau aparat birokrasi tersebut banyak yang ditopang oleh para pedagang. Yang terjadi kemudian, seperti dikatakan oleh Clifford Geertz, adalah kolaborasi antara penjaja (pedagang) dan raja (penguasa). Banyak pengusaha memanfaatkan penguasa untuk proteksi dan memperoleh sewa ekonomi (economic rent) dalam bisnisnya. Sementara, penguasa menggunakan pengusaha untuk memuluskan kehidupan pribadinya. Dalam keadaan demikian, suasana korupsi telah melanda ke dunia usaha dan bisnis tidak lagi beretika.

Aspek Penting Dalam Berbisnis

Bisnis modern Aspek dipengaruhi oleh aspek manajerial, teknologi, dan politik sosial-kultural. Bisnis disebut kegiatan sosial karena berbagai aspek kegiatannya berhubungan dengan masyarakat. Kegiatan bisnis, cara-cara bisnis dapat membentuk perilaku menjadi perilaku bisnis dapat membentuk sikap masyarakat materialistis. Aspek bisnis dari sisi etis atau moral merupakan hal penting yang tidak disadari. Pengertian bisnis sendiri berasal dari bahasa Inggris business, develop kata basic busy yang berarti "sibuk" dalam konteks individu, komunitas, atau masyarakat. Sedangkan dalam kamus lengkap bahasa Inggris karangan Wojowasito dan Poerwadarminta (2007), bisnis diterjemahkan menjadi: pekerjaan; perusahaan; perdagangan; atau urusan. Jadi bisnis bisa diartikan menjadi suatu kesibukan atau aktivitas dan pekerjaan yang memiliki keuntungan atau nilai tambah.

Dalam ilmu ekonomi, bisnis merupakan organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Dalam ekonomi kapitalis, sebagian besar bisnis yang dimiliki oleh pihak swasta, bisnis dibentuk untuk mendapatkan keuntungan dan meningkatkan kemakmuran para pemilik. Pemilik dan operator dari

sebuah bisnis yang tidak seimbang sesuai dengan waktu, usaha, atau modal yang mereka dapatkan. Namun tidak semua bisnis mengejar keuntungan seperti ini, misalnya bisnis kooperatif yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan semua anggotanya atau institusi pemerintah yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan rakyat. Model bisnis seperti ini kontras dengan sistem sosialis, di mana bisnis besar kebanyakan dimiliki oleh pemerintah, masyarakat umum, atau serikat pekerja.

Sudut Pandang Mengenai Aspek Pentingnya Bisnis

Pandangan Ekonomis Bisnis

Adalah kegiatan ekonomis yang di dalamnya terjadi interaksi antar manusia atau organisasi tukar -menukar, jual -beli, memproduksi - memasarkan, bekerja -mempekerjakan, pembuatan kontrak jual beli dan interaksi manusiawi lainnya dengan maksud memperoleh saling memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berbisnis dan memperoleh keuntungan. Bisnis digambarkan sebagai kegiatan ekonomi terorganisir untuk saling memberikan keuntungan terhadap pihak yang berdagang. Dalam bisnis modern, keuntungan diekspresikan dalam bentuk uang atau manfaat, tetapi hal itu tidak hakiki untuk bisnis, karena kadang kala kegiatan bisnis juga ditujukan untuk kepentingan sosial kemasyarakatan, keuntungan yang diperoleh dalam hal tersebut adalah perbaikan image pebisnis yang terlibat dalam interaksi bisnis. Perolehan keuntungan dalam bisnis tidak bersifat sepihak semata, melainkan diadakan untuk kepentingan kedua belah pihak dalam interaksi.

Pandangan Moral Aspek moral

Merupakan inti jiwa bisnis bekerja sebagai alat kontrol berbisnis. Berbisnis bukan berarti seseorang dapat melakukan semuanya demi kepentingan semata,. namun lebih utama lagi adalah mempersembahkan kepada mitra bisnis atau mereka yang tidak ikut serta dalam bisnis untuk juga dapat memperoleh manfaat dari usaha interaksi bisnis yang dilakukan. Bisnis yang baik secara materi, menguntungkan dan baik secara moral serta bias diciptakan dimasa mendatang agar masyarakat semakin baik dimasa yang akan datang Bisnis yang baik adalah bisnis yang bermoral, dalam aktivitas bisnisnya tidak melupakan mitra bisnis dan masyarakat lain yang berkepentingan. Perilaku yang baik dalam bisnis merupakan perilaku yang sesuai dengan norma-norma moral, sedangkan perilaku bisnis yang buruk bertentangan atau menyimpang dari norma-norma moral. Suatu bisnis dapat dinilai baik secara mendalam jika prestasi bisnis yang dilakukan memenuhi standar moral.

