

# FAKTOR MANAJERIAL TEKNOLOGI POLITIK DAN SOSIAL KULTURAL

YOLANDA MUTIARA

Akuntansi

\*) Email : [yolandamutiara@gmail.com](mailto:yolandamutiara@gmail.com)

## Abstrak

Faktor manajerial, teknologi, politik dan sosial kultural merupakan keputusan manajemen dan kegiatan organisasi yang berdasarkan pada nilai-nilai atau standar moral yang dianggap baik dan luhur dalam lingkungan dan masyarakat. Perilaku etis terjadi bila manajer dan karyawan mengikuti prinsip dan nilai-nilai yang disepakati. Seorang manajer dapat memberikan contoh untuk melakukan perilaku etis dengan menetapkan standar menyangkut penggunaan sumber daya organisasi untuk kepentingan perusahaan dan bukan kepentingan pribadi, menangani informasi secara jujur dan rahasia, tidak menggunakan wewenang mereka untuk mempengaruhi orang lain melakukan perilaku tidak etis, tidak membuat kebijakan yang tidak sengaja membuat karyawan berperilaku tidak etis dengan menetapkan tujuan yang masuk akal. Leadership Kepemimpinan yang beretika menggabungkan antara pengambilan keputusan yang beretika dan perilaku yang beretika.

**Kata Kunci : Manajerial, Teknologi, Politik & Sosial kultural**

---

## PENDAHULUAN

Etika bisnis adalah bagian dari filsafat. Secara garis besar pengertian filsafat, etika dan etika bisnis berhubungan erat satu sama lain[1] [2] [3]. Filsafat dalam arti luas adalah suatu usaha sistematis untuk memahami pengalaman manusia secara pribadi dan kolektif/kelompok[4] [5] [6]. Berbeda dengan teologi maka filsafat menggunakan rasio untuk menafsirkan pengalaman manusia dan bukan mengandalkannya pada wahyu Ilahi[7] [8] [9]. Dalam masyarakat, manusia mengadakan hubungan- hubungan antara lain hubungan agama, keluarga, perdagangan, politik dan sebagainya[10] [11] [12]. Sifat hubungan ini sangat rumit dan coraknya berbagai ragam[13] [14] [15]. Hubungan antara manusia ini sangat peka, sebab sering dipengaruhi oleh emosi yang tidak rasional[16] [17] [18]. Manusia selalu berusaha agar tercapai kerukunan dan kebahagiaan di dalam suatu masyarakat[19] [20] [21]. Timbullah peraturan baik tertulis maupun tidak tertulis yang kita sebut etik, etika, norma, kaidah, tolak ukur. Kebanyakan orang tidak senantiasa sadar akan fungsi etika. Salah satu sebabnya, etika menjadi bagian yang integral dari pribadi seseorang sehingga tidak lagi dipersoalkan oleh yang bersangkutan[22] [23] [24]. Artinya seseorang jarang sekali memikirkan etika yang dimilikinya, kecuali bila ia merasa bahwa dalam hubungannya dengan orang lain etika tersebut mendapat tantangan[25] [26] [27]. Pada saat tertentu kita pasti berhadapan dan berinteraksi dengan orang yang memiliki etika yang berbeda. Sasaran etika

adalah moralitas (etika merupakan filsafat tentang moral) [28] [29] [30]. Moralitas adalah istilah yang dipakai untuk mencakup praktek dan kegiatan yang membedakan apa yang baik dan apa yang buruk, aturan-aturan yang mengendalikan kegiatan itu dan nilai-nilai yang tersimbol di dalamnya yang dipelihara atau dijadikan sasaran oleh kegiatan praktek tersebut [31] [32] [33].

