

Peran Serta Etika Dalam Penentuan Pasar Modal, Transaksi Serta Pihak Yang Terlibat

Yeti Yosefa
Akuntansi

*) Email : shifayosefa @gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang ada pada pasar modal, mengetahui transaksi yang ada di pasar modal, mengetahui penerapan etika yang di dalam pasar modal, mengetahui pihak-pihak apa saja yang ada pada pasar modal. 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. Simpulan dari penelitian ini adalah setiap kegiatan mencerminkan salah satu dari empat fungsi manajemen yaitu merumuskan sasaran dalam pasar ini terdapat dua pelaku utama yang terlibat, yaitu investor sebagai pihak yang menanamkan dana dan emiten sebagai pihak yang menerima dan mengelola dana investor. Sehingga etika dalam investasi dan pasar modal terutama terkait dengan etika bagi kedua belah pihak, selain etika bagi profesi penunjang seperti akuntan publik, penilai, konsultan hukum, dan lain-lain. Dengan sifat akuntansi yang demikian, maka laporan keuangan yang dihasilkan juga dapat disajikan dengan berbagai pendekatan.

Kata Kunci: Metode Literatur, Pasar Modal, Investor, Trading, Saham.

PENDAHULUAN

Etika merupakan isu penting dalam bisnis saat ini, dan bahkan etika menjadi sorotan utama bisnis saat ini (Yusuf, 2021) (Ribhan & Yusuf, 2016) (Defia Riski Anggarini, Putri, et al., 2021). Etika bisnis saat ini menjadi topik perdebatan yang sangat penting dalam dunia bisnis dan berujung pada dilema. Etika bisnis biasanya mendapat banyak perhatian dalam banyak hal (Putri & Ghazali, 2021) (Putri, 2021). Etika bisnis adalah studi profesional tentang kebaikan dan kejahatan moral yang berfokus pada standar moral yang berlaku untuk kebijakan, institusi, dan perilaku (ANGGARINI & PERMATASARI, 2020) (Lina & Permatasari, 2020) (LIA FEBRIA LINA, 2019). Dalam dunia bisnis, etika memainkan peran yang sangat penting ketika keuntungan tidak lagi menjadi satu-satunya tujuan organisasi. Etika adalah prinsip dan nilai moral yang mengatur tindakan dan keputusan individu atau kelompok (Permatasari, n.d.) (Defia Riski Anggarini, 2020) (Permatasari & Anggarini, 2020). Hal ini membuktikan bahwa pengusaha sebagai individu yang berperan penting dalam menjalankan bisnis tidak terlepas dari prinsip dan nilai yang dianutnya. Penyalahgunaan harga atas produk atau jasa yang ditawarkan, kurangnya kesejahteraan dalam organisasi, perlakuan buruk terhadap karyawan, perilaku tidak etis saat bekerja dengan mitra bisnis lain, kurangnya tanggung jawab sosial dan lingkungan, dan lain-lain (Maryana & Permatasari, 2021) (Ahluwalia et al., 2021) (Damayanti et al., 2020). Etika berasal dari kata Yunani *ethos*. Ini merupakan kebiasaan atau kebiasaan (Defla Riski Anggarini, 2021) (Defia Riski Anggarini, Nani, et al., 2021) (Riski, 2018). Perluasan adat istiadat telah membentuk aturan yang kuat dalam masyarakat mengenai semua tindakan dan bagaimana pimpinan mengikuti aturan, yang membentuk moral masyarakat tentang kepatuhan terhadap kebiasaan umum (Octavia et al., 2020) (Fitranita & Wijayanti, 2020) (Khamisah et al., 2020). Menurut Velasquez (2005), pemahaman moral

bahwa moralitas sebenarnya dapat mempengaruhi orang dalam pengambilan keputusan (Nani & Lina, 2022) (Nani & Ali, 2020) (Rahmawati & Nani, 2021). Untuk membedakan antara etika dan moralitas, etika harus dipahami sebagai bidang filsafat yang berbicara tentang nilai-nilai moral dan norma-norma yang memandu perilaku manusia dalam kehidupan.