Pandangan Hukum

Hukum Bisnis setiap upaya operasionalisasi bisnis modern. Dalam praktik hukum, banyak masalah yang timbul sehubungan dengan interaksi bisnis bertaraf nasional maupun internasional. Hukum merupakan sudut pandang normatif dari sisi aturan yang disepakad. hukum menetapkan segala sesuatu yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan berbisnis berbisnis. Hukum merupakan aturan bisnis, koridor dan acuan materiil untuk melaksanakan etika bisnis. Hukum bersifat materiil praktis, sedangkan etika bersifat moral. Tanpa hukum mungkin etika sebagai dasar moralitas sebuah kegiatan bisnis kemungkinan dapat dilakukan. Hukum bisa tertulis, sementara etika merupakan perjanjian batin antara manusia dengan penciptanya. Walaupun terdapat hubungan erat antara norma hukum dan norma etika, namun dua macam norma itu tidak sama. Hukum harus berdasarkan etika agar dapat memberikan pertimbangan hukum yang adil dan bisa dinilai bermoral. Bisnis harus patuh pada hukum dan peraturan yang berlaku. Jadi tidak semua hal yang pantas dilakukan atau tidak pantas dilakukan perlu diatur menurut hukum. Selain hukum

diperlukan etika, norma moral berkemampuan untuk menentukan sesuatu yang etis atau tidak etis untuk dilakukan oleh manusia *homo economicus*.

Persoalan Etika Bisnis

Persoalan moralitas manajer dan karyawan dalam praktek bisnis sering menimbulkan akibat merugikan perusahaan secara eksternal. Persoalan besar lainnya adalah masalah pelestarian sumber alam sehubungan dengan praktek bisnis. Persoalan Lingkungan Hidup Kelompok environmentalist menyatakan bahwa banyak perusahaan besar mengotori lingkungan alam dari praktek bisnisnya dengan tidak mendaur ulang atau menyaring limbah industri dalam proses produksi bahkan membuangnya tanpa proses refinery lebih lanjut sehingga membahayakan kehidupan manusia dan cenderung berakibat kepunahan flora dan fauna di sekitar lokasi pabrik milik perusahaan.

Tantangan Terhadap Etika

Politik

Di bidang politik, para manajer sering dihadapkan kepada berbagai kekuatan yang saling tarik menarik dan bujuk membujuk, yang nantinya akan menguntungkan bidang bisnis perusahaan yang bersangkutan. Partai akan berjanji jika partai politik yang bersangkutan memenangi pemilihan umum dan mengendalikan pemerintahan, maka akan diupayakan agar kebijakan pemerintah nantinya akan menguntungkan bidang bisnis perusahaan yang bersangkutan.

Ekonomi

- a. mutu produk. Jika para manajer berniat meraih keuntungan sebesar mungkin, maka mungkin manajer proses produksi tergoda menghasilkan produk bermutu rendah.
- b. Harga. Harga jual diberikan sangat tinggi berlipat lipatan melebihi biaya produksi yang dikeluarkan untuk menghasilkan barang, namun masih dapat terjangkau oleh konsumen dan calon konsumen.
- c. promosi. Contohnya pemasangan iklan besar-besaran di media cetak, media elektronik, dan media statis seperti papan reklame berukuran super besar namun terbukti rawan mencelakakan masyarakat sekitar khususnya bila terjadi angin kencang, billboard tersebut juga sangat mengganggu keindahan pemandangan kota.
- d. Persaingan. Persaingan ketat menyebabkan manajer sering berupaya menjatuhkan produk saingannya dengan membandingkan atau merendahkan nilai produk pesaing.