### **KAJIAN PUSTAKA**

Etika manajerial adalah keputusan manajemen dan kegiatan organisasi yang berdasarkan pada nilai-nilai atau standar moral yang dianggap baik dan luhur dalam lingkungan dan masyarakat [34] [35] [36]. Perilaku etis terjadi bila manajer dan karyawan mengikuti prinsip dan nilai-nilai yang disepakati [37] [38] [39]. Etika teknologi merupakan fasilitas-fasilitas yang terdiri dari perangkat keras dan perangkat lunak dalam mendukung dan meningkatkan kualitas informasi untuk setiap lapisan masyarakat secara cepat dan berkualitas [40] [41] [42]. Tujuan teknologi informasi adalah untuk memecahkan suatu masalah, membuka kreativitas, meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam aktivitas manusia [43] [44] [44]. Etika politik adalah sebuah sesuatu dimana dan bagaimana cabang utama filsafat yang mempelajari nilai atau kualitas yang menjadi studi mengenai standar dan penilaian moral [45] [46] [47]. Etika kultural merupakan serangkaian tindakan akan penerapan nilai-nilai dalam kehidupan masyarakat yang di lembagaikan untuk mencegah rusaknya tatanan sosial (social order) yaitu berupa sikap saling curiga, tindakan anarkis, atau mengamuk masa yang tentusaja itu semua menjadi keterancaman akan keberlangsungan hidup di masyarakat [48] [49] [50].

### **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. 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 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**

### **Pengertian Etika Manajerial, Teknologi, Politik & Sosial kultural**

#### **A. Etika Manajerial**

Etika manajerial adalah keputusan manajemen dan kegiatan organisasi yang berdasarkan pada nilai-nilai atau standar moral yang dianggap baik dan luhur dalam lingkungan dan masyarakat[51] [52] [53]. Perilaku etis terjadi bila manajer dan karyawan mengikuti prinsip dan nilai-nilai yang disepakati[54] [55] [56]. Manajer dapat memberikan contoh untuk melakukan perilaku etis dengan menetapkan standar menyangkut penggunaan sumber daya organisasi untuk kepentingan perusahaan dan bukan kepentingan pribadi, menangani informasi secara jujur dan rahasia, tidak menggunakan wewenang mereka untuk mempengaruhi orang lain melakukan perilaku tidak etis, tidak membuat kebijakan yang tidak sengaja membuat karyawan berperilaku tidak etis dengan menetapkan tujuan yang masuk akal[57] [58] [59].

#### **B. Etika Teknologi**

Etika teknologi merupakan fasilitas-fasilitas yang terdiri dari perangkat keras dan perangkat lunak dalam mendukung dan meningkatkan kualitas informasi untuk setiap lapisan masyarakat secara cepat dan berkualitas. Tujuan teknologi informasi adalah untuk memecahkan suatu masalah, membuka kreativitas, meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam aktivitas manusia[60] [61] [62].

#### **C. Etika Politik**

Etika politik adalah sebuah sesuatu dimana dan bagaimana cabang utama filsafat yang mempelajari nilai atau kualitas yang menjadi studi mengenai standar dan penilaian moral [63] [64] [65].

#### **D. Etika Sosial Kultural**

Etika kultural merupakan serangkaian tindakan akan penerapan nilai-nilai dalam kehidupan masyarakat yang di lembagakan untuk mencegah rusaknya tatanan sosial (social order) yaitu berupa sikap saling curiga, tindakan anarkis, atau mengamuk masa yang tentusaja itu semua menjadi keterancaman akan keberlangsungan hidup di masyarakat[66] [67] [68].

### **Faktor-faktor Manajerial, Teknologi, Politik dan Sosial Kultural**

#### **a) Faktor Manajerial**

1) Leadership Kepemimpinan yang beretika menggabungkan antara pengambilan keputusan yang beretika dan perilaku yang beretika[69] [70][71]. Tanggung jawab utama dari seorang

pemimpin adalah membuat keputusan yang beretika dan berperilaku yang beretika pula [72] [73]. Ada beberapa hal yang harus dilakukang oleh seorang pemimpin yang beretika yaitu :

- Mereka berperilaku sedemikian rupa sehingga sejalan dengan tujuannya dan organisasi.
- Mereka berlaku sedemikian rupa sehingga secara pribadi, dia merasa bangga akan perilakunya.
- Mereka berperilaku dengan sabar dan penuh keyakinan akan keputusan yang diambilnya dan dirinya sendiri.
- Mereka berperilaku dengan teguh. Ini berarti berperilaku secara etika sepanjang waktu, bukan hanya bila dia merasa nyaman untuk melakukannya.
- Seorang pemimpin etika, menurut Blanchard dan peale, memiliki ketangguhan untuk tetap pada tujuan dan mencapai apa yang dicita-citakannya.
- Mereka berperilaku secara konsisten dengan apa yang benar-benar penting. Dengan kata lain dia tetap menjaga perspektif