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Pasar Modal

Pengertian pasar modal menurut Keputusan Menteri Keuangan RI No.1548/km/1990 tentang Peraturan Pasar Modal yaitu: “Suatu sistem keuangan yang terorganisasi, termasuk di dalamnya adalah bank-bank komersil dan semua lembaga perantara dibidang keuangan, serta seluruh surat-surat berharga yang beredar” (Lina & Nani, 2020) (Nani et al., 2021) (Nani, 2019). Pasar modal merupakan suatu tempat dalam pengertian fisik yang mengorganisasikan transaksi penjualan efek atau disebut sebagai bursa efek (Nani, 2020) (Novita & Husna, 2020b). Pasar modal juga adalah tempat pertemuan antara penawaran dengan permintaan surat berharga (Novita & Husna, 2020a) (Novita et al., 2020) (Pratama et al., 2022).

Tujuan Pasar Modal

Tujuan pasar modal adalah mempercepat proses ikut sertanya masyarakat dalam pemilikan saham menuju pemerataan pendapatan masyarakat dalam pemilikan saham menuju pemerataan pendapatan masyarakat serta meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengerahan dana dan penggunaannya secara produktif untuk pembiayaan pembangunan nasional, sedangkan efek adalah surat berharga yang berupa surat pengakuan utang, surat berharga komersial, saham, obligasi, tanda bukti utang, bukti *right (right issue)*, waran (*warrant*) (Sedyastuti et al., 2021) (Suwarni et al., 2021) (Fauzi et al., 2020).

Pengertian Transaksi

Transaksi adalah suatu bentuk kejadian dalam dunia bisnis dan tidak hanya mencakup proses jual-beli atau penerimaan dan pembayaran saja, tapi juga akan berimbas pada kehilangan, arus, kebakaran dan kejadian lainnya yang bisa diukur dengan uang (Fauzi et al., 2021) (Suwarni & Handayani, 2021). Pengertian transaksi adalah suatu kejadian finansial atau ekonomi yang melibatkan minimal paling tidak dua pihak yang mana keduanya akan saling melakukan kegiatan pertukaran, pinjam-meminjam, melibatkan diri dalam suatu perserikatan usaha, ataupun kegiatan lain dengan dasar sesuai keinginan masing-masing atau peraturan yang berlaku (Ahluwalia, 2020) (Larasati Ahluwalia, 2020) (Lina & Ahluwalia, 2021).

METODE

Dalam penelitian 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 (Saipulloh Fauzil, 2020) (Febrian Eko Saputra, 2018) (Azwari, A, 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. Peneliti menggunakan beraneka variasi sumber pustaka dan data sensus internet yang membeberkan seputar

Tanggungjawab sosial dalam manajemen. Untuk memperoleh data/isu peneliti mengolah data dari beraneka variasi sumber isu internet. Berbagai macam variasi dan sumber rujukan yang tersedia menciptakan penelitian ilmiah ini berjalan dengan baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Etika Dalam Pasar Modal

Etika dalam Praktik Investasi dan Pasar modal adalah pertemuan permintaan dan penawaran dana jangka panjang yang diwujudkan dalam bentuk elemen keuangan yang dapat diperjualbelikan (Febria Lina & Setiyanto, 2021) (Fadly et al., 2020) (Fadly & Alita, 2021). Dalam pasar initer dapat dua pelaku utama yang terlibat, yaitu investor sebagai pihak yang menanamkan dana dan emiten sebagai pihak yang menerima dan mengelola dana investor. Sehingga etika dalam investasi dan pasar modal terutama terkait. Perusahaan yang dianggap memiliki kinerja baik oleh para investor akan diapresiasi ke dalam peningkatan harga saham, dan peningkatan harga saham tersebut merupakan salah satu dasar yang digunakan untuk memberikan kompensasi kepada manajemen perusahaan (Fadly & Wantoro, 2019) (Rosmalasari, 2017) (Sari & Sukmasari, 2018). Adanya kepentingan tersebut membuat manajemen emiten melakukan tindakan-tindakan yang mampu meningkatkan harga saham perusahaan dengan cara yang tidak beretika, yang pada akhirnya akan menguntungkan dirinya sendiri dan merugikan para investor (Sari, 2014) (Ameraldo & Ghazali, 2021) (Ameraldo et al., 2019).

