

# DEFINISI CSR, IDE CSR DAN 3 CSR YANG DITERAPKAN DI DALAM PERUSAHAAN

Selvy Pratiwi  
Akuntansi  
*Selvy pratiwi@gmail.com*

## Abstrak

*Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan salah satu program yang dilihat menjadi bentuk Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap pemangku kepentingan serta lingkungan pada segala aspek operasional perusahaan. Lima prinsip CSR terkait misi jangka panjang, mengontribusi yang telah dilakukan, jasa khusus skala besar, menimbang pengaruh pemerintah, menyusun dan menilai total manfaat. CSR yang diterapkan di perusahaan meliputi *Cause Promotions, Corporate societal marketing, community volunteering*.

Kata kunci: Definisi CSR, Ide CSR

---

## PENDAHULUAN

Semua kegiatan serta aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan tentu wajib dipertanggung jawabkan pada tiap perusahaan (Ahluwalia et al., 2021). Mulai dari karyawan, pemilik saham, *customer* (Fadly & Alita, 2021) pemerintah, serta juga warga umum. Pertanggung jawaban tersebut umumnya dikenal menjadi *Corporate Social Responsibility* atau CSR. CSR merupakan suatu bentuk pertanggung jawaban sosial yg wajib dilakukan oleh pihak manajemen (Husna et al., 2021) perusahaan buat semua stakeholders serta juga semua pihak yg mempunyai kepentingan. banyak sekali macam pihak yang dimaksud pada atas merupakan karyawan perusahaan, pemegang saham perusahaan, konsumen, pihak pemerintah,serta masyarakat yang terdapat di ruang lingkup perusahaan tadi (Tansir et al., 2021) Bentuk tanggung jawab yang harus ada pada dalam CSR (Lestari & Puspaningrum, 2021) adalah sebuah aktivitas atau kegiatan yang dilakukan sang manajemen perusahaan menjadi keliru satu bentuk rasa tanggung jawabnya (Nugroho, 2021) menjadi perusahaan pada masyarakat sosial serta lingkungan kurang lebih. (Novita & Husna, 2020) Dimana perusahaan itu melakukan segala aktivitas operasionalnya (Defia Riski Anggarini, 2020).sebagai akibatnya bisa kita simpulkan bahwa CSR ialah sebuah pertanggungjawaban sosial (Putri, 2021) yg dilakukan sang pihak perusahaan buat menyampaikan suatu manfaat pada pihak yang terdapat di pada serta sekitar perusahaan menggunakan melakukan suatu acara yang berguna (Phelia, Pramita, Susanto, et al., 2021). Perlu Grameds pahami bahwa sebuah bisnis memang memiliki tanggung jawab pada masyarakat secara umum dan lingkungantempat mereka berdiri.

## KAJIAN PUSTAKA

### Definisi CSR

*Corporate Social Responsibility* atau biasa disebut menjadi CSR artinya istilah bahasa Inggris. kata “Corporate” (Finance, 2019) memiliki arti perusahaan, sementara “Social” berarti sosial, serta “Responsibility” bermakna tanggung jawab (Safitri & Nani, 2021) Secara etimologi, pengertian asal *Corporate Social Responsibility* dapat dimaknai sebagai aktivitas perusahaan yang mempunyai tanggung jawab secara sosial kepada warga sekitar serta masyarakat secara luas sampai pemangku kepentingan.dalam sebuah penelitiannya

