

Analisa Kelayakan Bisnis Terhadap Aspek Ekonomi, Sosial, Dan Politik Menggunakan Metode Deskriptif Kualitatif

Indah Mutiara Sandi
Akuntansi

*¹) Email : Indahmusa@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui maksud dari studi kelayakan bisnis dan mengetahui pentingnya aspek ekonomi, sosial, politik dalam studi kelayakan bisnis. Studi kelayakan bisnis berfokus mengidentifikasi potensi masalah dalam bisnis, agar usaha yang akan dijalankan dapat bertahan lama dan jauh dari sebuah kerugian. Fokus studi kelayakan bisnis adalah identifikasi potensi masalah kritis seperti bagaimana dan di mana bisnis akan dijalankan. Hasil analisis studi kelayakan dapat dijadikan pedoman untuk berwirausaha. Dalam studi kelayakan bisnis terdapat beberapa aspek penting yang menunjang keberhasilan bisnis tersebut. Mulai dari aspek pasar, aspek pemasaran, aspek teknik produksi, aspek manajemen dan sumber daya manusia hingga aspek ekonomi, sosial, politik. Hasil penelitian ini adalah Aspek ekonomi, sosial, politik sangat penting dalam studi kelayakan bisnis. Karena sebuah bisnis tidak lepas dari analisis ekonomi yang berorientasi pada laba yang sebesar besarnya. Sebuah bisnis juga berkaitan dengan lingkungan sosial politik. Karena bisnis tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya dukungan sosial dari masyarakat dan politik pemerintah.

Kata Kunci: Akuntansi, Bisnis, Studi Kelayakan, Ekonomi, Wirausahawan.

PENDAHULUAN

Dalam memulai bisnis perlu adanya perencanaan bisnis yang baik, atau sering juga disebut dengan "*business plan*" (Yusuf, 2021);(Ribhan & Yusuf, 2016). Karena dengan perencanaan bisnis, sebuah usaha akan berjalan sesuai dengan tujuan awal di dirikannya perusahaan tersebut. Selain perencanaan bisnis, kita juga mengenal studi kelayakan bisnis (Defia Riski Anggarini, Putri, et al., 2021);(Putri & Ghazali, 2021);(Putri, 2021). Studi kelayakan bisnis ini lebih fokus pada perusahaan yang sudah ada, dengan kata lain fokus pada proses pengembangan usaha yang memberi masa manfaat yang lama. Studi kelayakan bisnis berfokus mengidentifikasi potensi masalah dalam bisnis, agar usaha yang akan dijalankan dapat bertahan lama dan jauh dari sebuah kerugian (ANGGARINI & PERMATASARI, 2020);(Lina & Permatasari, 2020);(LIA FEBRIA LINA, 2019). Studi ini tidak hanya mengidentifikasi potensi masalah, melainkan juga solusi dari masalah tersebut. Fokus studi kelayakan bisnis adalah identifikasi potensi masalah kritis seperti bagaimana dan dimana bisnis akan dijalankan (Permatasari, n.d.);(Defia Riski Anggarini, 2020);(Permatasari & Anggarini, 2020). Pahami bahwa rencana bisnis dan studi kelayakan bisnis adalah dua hal yang berbeda dan tidak bisa saling menggantikan. Jika ingin lebih lanjut mengimplementasikan keputusan studi kelayakan bisnis, langkah selanjutnya adalah rencana implementasi (Maryana & Permatasari, 2021);(Ahluwalia et al., 2021). Hasil analisis studi kelayakan dapat dijadikan pedoman untuk berwirausaha. Wirausahawan harus siap menghadapi berbagai situasi dalam usahanya, sekalipun timbul masalah atau penyimpangan (Damayanti et al., 2020). Peran hasil laporan studi kelayakan usaha menjadi dasar untuk mengidentifikasi permasalahan yang bermasalah (Defla Riski Anggarini,