## 2) Strategi dan Perfomasi

Fungsi yang penting dari sebuah manajemen adalah untuk kreatif dalam menghadapi tingginya tingkat persaingan yang membuat perusahaannya mencapai tujuan perusahaan terutama dari sisi keuangan tanpa harus menodai aktivitas bisnisnya berbagai kompromi etika. Sebuah perusahaan yang jelek akan memiliki kesulitan besar untuk menyelaraskan target yang ingin dicapai perusahaannya dengan standar-standar etika. Karena keseluruhan strategi perusahaan yang disebut excellence harus bisa melaksanakan seluruh kebijakan-kebijakan perusahaan guna mencapai tujuan perusahaan dengan cara yang jujur.

## 3) Individu

Perjalanan hidup suatu perusahaan tidak lain adalah karena peran banyak individu dalam menjalankan fungsi-fungsinya dalam perusahaan tersebut. Perilaku para individu ini tentu akan sangat mempengaruhi pada tindakan-tindakan mereka ditempat kerja atau dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi karakter individu Faktor –faktor tersebut yang pertama adalah pengaruh budaya, pengaruh budaya ini adalah pengaruh nilai-nilai yang dianut dalam keluarganya. Faktor yang kedua, perilaku ini akan dipengaruhi oleh lingkungannya yang diciptakan di tempat kerjanya. Faktor yang ketiga adalah berhubungan dengan lingkungan luar tempat dia hidup berupa kondisi politik dan hukum, serta pengaruh– pengaruh perubahan ekonomi. Kesemua faktor ini juga akan terkait dengan status individu tersebut yang akan melekat pada diri individu tersebut yang terwujud dari tingkah lakunya.

#### 4) Budaya perusahaan

Menurut Mangkunegara, (2005:113), budaya organisasi adalah seperangkat asumsi atau sistem keyakinan, nilai-nilai dan norma yang dikembangkan dalam organisasi yang dijadikan pedoman tingkah laku bagi anggota-anggotanya untuk mengatasi masalah adaptasi eksternal dan integrasi internal. Budaya organisasi juga berkaitan dengan bagaimana karyawan memahami karakteristik budaya suatu organisasi, dan tidak terkait dengan apakah karyawan menyukai karakteristik itu atau tidak. Budaya organisasi adalah suatu sikap deskriptif, bukan seperti kepuasan kerja yang lebih bersifat evaluative.

#### b) Faktor Teknologi

Dalam dunia usaha terdapat dua faktor yang berpengaruh secara langsung, yaitu faktor eksternal stakeholder (pihak luar) dan faktor internal stakeholder (pihak dalam).

##### 1) External Stakeholder (pihak luar)

- Pelanggan atau konsumen Konsumen dapat dibagi menjadi dua, yaitu konsumen perorangan atau individu dan konsumen lembaga/perusahaan/bisnis.
- Pemasok/supplier/vendor Membantu perusahaan untuk mendapatkan faktor produksi atau input untuk diolah menjadi keluaran atau output yang memiliki nilai tambah.

##### 2) Internal stakehold (pihak dalam)

- Karyawan Dengan memiliki sumber daya manusia atau SDM yang baik akan sangat membantu dunia bisnis untuk maju.
- Pemegang saham dan Dewan direksi Dua bagian penting yang mengatur kegiatan atau jalannya roda perusahaan public dimana para pemegang saham memiliki kemungkinan untuk mempengaruhi suatu perusahaan dengan hak suara yang dimilikinya sesuai dengan persentase saham yang dimiliki.

##### 3) Faktor Politik

Pemerintah cenderung menghasilkan dua lapisan ekonomi-politik utama, yaitu birokrat-politik yang melibatkan lingkup keluarganya dalam bisnis, serta pengusaha yang dapat berkembang berkat dukungan khusus dari pemerintah (mulai berkembangnya KKN). Kedua lapisan ini mendominasi perekonomian dan politik.