pada tahun 2008, Widjaja dan Yeremia (Fadly & Wantoro, 2019) mengungkapkan bahwa bentuk kolaborasi antara perusahaan tidak hanya Perseroan Terbatas (PT) dengan segala pemangku kepentingan baik secara pribadi atau secara tidak langsung melakukan interaksi dengan perusahaan buat permanen mengklaim eksistensi serta keberlangsungan hidup usaha (sustainability) perusahaan tadi.(Naconha, 2021) CSR adalah suatu konsep atau tindakan yang dilakukan sang sebuah perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial atau lingkungan sekitar.(Hendrastuty et al., 2021) Bentuk-bentuk tanggung jawab dari sebuah perusahaan akbar mampu sangat beragam, mulai dari melakukan kegiatan yang dapat menaikkan kesejahteraan rakyat, pemugaran terhadap lingkungan, pemberian beasiswa kepada anak asal masyarakat lebih kurang yang kurang mampu, hadiah dana untuk pemeliharaan fasilitas umum , sampai sumbangan buat desa/fasilitas warga yang bersifat sosial.(Sulistiyawati & Supriyanto, 2021) telah menjadi fakta umum bahwa menggunakan berdirinya sebuah bisnis atau perusahaan besar mempunyai potensi Mengganggu lingkungan (Anggarini, 2021) Tanggung jawab tersebut ialah sebuah bentuk timbal kembali dari perusahaan akbar yang berada di wilayah sebuah warga.(Phelia, Pramita, Misdalena, et al., 2021). Oleh sebab itu, CSR dibutuhkan supaya sebuah perusahaan dapat membantu mengurangi potensi kerusakan CSR ialah sebuah konsep yg menyampaikan ide terhadap bentuk kepedulian perusahaan terhadap warga. CSR dipergunakan sebagai bentuk alasan bahwa aktivitas produksi yg dilakukan secara langsung juga secara tak pribadi telah membawa dampak for better or worse bagi situasi dan kondisi sosial ekonomi dan lingkungan pada sekitar perusahaan berdiri dan beroperasi (Ameraldo & Ghazali, 2021).

Dengan kata lain, keputusan perusahaan tak hanya semata didasarkan atas motif keuntungan, namun juga harus mempertimbangkan dampak kepada masyarakat di sekitar perusahaan. Secara sederhana, CSR adalah aktivitas bisnis di mana perusahaan bertanggung jawab secara sosial kepada semua pemangku kepentingan termasuk masyarakat luas, sebagai bentuk perhatiannya dalam meningkatkan kesejahteraan dan berdampak positif bagi lingkungan. Seperti yang kita ketahui, sebuah perusahaan, apalagi perusahaan besar, seringkali menimbulkan berbagai potensi risiko seperti kerusakan lingkungan. Keberadaan CSR adalah diharapkan dapat membantu mengurangi bahkan membuat risiko tersebut menjadi nol.

### **Manfaat CSR untuk Perusahaan**

Beberapa manfaat yang akan perusahaan dapatkan dari program CSR antara lain :

1. Meningkatkan Citra atau Image Perusahaan di Mata Masyarakat  
Salah satu manfaat utama dari program ini yaitu bisa meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat. Maka masyarakat sekitar juga akan ikut merasakan dampak positif dari perusahaan tersebut. Dalam beberapa kasus, cara ini juga bisa membangun citra yang baik bagi perusahaan (Munandar & Assuja, 2021).
2. Potensi untuk Menjalinkan Kerja Sama dengan Pihak Lain  
CSR juga menjadi salah satu cara yang juga bisa perusahaan lakukan untuk menjalin kerja sama dengan pihak lain. Hal ini bisa terjadi ketika bentuk program yang diberikan membutuhkan pihak lain juga untuk membantu. Dalam kasus ini, biasanya selain sama-sama memberikan bantuan, antar perusahaan tersebut juga bisa menjalin kerja sama lebih lanjut yang menguntungkan kedua belah pihak (Isnain et al., 2021)
3. Menjadi Pembeda antara Satu Perusahaan dengan Kompetitor yang Lain  
Program ini juga bisa menjadi cara untuk membuat awareness masyarakat terhadap suatu brand meningkat. Terutama ketika program bantuan ini dilakukan secara masif.

Biasanya, apa yang dibuat oleh perusahaan tersebut akan melekat dengan image perusahaan tersebut di mata masyarakat (Gerai et al., 2021)

4. **Memperkuat Brand Perusahaan di Mata Masyarakat**

Hal lain yang juga menjadi manfaat dari program ini bagi perusahaan yaitu bisa meningkatkan brand tersebut di mata masyarakat. Tentunya berkaitan dengan citra atau image perusahaan yang juga meningkat. Kegiatan pemberian bantuan ini juga bisa menjadi cara promosi yang cukup baik (ANGGARINI & PERMATASARI, 2020).

**Manfaat CSR untuk Masyarakat**

Selain untuk perusahaan, kegiatan dan program ini juga akan sangat bermanfaat untuk masyarakat. Beberapa manfaat tersebut antara lain adalah :

1. **Meningkatkan Kapasitas Sumber Daya Manusia**

Salah satu program CSR yang banyak perusahaan lakukan adalah dengan memberikan pelatihan sosial dan juga pendidikan. Manfaat dari kegiatan ini salah satunya adalah bisa meningkatkan kualitas dan kapasitas dari sumber daya manusia yang ada di sekitar perusahaan tersebut (Permana & Puspaningrum, 2021).

