

## Prosedur Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Rendi Abiantama  
Akuntansi  
\*) rendi@gmail.com

### Abstrak

Dalam kegiatan usaha perusahaan, sebagai pelaku bisnis perusahaan memiliki tanggung jawab untuk membangun hubungan yang harmonis terhadap masyarakat yang berada disekitar lingkungan operasi perusahaan itu. Pada teorinya, perusahaan dianggap memiliki tanggung jawab moral terhadap lingkungan, masyarakat yang terlingkup dalam seluruh aktivitas bisnisnya, baik yang terkena dampak langsung maupun tidak langsung. 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. 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. Corporate Social Responsibility merupakan tanggung jawab moral bagi perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat yang tdiak terbatas hanya pada konsumen saja, tapi semua pihak yang terkait baik langsung ataupun tidak langsung. Perusahaan perlu memperhatikan keberlangsungan hidup masyarakat yang terkait dan terdampak atas aktivitas usahanya.

**Kata Kunci:** Bisnis, Usaha, Tanggung Jawab

---

### PENDAHULUAN

Dalam kegiatan usaha perusahaan, sebagai pelaku bisnis perusahaan memiliki tanggung jawab untuk membangun hubungan yang harmonis terhadap masyarakat yang berada disekitar lingkungan operasi perusahaan itu. (Yusuf, 2021), (Ribhan & Yusuf, 2016), (Defia Riski Anggarini, Putri, et al., 2021) Pada teorinya, perusahaan dianggap memiliki tanggung jawab moral terhadap lingkungan, masyarakat yang terlingkup dalam seluruh aktivitas bisnisnya, baik yang terkena dampak langsung maupun tidak langsung. (Putri & Ghazali, 2021), (Putri, 2021), (Permatasari, n.d.)

Secara historis, tanggung jawab sosial ini telah ada sejak jaman dahulu. Dalam Kode Hammurabi terdapat 282 hukum yang berisi sanksi terhadap pengusaha yang lalai dalma melaksanakan aktivitas bisnisnya. (Defia Riski Anggarini, 2020), (Permatasari & Anggarini, 2020), (Maryana & Permatasari, 2021) Salah satu contoh adalah pengusaha harus menjaga kenyamanan dalam menjalankan bisnis usahanya. Jika terjadi ketidaknyamanan bahkan menyebabkan kematian, pengusaha tersebut bisa dikenai sanksi hukuman mati. (Ahluwalia et al., 2021), (Damayanti et al., 2020), (Defla Riski Anggarini, 2021)

Penggunaan istilah Corporate Social Responsibility dimulai sejak tahun 1970an setelah John Elkington mengemukakan tiga komponen penting untuk Sustainable Development yaitu, economic growth, environmental protection, dan social equity, yang digagas juga The World Commission on Environment and Development (WCED). (Defia Riski Anggarini, Nani, et al., 2021), (Riski, 2018), (Octavia et al., 2020) Yang selanjutnya ditegaskan kembali menjadi 3(tiga) fokus yaitu profit, people and planet. Yang selanjutnya

dideskripsikan bahwa perusahaan yang baik adalah perusahaan yang tidak hanya mengejar keuntungan tapi sekaligus perusahaan yang peduli terhadap keberlangsungan lingkungan dan kemaslahatan masyarakat. (Fitranita & Wijayanti, 2020), (Khamisah et al., 2020), (Nani & Lina, 2022)

Tanggung jawab sosial ini merupakan strategi bisnis jangka panjang perusahaan untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi yang bersamaan dalam peningkatan kualitas hidup, (Nani & Ali, 2020), (Rahmawati & Nani, 2021), (Lina & Nani, 2020) pelestarian lingkungan dan kesejahteraan rakyat secara lebih luas. Tanggung jawab sosial merupakan proses untuk mengevaluasi stakeholder dan tuntutan lingkungan serta mengimplementasikan program sosial. (Nani et al., 2021), (Nani, 2019), (Nani, 2020)

## KAJIAN PUSTAKA

### Sub-bagian I

CSR, adalah bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sekitar, meliputi beberapa aspek yaitu aspek ekonomi, hukum, etika serta kontribusi pada isu social. (*View of Exploring the Relationship between Formal Management Control Systems, Organisational Performance and Innovation\_ The Role of Leadership Characteristics.pdf*, n.d.), (Novita & Husna, 2020b), (Novita & Husna, 2020a) Dari konsep Carroll menunjukkan bahwa setiap perusahaan dalam bentuk kegiatannya CSR, harus melihat beberapa aspek karena dari beberapa aspek yang dikemukakan oleh Carroll itu bersifat memberikan kontribusi dalam kepedulian dan pengembangan terhadap beberapa aspek. (Novita et al., 2020), (Pratama et al., 2022), (Sedyastuti et al., 2021)