Faktor Sosial Budaya

Faktor Sosial Budaya digunakan simbol-simbol status sosial untuk memancing emosi belanja masyarakat bawah.

Faktor Teknologi

Perusahaan perlu memberikan kursus keterampilan baru kepada pekerja sehingga mereka dapat mencari pekerjaan lain dan tidak terjadi kehilangan pekerjaan karena adanya kemajuan teknologi yang menimbulkan pengurangan tenaga kerja manusia.

Faktor Hukum

Bentuk ketaatan dapat berbentuk seperti memiliki izin usaha, ketaatan membayar pajak, memberi harga produk sesuai dengan kualitasnya, tidak membujuk konsumen secara berlebihan untuk membeli dsb.

SIMPULAN

Bisnis modern Aspek dipengaruhi oleh aspek manajerial, teknologi, dan politik sosial-kultural. Bisnis disebut kegiatan sosial karena berbagai aspek kegiatannya berhubungan dengan masyarakat. Kegiatan bisnis, cara-cara bisnis dapat membentuk perilaku menjadi perilaku bisnis dapat membentuk sikap masyarakat materialistis. Aspek bisnis dari sisi etis atau moral merupakan hal penting yang tidak disadari. Ada beberapa sudut pandang mengenai aspek pentingnya bisnsi seperti pandangan ekonomi bisnis, pandangan moral aspek moral dan pandangan hukum. Persoalan moralitas manajer dan karyawan dalam praktek bisnis sering menimbulkan akibat merugikan perusahaan secara eksternal. Persoalan besar lainnya adalah masalah pelestarian sumber alam sehubungan dengan praktek bisnis.terdapat. Beberapa tantangan terhadap etika dari segi politik, ekonomi, soasial budaya, teknologi, dan hukum.

REFERENSI

- 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.
- 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., & 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>

- Damayanti, D., Sulistiani, H., Permatasari, B., Umpu, E. F. G. S., & Widodo, T. (2020). Penerapan Teknologi Tabungan Untuk Siswa Di Sd Ar Raudah Bandar Lampung. *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya, 1*, 25–30.
- 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.
- Fadly, M., & Alita, D. (2021). *Optimalisasi pemasaran umkm melalui*. 4(3), 416–422.
- Fadly, M., Muryana, D. R., & Priandika, A. T. (2020). SISTEM MONITORING PENJUALAN BAHAN BANGUNAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN KEY PERFORMANCE INDICATOR. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS), 1*(1), 15–20.
- Fadly, M., & Wantoro, A. (2019). Model Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan Dengan Kombinasi Pengelolaan Digital Asset Untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan. *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya, 1*, 46–55.
- Fauzi, F., Antoni, D., & Suwarni, E. (2020). WOMEN ENTREPRENEURSHIP IN THE DEVELOPING COUNTRY: THE EFFECTS OF FINANCIAL AND DIGITAL LITERACY ON SMES' GROWTH. *Journal of Governance and Regulation, 9*(4), 106–115. <https://doi.org/10.22495/JGRV9I4ART9>
- Fauzi, F., Antoni, D., & Suwarni, E. (2021). *MAPPING POTENTIAL SECTORS BASED ON FINANCIAL AND DIGITAL LITERACY OF WOMEN ENTREPRENEURS: A STUDY OF THE DEVELOPING ECONOMY*. 10(2), 318–327. <https://doi.org/10.22495/jgrv10i2siart12>
- 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.
- 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.

- Permatasari, B. (n.d.). *THE EFFECT OF PERCEIVED VALUE ON E- COMMERCE APPLICATIONS IN FORMING CUSTOMER PURCHASE INTEREST AND ITS*. 101–112.
- 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>
- Ribhan, R., & Yusuf, N. (2016). Pengaruh Moral Kognitif Pada Kinerja Keperilakuan Dan Kinerja Hasil Tenaga Penjualan. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 6(1), 67–78. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v6i1.2660>
- 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.
- Saipulloh Fauzi1, L. F. L. (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>
- 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). c. *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>

- 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 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.).
- Yusuf, N. (2021). The Effect of Online Tutoring Applications on Student Learning Outcomes during the COVID-19 Pandemic. *Italienisch*, 11(2), 81–88. <http://www.italienisch.nl/index.php/VerlagSauerlander/article/view/100>