##### 4) Faktor Sosial Kultural

- a. Sarana Komunikasi Setiap komunitas sosial pasti memiliki sarana komunikasi, dan kemampuan untuk masuk dalam gaya komunikasi mereka akan berdampak besar pada bisnis.

b. Daya Beli Ada beberapa jenis bisnis yang dapat berkembang di tempat-tempat di mana orang yang tinggal di sana miskin dan ada beberapa bisnis lain yang tidak akan bertahan dalam lingkungan seperti itu.

c. Hari libur keagamaan untuk ibadah (hari suci) Sebagai pebisnis yang ingin memulai bisnis, kita harus mempertimbangkan tentang adanya hari-hari yang dikhususkan untuk ibadah yang dapat memengaruhi bisnis kita.

d. Preferensi Iklan Hal yang harus dilakukan oleh pemilik bisnis sebelum memasang iklan untuk bisnisnya adalah memahami apa yang menarik bagi orang-orang yang tinggal pada komunitas lokasi bisnis tersebut. Kemudian merancang iklan yang sesuai dengan kebudayaan, bahasa dan pandangan mereka agar mereka semua tertarik.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Faktor manajerial, teknologi, politik dan sosial kultural merupakan keputusan manajemen dan kegiatan organisasi yang berdasarkan pada nilai-nilai atau standar moral yang dianggap baik dan luhur dalam lingkungan dan masyarakat. Perilaku etis terjadi bila manajer dan karyawan mengikuti prinsip dan nilai-nilai yang disepakati. Seorang manajer dapat memberikan contoh untuk melakukan perilaku etis dengan menetapkan standar menyangkut penggunaan sumber daya organisasi untuk kepentingan perusahaan dan bukan kepentingan pribadi, menangani informasi secara jujur dan rahasia, tidak menggunakan wewenang mereka untuk mempengaruhi orang lain melakukan perilaku tidak etis, tidak membuat kebijakan yang tidak sengaja membuat karyawan berperilaku tidak etis dengan menetapkan tujuan yang masuk akal. Leadership Kepemimpinan yang beretika menggabungkan antara pengambilan keputusan yang beretika dan perilaku yang beretika. Tanggung jawab utama dari seorang pemimpin adalah membuat keputusan yang beretika dan berperilaku yang beretika pula.

## **REFERENSI**

- [1] H. Wibowo, Y. Mulyadi, and A. G. Abdullah, "Peramalan BPeramalan Beban Listrik Jangka Pendek Terklasifikasi Berbasis Metode Autoregressive Integrated Moving Average Beban Listrik Jangka Pendek Terklasifikasi Berbasis Metode Autoregressive Integrated Moving Average," *Electrans*, vol. 11, no. 2, pp. 44–50, 2012.
- [2] A. P. Ade and N. H. Novri, "APLIKASI SIMPAN PINJAM PADA KOPERASI PT.

- TELKOM PALEMBANG (KOPEGTEL) MENGGUNAKAN Andrian, D. (2021). Penerapan Metode Waterfall Dalam Perancangan Sistem Informasi Pengawasan Proyek Berbasis Web. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak (JATIKA)*, 2(1),” *J. Informanika*, vol. 5, no. 2, 2019.
- [3] G. F. S. Aji and N. Dewi, *Prosiding Seminar Nasional: Membongkar Sastra, Menggugat Rezim Kepastian*. 2017.
- [4] A. F. Silvia, E. Haritman, and Y. Muladi, “Rancang Bangun Akses Kontrol Pintu Gerbang Berbasis Arduino Dan Android,” *Electrans*, vol. 13, no. 1, pp. 1–10, 2016.
- [5] I. D. Kurniati *et al.*, *Buku Ajar Basis Data*. 2015.
- [6] D. R. Anggarini, A. D. Putri, and L. F. Lina, “Literasi Keuangan untuk Generasi Z di MAN 1 Pesawaran,” vol. 1, no. 1, pp. 147–152, 2021.
- [7] N. Kamisa, A. Devita, and D. Novita, “Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen (Studi kasus: Pengguna Shopee di Bandar Lampung) Nur’,” vol. 2, no. 1, pp. 21–29, 2022, [Online]. Available: <http://jurnal.teknokrat.ac.id/index.php/JEB>
- [8] I. Yasin and Q. I. Shaskya, “Sistem Media Pembelajaran Ips Sub Mata Pelajaran Ekonomi Dalam Jaringan Pada Siswa Mts Guppi Natar Sebagai Penunjang Proses Pembelajaran,” *J. Teknol. dan Sist. Inf.*, vol. 1, no. 1, pp. 31–38, 2020, doi: 10.33365/jtsi.v1i1.96.
- [9] M. Astuti, E. Suwarni, Y. Fernando, S. Samsugi, B. Cinthya, and D. Gema, “Pelatihan Membangun Karakter Entrepreneur Melalui Internet Of Things bagi Siswa SMK Al-Hikmah, Kalirejo, Lampung Selatan,” *Comment Community Empower.*, vol. 2, no. 1, pp. 32–41, 2022.
- [10] R. Deliyana, B. Permatasari, and D. Sukmasari, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Mobile Banking BCA,” *J. Econ. Bus. Res.*, vol. 2, no. 2, pp. 1–16, 2021, [Online]. Available: <http://repository.teknokrat.ac.id/id/eprint/3581%0Ahttp://repository.teknokrat.ac.id/3581/3/b217411267.pdf>
- [11] K. P. Larasati Ahluwalia, “Pengaruh Kepemimpinan Pemberdayaan Pada Kinerja Dan Keseimbangan Pekerjaan-Rumah Di Masa Pandemi Ncovid-19,” *Manaj. Sumber Daya Mns.*, vol. VII, no. 2, pp. 119–128, 2020.
- [12] M. D. Agustin, F. Yufantria, and F. Ameraldo, “Pengaruh Fraud Hexagon Theory