CSR adalah sebagai kewajiban pengusaha untuk merumuskan kebijakan, membuat keputusan, atau mengikuti garis tindakan, yang diinginkan dalam hal tujuan dan nilai-nilai masyarakat. CSR, (Suwarni et al., 2021), (Fauzi et al., 2020), (*Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang Dengan Pendekatan Business Model Canvas*, 2020) menurut World Business Council For Sustainable Development (WBCSD) merupakan suatu komitmen berkelanjutan dari dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi pada komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup karyawan beserta seluruh keluarganya. Diakses dari jurnal kementerian lingkungan hidup. (Fauzi et al., 2021), (Suwarni & Handayani, 2021), (Ahluwalia, 2020)

CSR, merupakan tanggung jawab yang dimiliki perusahaan terhadap komunitas yang berkaitan dengan operasional bisnis sehingga perusahaan harus mengidentifikasi kelompok-kelompok stakeholder dan menggabungkan kebutuhan serta kepentingan mereka dalam proses pembuatan keputusan operasional dan strategis. (Larasati Ahluwalia, 2020), (Lina & Ahluwalia, 2021), (Saipullo Fauzi, 2020) secara umum CSR adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan (stakeholders) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan. Serta bagaimana memberikan pengaruh terhadap dibidang ekonomi, social dan lingkungan. (Febrian Eko Saputra, 2018), (Azwari, A, 2021), (Febria Lina & Setiyanto, 2021)

Istilah CSR mulai digunakan sejak tahun 1970an setelah John Elkington mengembangkan tiga komponen penting sustainable development, yakni economic growth, environmental protection, dan social equity, yang digagas juga The World Commission on Environment

and Development (WCED). (Fadly et al., 2020), (Fadly & Alita, 2021), (Fadly & Wantoro, 2019) Ditegaskan Elkington bahwa CSR dikemas dalam tiga focus yang disingkat 3P, singkatan dari profit, planet dan people. Penjabarannya, perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (profit). Melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (planet) dan kesejahteraan masyarakat. (Rosmalasari, 2017), (Sari & Sukmasari, 2018), (Sari, 2014)

## **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. 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. Penulis menggunakan beraneka variasi sumber pustaka dan data sensus internet yang membeberkan seputar Tanggungjawab sosial dalam manajemen. Untuk memperoleh data/isu penulis mengolah data dari beraneka variasi sumber isu internet. Berbagai macam variasi dan sumber rujukan yang tersedia menciptakan penulisan artikel ilmiah ini berjalan dengan baik. (Ameraldo & Ghazali, 2021), (Ameraldo et al., 2019)

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Sejarah Tanggung jawab Sosial dunia terbagi atas beberapa fase. Untuk fase pertama pertanggungjawaban sosial perusahaan kepada masyarakat bermula di Amerika Serikat sekitar tahun 1900 atau lebih dikenal sebagai permulaan abad ke-19. Pada waktu itu Amerika sedang dalam pertumbuhan yang begitu pesat, ditandai dengan banyaknya perusahaan-perusahaan raksasa yang muncul dan hidup berdampingan dengan masyarakat. Pada saat itu, banyak perusahaan besar menyalahgunakan kuasa mereka dalam hal diskriminasi harga, menahan buruh dan perilaku lainnya yang menyalahi moral kemanusiaan. Dengan kata lain, banyak perusahaan yang berbuat semena-mena terhadap masyarakat. Hal itu jelas membuat emosi masyarakat.

Fase kedua evolusi munculnya CSR tercetus pada tahun 1930-an. Dimana pada waktu ini banyak protes yang muncul dari masyarakat akibat ulah perusahaan yang tidak mempedulikan masyarakat sekitarnya. Segala sesuatu hanya diketahui oleh perusahaan. Ditambah kenyataan bahwa pada saat itu telah terjadi resesi dunia secara besar-besaran yang mengakibatkan pengangguran dan banyak perusahaan yang bangkrut. Pada masa ini dunia berhadapan dengan kekurangan modal untuk input produksinya. Buruh terpaksa berhenti bekerja, pengangguran sangat meluas dan merugikan pekerjaannya. Saat itu timbul ketidakpuasan terhadap sikap perusahaan yang tidak bertanggung jawab terhadap pekerjaannya karena perusahaan hanya diam dan tidak bisa berbuat apa-apa. Menurut masyarakat pada masa ini perusahaan sama sekali tidak memiliki tanggung jawab moral. Menyadari kemarahan masyarakat muncul beberapa perusahaan yang meminta maaf kepada masyarakat dan memberi beberapa jaminan kepada para karyawannya yang dipecat.