2. **Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Sekitar**

Banyak perusahaan yang memberikan program ini dengan cara menciptakan lapangan kerja baru. Dengan cara ini maka manfaat yang bisa masyarakat dapatkan salah satunya adalah meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup yang mereka miliki (Fauzi & Lina, 2020)

3. **Meningkatkan Kelestarian Lingkungan**

Kelestarian lingkungan di sini baik berupa hal fisik maupun non fisik. Dalam hal fisik, mungkin kamu pernah melihat perusahaan yang melakukan program ini dengan cara penanaman pohon, perbaikan saluran air, perbaikan jalan, dan lainnya. Sementara untuk kelestarian non fisik, contohnya seperti kelestarian budaya. Dalam hal ini, dana bantuan yang perusahaan berikan akan banyak membantu pelestarian budaya tersebut agar tetap terjaga (Novita & Husna, 2020).

4. **Membangun dan Memelihara Fasilitas Umum dan Fasilitas Khusus untuk Sosial**

Yang bisa masyarakat rasakan manfaat lainnya dari kegiatan CSR yaitu terciptanya fasilitas umum dan khusus yang memadai. Banyak sekali kegiatan dari program ini yang bertujuan untuk hal tersebut, seperti membangun akses air bersih, membangun akses kesehatan, dan lainnya (Fernando et al., 2021).

**Jenis-jenis CSR**

Dalam pelaksanaannya, CSR ada beberapa jenis, seperti :

1. **Cause Promotions**

Ini merupakan salah satu jenis CSR yang perusahaan lakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan suatu masalah. Selain itu, tujuan lain dari CSR ini menjadi media promosi bagi perusahaan. Nantinya, perusahaan akan memberikan bantuan dalam bentuk sumbangan dana ataupun sumberdaya dalam mendukung kegiatan sosial yang bisa berupa donasi ataupun kegiatan community service (Permatasari & Anggarini, 2020).

2. **Cause Related Marketing**

Jenis yang kedua yaitu cause related marketing. Pengertian CSR jenis ini, perusahaan akan memberikan beberapa persen keuntungan yang mereka dapatkan dari penjualan produk tertentu untuk membantu masalah sosial yang ada. Nantinya, dana yang ada akan perusahaan berikan pada pihak lain yang terlibat atau yang membutuhkan (Fadly & Alita, 2021)

3. **Corporate Social Marketing**

Pelaksanaan CSR lainnya yaitu corporate social marketing. Dalam jenis ini, tujuan besar yang ingin perusahaan lakukan yakni membantu dan mendukung masyarakat sekitar untuk berubah menuju arah yang lebih baik. Bentuk dukungan yang perusahaan berikan pun cukup beragam, dari mulai edukasi masalah kesehatan, kesejahteraan, keamanan, dan lainnya (Lina & Permatasari, 2020).

4. Corporate Philanthropy

Jenis ini dimana perusahaan akan memberikan CSR dengan cara memberikan kontribusi langsung. Biasanya perusahaan akan mencairkan sejumlah dana dan memberikan langsung dalam bentuk donasi, program charity, pemberian sumbangan, dan lainnya (Cindiyasari, 2017).

5. Community Volunteering

Jenis CSR ini juga sering perusahaan wujudkan dengan melakukan community volunteering. Dimana perusahaan akan memberikan layanan terhadap lingkungan sekitar. Biasanya, perusahaan juga akan melibatkan karyawannya sebagai relawan untuk ikut membantu dalam kegiatan tersebut (Ameraldo & Ghazali, 2021).

### **Berapa Besar Anggaran Dana CSR**

Pertanyaan selanjutnya yang mungkin banyak orang tanyakan tentang CSR yaitu berapa besaran dana yang perlu dikeluarkan? Jika merujuk pada UU No 47 Tahun 2012 tentang PT dan PP maka sebenarnya besaran dana CSR tidak diatur dengan spesifik. Artinya, besaran dana ini akan tergantung pada kebijakan perusahaan. Meski demikian, besaran dana CSR ini tetap harus diperhitungkan, dianggarkan, dan dikeluarkan oleh perusahaan sesuai dengan kepatutan dan kewajiban. Hal ini sesuai dengan UU No tahun 2007.