- dalam Mendeteksi Kecurangan Laporan Keuangan (Studi Kasus pada Perusahaan Asuransi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020),” *J. Econ. Bus. Res.*, vol. 2, no. 2, pp. 47–62, 2022, [Online]. Available: <https://doi.org/10.29103/jak.v10i2.7352>
- [13] M. Bakri and N. Irmayana, “Analisis Dan Penerapan Sistem Manajemen Keamanan Informasi SIMHP BPKP Menggunakan Standar ISO 27001,” *J. Tekno Kompak*, vol. 11, no. 2, pp. 41–44, 2017.
- [14] D. Riski, “Pengaruh Total Pendapatan Daerah Dan Pajak Daerah Terhadap Laju Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Lampung,” *TECHNOBIZ Int. J. Bus.*, vol. 1, no. 1, p. 1, 2018, doi: 10.33365/tb.v1i1.182.
- [15] M. A. Handayani, “INOVASI PRODUK SEBAGAI ALTERNATIF KONVERSI SISTEM MUSYARAKAH ( Studi Kasus Pada Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang ),” *Ekomi Islam*, vol. 11, no. 2, pp. 35–47, 2014.
- [16] B. Permatasari, “THE EFFECT OF PERCEIVED VALUE ON E- COMMERCE APPLICATIONS IN FORMING CUSTOMER PURCHASE INTEREST AND ITS,” pp. 101–112.
- [17] B. Permatasari, “Penerapan Teknologi Tabungan Untuk Siswa Di Sd Ar Raudah Bandar Lampung,” *TECHNOBIZ Int. J. Bus.*, vol. 2, no. 2, p. 76, 2019, doi: 10.33365/tb.v3i2.446.
- [18] D. Bryllian and K. Kisworo, “Sistem Informasi Monitoring Kinerja Sdm (Studi Kasus: Pt Pln Unit Pelaksana Pembangkitan Tarahan),” *J. Inform. dan Rekayasa Perangkat Lunak*, vol. 1, no. 2, pp. 264–273, 2021, doi: 10.33365/jatika.v1i2.622.
- [19] T. D. Rosmalasari, M. A. Lestari, F. Dewantoro, and E. Russel, “Pengembangan E-Marketing Sebagai Sistem Informasi Layanan Pelanggan Pada Mega Florist Bandar Lampung,” *J. Soc. Sci. Technol. Community Serv.*, vol. 1, no. 1, p. 27, 2020, doi: 10.33365/jta.v1i1.671.
- [20] L. F. L. Febrian Eko Saputra, “Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) (Periode 2014-2016),” *J. EMT KITA*, vol. 2, no. 2, p. 62, 2018, doi: 10.35870/emt.v2i2.55.
- [21] E. N. Pratama, E. Suwarni, and M. A. Handayani, “The Effect Of Job Satisfaction And Organizational Commitment On Turnover Intention With Person Organization Fit As Moderator Variable,” *Atm*, vol. 6, no. 1, pp. 74–82, 2022.
- [22] L. Tengah, E. Suwarni, M. Astuti, Y. Fernando, and M. Enjelya, “Membangun