Gema Tanggung Jawab Sosial semakin terasa pada tahun 1950-an. Hal ini dikarenakan persoalan-persoalan kemiskinan dan keterbelakangan yang semula tidak mendapat perhatian, mulai mendapatkan perhatian lebih luas dari berbagai kalangan. Dengan diterbitkannya buku yang bertajuk “social responsibilities of the businessman” karya

Howard R Bowen tahun 1953 yang merupakan literatur awal, maka menjadikan tahun tersebut sebagai tonggak sejarah modern Tanggung Jawab Sosial. Di samping itu, pada dekade ini juga diramaikan oleh buku legendaris yang berjudul “silent spring” yang ditulis oleh Rachel Carson, seorang ibu rumah tangga biasa yang mengingatkan kepada masyarakat dunia akan bahaya yang mematikan dari pestisida terhadap lingkungan dan kehidupan. Melalui buku Rachel Carson ingin menyadarkan bahwa tingkah laku perusahaan mesti dicermati sebelum berdampak pada kehancuran.

Konsep Tanggung Jawab Sosial adalah harga diri pengusaha itu sendiri berupa tanggung jawab atas terwujudnya nilai-nilai kemanusiaan di masyarakat. Konsep Tanggung Jawab Sosial dalam periode ini adalah Tanggung Jawab Sosial yang sebelumnya merupakan kewajiban moral yang bersifat kedermawanan berkembang menjadi suatu tolok ukur harga diri dari pengusahanya dengan mewujudkan nilai-nilai masyarakat.

Pada dasawarsa 1970-an, terbitlah “the limits to Growth” yang merupakan hasil pemikiran para cendekiawan dunia yang tergabung dalam Club of Rome. Dalam hal ini, buku ini ingin mengingatkan kepada masyarakat dunia bahwa bumi yang kita pijak mempunyai keterbatasan daya dukung. Oleh karena itu, eksploitasi alam mesti dilakukan secara hati-hati supaya pembangunan dapat dilakukan secara berkelanjutan.

Pada dasawarsa ini, kegiatan kedermawanan perusahaan terus berkembang dalam kemasakan philanthropy dan community development serta pada masa ini terjadi perpindahan penekanan dari fasilitas dan dukungan pada sektor-sektor produktif ke arah sektor-sektor sosial.

Pada era 1980-an makin banyak perusahaan yang menggeser konsep filantropisnya ke arah community development. Intinya kegiatan kedermawanan yang sebelumnya kental dengan kedermawanan ala Robin Hood makin berkembang ke arah pemberdayaan masyarakat, misalnya pengembangan kerja sama, memberikan keterampilan, pembukaan akses pasar, hubungan inti plasma, dan sebagainya.

Konsep Tanggung Jawab Sosial adalah proses menambah value perusahaan adalah tergantung pada stakeholders operasional perusahaan. Konsep Tanggung Jawab Sosial dalam periode ini mulai berkembangnya teori stakeholders (para pemangku kepentingan) dalam melakukan Tanggung Jawab Sosial untuk meningkatkan nilai perusahaan.

## **SIMPULAN**

Corporate Social Responsibility merupakan tanggung jawab moral bagi perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat yang tidak terbatas hanya pada konsumen saja, tapi semua pihak yang terkait baik langsung ataupun tidak langsung. Perusahaan perlu memperhatikan keberlangsungan hidup masyarakat yang terkait dan terdampak atas aktivitas usahanya.

## **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](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, 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.
- 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 Kesuksesan Adopsi FLina, 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.
- 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.
- 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.
- 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. *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., & Anggarini, D. R. (2020). Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Oleh Strategi Sebagai Variabel Intervening Pada Waru. Permatasari, 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>
- 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 Canvas, 19 *Journal Management, Business, and Accounting* 320 (2020).
- Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2021). Development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) to Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2021). Development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) to Strengthen Indonesia's Economic Post COVID-19. *Business Management and Strategy*, 12(2), 19. h. *Business Management and Strategy*, 12(2), 19. <https://doi.org/10.5296/bms.v12i2.18794>
- Suwarni, E., Rosmalasar, T. D., Fitri, A., & Rossi, F. (2021). Sosialisasi Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Minat dan Motivasi Siswa Mathla'ul Anwar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(4), 157–163. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.28>
- View of Exploring the Relationship between Formal Management Control Systems, Organisational Performance and Innovation\_ The Role of Leadership*

*Characteristics.pdf*. (n.d.).

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>