### **METODE**

Dalam artikel ini, metode yang digunakan adalah metode literatur (Sari & Sukmasari, 2018). 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 (Dhiona Ayu Nani, 2021). Adapun sifat dari penelitian ini adalah analisis deskriptif, yakni penguraian secara teratur data yang telah diperoleh, kemudian diberikan pemahaman dan penjelasan agar dapat dipahami dengan baik oleh pembaca (Febria Lina & Setiyanto, 2021). Penulis menggunakan beraneka variasi sumber pustaka dan data sensus internet yang membeberkan seputar Tanggungjawab sosial dalam manajemen (Lina & Ahluwalia, 2021). Untuk memperoleh data/isu penulis mengolah data dari beraneka variasi sumber isu internet (Lina & Nani, 2020). Berbagai macam variasi dan sumber rujukan yang tersedia menciptakan penulisan artikel ilmiah ini berjalan dengan baik (Lina & Permatasari, 2020).

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwa prinsip-prinsip CSR menurut menurut Pearce II dan Robinson (Putri & Ghazali, 2021) diantaranya :

1. Mengidentifikasi misi jangka panjang yang tahan usang Perusahaan menyampaikan donasi sosial terbesar Jika mengidentifikasi tantangan kebijakan yang penting dan berlangsung usang dan berpartisipasi di solusinya dalam jangka panjang (Prasetyo et al., 2021)
2. Mengontribusikan yang sudah dilakukan perusahaan memaksimalkan manfaat serta kontribusi perusahaannya (Susilawati, 2016), Jika perusahaan itu dapat menaikkan

kemampuan inti serta mengontribusikan produk dan jasa yg didasarkan pada keahlian yg digunakan dalam atau yang dihasilkan berasal operasi normalnya (Darma et al., 2021)

3. Mengontribusikan jasa spesifik skala besar Perusahaan mempunyai dampak sosial terbesar ketika perusahaan menyampaikan donasi spesifik pada usaha koperasi berskala besar (Bangun et al., 2018).
4. Menimbang imbas pemerintah dukungan pemerintah bagi partisipasi perusahaan dalam CSR atau paling tidak kerelaannya buat menghilangkan kendala sehingga dapat memberikan dampak positif yg penting (Larasasati & Natasya, 2017).
5. Menyusun serta menilai total paket manfaat perusahaan memperoleh manfaat terbesar asal kontribusi sosialnya jika menyampaikan harga di total paket manfaat. evaluasi ini sebaiknya meliputi kontribusi sosial yang diberikan maupun dampak reputasi yg memperkuat atau memperkaya posisi perusahaan di mata para konstitusinya (Anggarini, 2021).

### **CSR yang di terapkan pada perusahaan**

#### *1. Cause Promotions*

Jenis ini bisa diartikan sebagai upaya perusahaan pada menaikkan pencerahan | terhadap suatu masalah. Tujuan lain dari CSR ini merupakan sebagai media promosi I bagi suatu perusahaan. dalam melakukan CSR jenis Cause Promotion, perusahaan menggelontorkan sejumlah dana dan asal daya untuk mendukung kegiatan sosial seperti donasi serta aktivitas community service (Defia Riski Anggarini, 2020)

#### *2. Corporate Societal Marketing*

Corporate Societal Marketing merupakan CSR yang dilakukan perusahaan pada bentuk kampanye. umumnya kampanye yang digalakkan sang perusahaan mencakup | kampanye kesehatan, lingkungan, hingga berita-informasi lainnya. Tujuan berasal CSR jenis ini tidak lain merupakan buat membantu mendukung perubahan rakyat ke arah yang lebih baik (Novita & Husna, 2020).