2021);(Defia Riski Anggarini, Nani, et al., 2021). Setelah akar masalahnya ditemukan, pengusaha tentu bisa mengambil tindakan yang tepat (Riski, 2018). Dalam studi kelayakan bisnis terdapat beberapa aspek penting yang menunjang keberhasilan bisnis tersebut. Mulai dari aspek pasar, aspek pemasaran, aspek teknik produksi, aspek manajemen dan sumber daya manusia hingga aspek ekonomi, sosial, politik. Pada kesempatan ini, peneliti tertarik untuk membahas lebih lanjut mengenai aspek ekonomi, sosial, politik.

KAJIAN PUSTAKA

Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian yang menyangkut berbagai aspek baik itu dari aspek hukum, sosial ekonomi serta budaya, aspek pasar serta pemasaran, aspek teknis serta teknologi sampai dengan aspek manajemen serta keuangannya, dimana hal itu digunakan untuk dasar penelitian studi kelayakan serta hasilnya digunakan untuk mengambil sebuah keputusan (Octavia et al., 2020);(Fitranita & Wijayanti, 2020);(Khamisah et al., 2020). Studi kelayakan biasanya digolongkan menjadi dua bagian yang berdasarkan pada orientasi yang diharapkan oleh suatu perusahaan yaitu (Nani & Lina, 2022):

1. Orientasi laba = studi yang menitik-beratkan pada keuntungan yang secara ekonomis (Nani & Ali, 2020).
2. Orientasi tidak pada laba (sosial), = studi yang menitik beratkan suatu proyek tersebut bisa dijalankan serta dilaksanakan tanpa memikirkan nilai atau keuntungan ekonomis (Rahmawati & Nani, 2021).

Aspek Ekonomi

Aspek ekonomi adalah aspek geografi sosial yang berkaitan dengan hal-hal ekonomis (Lina & Nani, 2020);(Nani et al., 2021);(Nani, 2019). Aspek ekonomi itu sendiri membahas tentang bagaimana perusahaan berkembang yang tentunya *impact* positif terhadap pendapatan yang diperoleh (Nani, 2020); (Novita & Husna, 2020b). Bukan hanya itu sumber daya manusia (SDM) juga harus sesuai dengan keadaan tempat kita memulai sebuah usaha karena peningkatan ekonomi berpengaruh terhadap hal tersebut (Novita & Husna, 2020a);(Novita et al., 2020);(Pratama et al., 2022).

Aspek Sosial

Aspek sosial merupakan hasil daripada aktivitas manusia dengan alam sekitar/lingkungannya yang dimana salah satu bentuknya itu meliputi penindasan (Sedyastuti et al., 2021);(Suwarni et al., 2021);(Fauzi et al., 2020). Mengenai penindasan tersebut adalah suatu kekerasan, ancaman dan paksaan yang dilakukan seseorang kepada orang lain yang melibatkan ketidakseimbangan kekuasaan sosial atau orang lain (Fauzi et al., 2021). Tujuan utama perusahaan adalah mencari keuntungan yang sebesar-besarnya (Suwarni & Handayani, 2021). Namun, perusahaan tidak dapat hidup sendirian, perusahaan hidup bersamasama dengan komponen lain, salah satu komponen lain yang dimaksud adalah lembaga sosial sehingga dalam rangka keseimbangan tadi, hendaknya perusahaan memiliki tanggung jawab sosial (Ahluwalia, 2020);(Larasati Ahluwalia, 2020);(Lina & Ahluwalia, 2021).