Beberapa macam praktik penyimpangan yang terjadi pada pasar modal:

1. *Insider Trading*, yaitu perdagangan efek yang dilakukan oleh orang dalam perusahaan dimana perdagangan efek tersebut didasarkan karena adanya informasi dari seseorang
2. *Marking the close*, yaitu tindakan merekayasa harga permintaan atau penawaran efek pada saat mendekati penutupan
3. *Painting the tape*, yaitu kegiatan perdagangan antara rekening efek satu dengan rekening efek lain yang masih berada dalam penguasaan satu pihak atau mempunyai sedemikian rupa sehingga tercipta perdagangan semu.
4. *Cornering the market*, yaitu membeli efek dalam jumlah besar sehingga dapat menguasai pasar (menyudutkan pasar)
5. *Pools* yaitu penghimpunan dana dalam jumlah besar oleh sekelompok *investor* dimana dana tersebut dikelola oleh broker atau seseorang yang memahami kondisi pasar.
6. *Wash Sale* yaitu transaksi yang terjadi antara pihak pembeli dan penjual yang tidak menimbulkan perubahan kepemilikan dan/atau manfaatnya (*beneficiary of ownership*) atas transaksi saham tersebut.

KESIMPULAN

Pasar modal adalah pasar yang memperjual belikan berbagai instrumen keuangan jangka panjang, baik dalam bentuk utang atau modal sendiri yang diterbitkan oleh perusahaan swasta. Produk- produk yang ditawarkan atau yang terdapat didalam pasar modal dapat berupa saham, obligasi dan reksadana. Pasar Modal sebagai instrumen ekonomi menjadi pilar penting bagi masyarakat untuk melakukan investasi dan sekaligus menjadi sumber pembiayaan bagi perusahaan-perusahaan di Indonesia. Instrumen Pasar Modal dapat dibedakan ke dalam dua macam segmen yaitu, *non-securities segment* dan *securities segment*.

Dalam pasar ini terdapat dua pelaku utama yang terlibat, yaitu investor sebagai pihak yang menanamkan dana dan emiten sebagai pihak yang menerima dan mengelola dana investor. Sehingga etika dalam investasi dan pasar modal terutama terkait dengan etika bagi kedua belah pihak, selain etika bagi profesi penunjang seperti akuntan publik, penilai, konsultan hukum, dan lain-lain. Dengan sifat akuntansi yang demikian, maka laporan keuangan yang dihasilkan juga dapat disajikan dengan berbagai pendekatan.

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://ejournal.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. *NIAT BELI PRODUK DI MEDIA SOSIAL*. 1(2), 41–50.
- Lina, L. F., & Ahluwalia, L. (2021). Customers' impulse buying in social commerce: The role of flow experience in personalized advertising. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 21(1), 1–8. <https://doi.org/10.28932/jmm.v21i1.3837>
- Lina, L. F., & Nani, D. A. (2020). Kekhawatiran Privasi Pada Kesuksesan Adopsi FLina, L. F., & Nani, D. A. (2020). Kekhawatiran Privasi Pada KesukLina, L. F., & Nani, D. A. (2020). Kekhawatiran Privasi Pada Kesuksesan Adopsi FLina, L. F., & Nani, D. A. (2020). Kekhawatiran Privasi Pada Kes. *Performance*, 27(1), 60–69.
- Lina, L. F., & 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.
- 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 GovernmeNani, 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. (2020). The influence factors of consumer behavioral intention towards online food delNovita, D., & Husna, N. (2020). The influence factors of consumer behavioral intention towards online food delivery services. *Jurnal Technobiz*, 3(2), 40–42. ivery services. *Jurnal Technobiz*, 3(2), 40–42.
- Novita, D., Husna, N., Azwari, A., Gunawan, A., & Trianti, D. (2020). *Behavioral Intention Toward Online Food delivery (The Study Of Consumer Behavior During Pandemic Covid-19)*. 17(1), 52–59.
- Octavia, N., Hayati, K., & Karim, M. (2020). Pengaruh Kepribadian, Kecerdasan Emosional dan Kecerdasan Spiritual terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 130–144. <https://doi.org/10.23960/jbm.v16i2.87>
- Permatasari, B. (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.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>
- 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>
- 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>