#### *3. Community Volunteering*

Buat CSR jenis Volunteering ini diartikan sebagai bentuk perusahaan memberikan pelayanan secara cuma-cuma pada lingkungan. umumnya perusahaan akan melibatkan para karyawan buat menyisihkan waktu secara sukarela dalam aktivitas yg mendukung keberlangsungan lingkungan sekitar (Anisa Martadala et al., 2021)

### **SIMPULAN**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa CSR merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial asal pengelola perusahaan untuk para stakeholder dan pihak lain yang berkepentingan, yaitu pemegang saham, karyawan, konsumen, pemerintah, dan warga program CSR bisa dilakukan sang perusahaan menggunakan melaksanakan aktivitas operasional di berbagai bidang seperti ekonomi, sosial, sampai lingkungan. pada menjalankan program CSR, perusahaan tentunya memiliki beberapa tujuan, antara lain merupakan buat mempertinggi citra perusahaan, memelihara korelasi dengan stakeholder, dan menyelesaikan persoalan pada lingkungan sekitar. contoh aktivitas CSR yang biasa dilakukan oleh perusahaan diantaranya artinya pengembangan UMKM di bidang ekonomi, vaksinasi Covid-19 gratis pada bidang kesehatan, program

penanaman 1000 pohon di bidang lingkungan, pemberian

## REFERENSI

- 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.
- Anggarini, D. R. (2021). *Kontribusi Umkm Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Lampung 2020*. 9(2), 345–355.
- 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).
- Anisa Martadala, D., Redi Susanto, E., & Ahmad, I. (2021). Model Desa Cerdas Dalam Pelayanan Administrasi (Studi Kasus: Desa Kotabaru Barat Kecamatan Martapura Kabupaten Oku Timur). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi (JTISI)*, 2(2), 40–51. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/JTISI>
- Bangun, R., Monitoring, S., Gunung, A., Krakatau, A., & Iot, B. (2018). *Rancang Bangun Sistem Monitoring Aktivitas Gunung Anak Krakatau Berbasis IoT*. 31(1), 14–22.
- Cindiyasari, S. A. (2017). *Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital, Dan Rasio Likuiditas Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2015)*.
- Darma, T., Sari, R., & Ekonomi, F. (2021). *Kontribusi Kepemimpinan Transformasi dan Komitmen Organisasi terhadap Kinerja Karyawan UMKM*. 106–115.
- Defia Riski Anggarini, B. P. (2020). *Impluse Buying Ditentukan Oleh Promosi Buy 1 Get 1 Pada Pelanggan Kedai Kopi Ketje Bandar*. 06(02), 27–37.
- Dhiona Ayu Nani, V. A. D. S. (2021). *HOW DOES ECO-EFFICIENCY IMPROVE FIRM FINANCIAL PERFORMANCE? AN EMPIRICAL EVIDENCE FROM INDONESIAN SOEs*. 4(1), 6.
- Fadly, M., & Alita, D. (2021). *Optimalisasi pemasaran umkm melalui E-MARKETING MENGGUNAKAN MODEL AIDA PADA MISS MOJITO LAMPUNG*. 4(3), 416–422.
- 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, S., & Lina, L. F. (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>
- 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>

- Fernando, Y., Ahmad, I., Azmi, A., & Borman, R. I. (2021). Penerapan Teknologi Augmented Reality Katalog Perumahan Sebagai Media Pemasaran Pada PT. San Esha Arthamas. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer Dan Informatika)*, 5(1), 62–71.
- Finance, C. (2019). *Effect of Growth Opportunity , Corporate Tax , and Profitability toward Value of Firm through Capital Structure ( Listed Manufacturing Companies of Indonesia )* Влияние возможностей роста , корпоративного налога и рентабельности на стоимость фирмы через ст. 23(5), 18–29. <https://doi.org/10.26794/2587-5671-2019-23-5-18-29>
- Gerai, S., Donald, M., Indriani, R., & Firmansyah, M. A. (2021). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI BTS MEAL OLEH RESTORAN MC . DONALDS DAN PERSEPSI KONSUMEN* Abstrak. 3(1), 3–12.
- Hendrastuty, N., Rahman Isnain, A., & Yanti Rahmadhani, A. (2021). *Analisis Sentimen Masyarakat Terhadap Program Kartu Prakerja Pada Twitter Dengan Metode Support Vector Machine*. 6(3), 150–155. <http://situs.com>
- Husna, N., Novita, D., Kharisma, O., Ayuning, N. W., & Mundarsih, M. (2021). Income and Net Profit of Culinary MSMEs in BaHusna, N., Novita, D., Kharisma, O., Ayuning, N. W., & Mundarsih, M. (2021). Income and Net Profit of Culinary MSMEs in Bandar Lampung Before and After Using Fintech Payments. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Perfo. Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa))*, 18(1), 14–18.
- Isnain, A. R., Sintaro, S., & Ariany, F. (2021). *Penerapan Auto Pump Hand Sanitizer Berbasis Iot*. 2(2), 63–71.
- Larasasati, C., & Natasya, E. D. (2017). Peran Indonesia di G-20 : Peluang dan Tantangan berlandaskan pada prinsip bebas-aktif . Visi ini menunjukkan penting bagi Indonesia , sehingga Jokowi menegaskan tujuannya tahun 2015 Jokowi juga ingin mengedepankan ekonomi Indonesia , Dalam butir pertama Na. *Jurnal Hubungan Internasional*, X(2), 42–54.
- Lestari, F., & Puspaningrum, S. (2021). *Pengembangan Denah Sekolah untuk Peningkatan Nilai Akreditasi pada SMA Tunas Mekar Indonesia*. 2(2), 1–10.
- 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>
- Munandar, V. H., & Assuja, M. A. (2021). *Denoising citra tulisan tangan aksara lampung menggunakan convolutional autoencoder 1*. 9(2), 96–105.
- Novita, D., & Husna, N. (2020). Peran ecolabel awareness dan green perceived quality