Aspek Politik

Aspek politik adalah suatu kondisi yang terjadi akibat adanya isu, spekulasi, dan rumor karena kondisi politik dari pemerintah yang bisa mempengaruhi permintaan dan penawaran

konsumen (Saipulloh Fauzi1, 2020);(Febrian Eko Saputra, 2018);(Azwari, A, 2021). Adanya isu, rumor, spekulasi yang timbul akibat kondisi politik yang di ciptakan pemerintah akan mempengaruhi permintaan dan penawaran suatu produk, baik itu barang maupun jasa (Febria Lina & Setiyanto, 2021);(Fadly et al., 2020);(Fadly & Alita, 2021). Dalam menganalisis kelayakan bisnis hendaknya aspek politik perlu pula dikaji untuk memperkirakan bahwa situasi politik saat bisnis di bangun dan di implementasikan tidak akan sangat mengganggu sehingga kajian menjadi layak, situasi politik dapat di ketahui melalui berita-berita dan media massa (Fadly & Wantoro, 2019);(Rosmalasari, 2017);(Sari & Sukmasari, 2018).

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 publikasi yang tersedia di perpustakaan maupun internet (Sari, 2014). 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 (Ameraldo & Ghazali, 2021);(Ameraldo et al., 2019). peneliti menggunakan beraneka variasi sumber pustaka dan data sensus internet yang membeberkan seputar tanggung jawab 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.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berkenaan dengan permasalahan permintaan konsumen dan penawaran produsen, serta bentuk-bentuk pasar maka tugas analisis dalam melakukan studi kelayakan bisnis (SKB) dari aspek pasar hendaknya:

1. Mampu menentukan produk atau jasa yang akan dijadikan benchmark bagi rancangan produk atau jasa yang akan dijual. Jika belum ada produk yang beredar di pasar, maka rancangan produk atau jasa dari studi ini akan menjadi pelopor dipasar.
2. Mampu menentukan jenis pasar yang akan dipilih, baik dari sisi produsen maupun dari sisi konsumen. Dengan penentuan ini, maka manajemen selanjutnya akan mempersiapkan strategi dan kebijakannya.
3. Mampu melakukan analisis untuk dapat menentukan pergerakan permintaan konsumen akan produk yang akan dijual serta pergerakan kemampuan para produsen dalam penawarannya di pasar, baik untuk masa sekarang maupun untuk masa ke depan. Analisis dapat dilakukan dengan berbagai cara, baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Secara kuantitatif misalnya adalah dengan metode statistika berupa teknik *regresi* dan *forecasting*.
 - a. *Related* lingkup rencana pengelolaan lingkungan
 - b. Sistematis pengelolaan lingkungan
Dimana bisnis akan dilaksanakan dalam penentuan pergerakan permintaan konsumen di atas, hendaknya informasi mengenai *product life cycle* (PLC) dari produk sejenis dapat dibuat. Karena dengan diketahui bahwa produk berada pada posisi PLC-nya, maka perusahaan dapat melakukan strategi yang tepat.
4. Selain PLC-nya analisis hendaknya mampu memberikan informasi tentang pangsa pasar produk-produk sejenis yang dianggap sebagai pesaing baik untuk saat ini maupun prakiraan ke depan. Dengan demikian, analisis dapat memprediksi peluang,

ancaman, sekaligus kekuatan yang ada dalam rangka meningkatkan pangsa pasar atau paling tidak mempertahankannya.

Kesimpulan

Berdasarkan uraian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa :
Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian yang menyangkut berbagai aspek baik itu dari aspek hukum, sosial ekonomi serta budaya, aspek pasar serta pemasaran, aspek teknis serta teknologi sampai dengan aspek manajemen serta keuangannya, dimana hal itu digunakan untuk dasar penelitian studi kelayakan serta hasilnya digunakan untuk mengambil sebuah keputusan. Aspek ekonomi, sosial, politik sangat penting dalam studi kelayakan bisnis. Karena sebuah bisnis tidak lepas dari analisi ekonomi yang berorientasi pada laba yang sebesar besarnya. Sebuah bisnis juga berkaitan dengan lingkungan sosial politik. Karena bisnis tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya dukungan sosial dari masyarakat dan politik pemerintah.

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
- 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 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. (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.
- 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. (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 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>

- 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>
- 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>