- pada purchase intention. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 20(1), 85–90.
- Nugroho, R. A. (2021). *SISWA EKTRAKURIKULER KARATE BKC*. 2(2), 13–22.
- Permana, J. R., & Puspaningrum, A. S. (2021). *IMPLEMENTASI METODOLOGI WEB DEVELOPMENT LIFE CYCLE UNTUK MEMBANGUN SISTEM PERPUSTAKAAN BERBASIS WEB ( STUDI KASUS : MAN 1 LAMPUNG TENGAH )*. 2(4), 435–446.
- Permatasari, B., & Anggarini, D. R. (2020). Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Oleh Strategi Sebagai Variabel Intervening Pada WaruPermatasari, B., Permatasari, B., & Anggarini, D. R. (2020). KepuaPermatasari, B., & Anggarini, D. R. (2020). Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Oleh Strategi Sebagai Variabel In. *Jurnal Manajerial*, 19(2), 99–111.
- Phelia, A., Pramita, G., Misdalena, F., & Kunci, K. (2021). *JURNAL PENGABDIAN KEPADA Pemanfaatan Limbah Minyak Jelantah Menjadi Sabun Sebagai Upaya Pengendalian Limbah Domestik Masa Pandemi Covid-19*. 1(3), 181–187.
- Phelia, A., Pramita, G., Susanto, T., Widodo, A., & Tina, A. (2021). *IMPLEMENTASI PROJECT BASE LEARNING DENGAN KONSEP ECO-GREEN DI*. 5, 670–675.
- Prasetio, A., Studi, P., Sipil, T., & Indonesia, U. T. (2021). *Studi hidro oseanografi pantai sebalang kecamatan katibung kabupaten lampung selatan*. 02(02), 57–64.
- 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>.
- Safitri, V. A. D., & Nani, D. A. (2021). Does Good Corporate Governance and Eco–Efficiency Really Contribute To Firm Value? an Empirical StuSafitri, V. A. D., & Nani, D. A. (2021). Does Good Corporate Governance and Eco–Efficiency Really Contribute To Firm Value? an Empirical Study in Indonesian. *Akuntabilitas*, 15(1), 73–88. <https://doi.org/10.29259/ja.v15i1.12526>
- Sari, T. D. R., & Sukmasari, D. (2018). c. *Journal of Behavioural Economics, Finance, Entrepreneurship, Accounting and Transport*, 6(1), 22–25.
- Sulistiyawati, A., & Supriyanto, E. (2021). Implementasi Algoritma K-means Clustering dalam Penentuan Siswa Kelas Unggulan. *Jurnal Tekno Kompak*, 15(2), 25. <https://doi.org/10.33365/jtk.v15i2.1162>
- Susilawati, Y. (2016). *KONTRIBUSI DOMPET DHUAFA DALAM PEMBERDAYAAN KAUM DHUAFA DI BANYUASIN MELALUI PROGRAM PEMBERDAYAAN PERTANIAN SEHAT (P3S).[SKRIPSI]*. UIN RADEN FATAH PALEMBANG.
- Tansir, F. A., Megawati, D. A., & Ahmad, I. (2021). *PENGEMBANGAN SISTEM KEHADIRAN KARYAWAN PARUH WAKTU BERBASIS RFID ( STUDI KASUS : PIZZA HUT ANTASARI , LAMPUNG )*. 2, 40–52.