- Karakter Entrepreneur Bagi Siswa SMK Al-Hikmah ,” vol. 2, no. 5, pp. 517–522, 2022.
- [23] E. Suwarni, M. A. Handayani, Y. Fernando, F. E. Saputra, and A. Candra, “Penerapan Sistem Pemasaran berbasis E-Commerce pada Produk Batik Tulis di Desa Balairejo,” *J. Pengabd. Masy. Indones.*, vol. 2, no. 2, pp. 187–192, 2022.
- [24] F. Juliyanto and P. Parjito, “REKAYASA APLIKASI MANAJEMEN E-FILLING DOKUMEN SURAT PADA PT ALP (ATOSIM LAMPUNG PELAYARAN),” *J. Teknol. dan Sist. Inf.*, vol. 2, no. 1, pp. 43–49, 2021.
- [25] R. I. Borman, I. Yasin, M. A. P. Darma, I. Ahmad, Y. Fernando, and A. Ambarwari, “Pengembangan Dan Pendampingan Sistem Informasi Pengolahan Pendapatan Jasa Pada Pt. Dms Konsultan Bandar Lampung,” *J. Soc. Sci. Technol. Community Serv.*, vol. 1, no. 2, pp. 24–31, 2020, doi: 10.33365/jsstcs.v1i2.849.
- [26] R. Risten and R. Pustika, “Exploring students’ attitude towards English online learning using Moodle during covid-19 pandemic at SMK Yadika Bandarlampung,” *J. English Lang. Teach. Learn.*, vol. 2, no. 1, pp. 8–15, 2021, [Online]. Available: <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/english-language-teaching/index>
- [27] T. Rosmalasari, “Pelatihan Pengelolaan Keuangan Untuk Siswa-Siswi Ma Ma’Arif Kota Gajah,” *J. Empower. Community*, vol. 4, no. 1, pp. 18–23, 2022, [Online]. Available: <https://e-journal.unper.ac.id/index.php/JEC/article/view/951%0Ahttps://e-journal.unper.ac.id/index.php/JEC/article/download/951/675>
- [28] E. K. Roza, D. Novita, and Y. Fernando, “PENGARUH SERVICE QUALITY PEMPEK PERMATA BANDAR LAMPUNG,” vol. x, no. x, pp. 1–9, 2021.
- [29] E. Suwarni and M. A. Handayani, *Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang Dengan Pendekatan Business Model Canvas*, vol. 19, no. 3. 2020, pp. 320–330.
- [30] S. Maryana and B. Permatasari, “PENGARUH PROMOSI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ( Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung ),” vol. 4, no. 2, pp. 62–69, 2021.
- [31] F. Rossi, A. Fitri, E. Suwarni, T. D. Rosmalasari, and R. Setiawan, “Pelatihan Pembuatan Dan Pengeditan Web-Blog Bagi Para Guru Dan Staff Ma Mathla’Ul Anwar, Bandar Lampung,” *J. Soc. Sci. Technol. Community Serv.*, vol. 2, no. 2, p. 82, 2021, doi: 10.33365/jsstcs.v2i2.1337.

- [32] A. Nurkholis *et al.*, “Pelatihan Customer Service Untuk Tenaga Kependidikan Smkn 2 Kalianda,” *J. Soc. Sci. Technol. Community Serv.*, vol. 2, no. 2, pp. 167–172, 2021.
- [33] D. T. Kencana, “Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Return Saham Dengan Variabel Kontrol Return on Equity Pada Perusahaan Manufaktur Dalam Bursa Efek Indonesia,” *TECHNOBIZ Int. J. Bus.*, vol. 4, no. 2, p. 74, 2021, doi: 10.33365/tb.v4i2.1390.
- [34] K. Dheara, Saniati, and Neneng, “APLIKASI E-COMMERCE UNTUK PEMESANAN SPAREPART MOTOR,” vol. 3, no. 1, pp. 83–89, 2022.
- [35] I. Wijayanto, “Komparasi Metode FIFO Dan Moving Average Pada Sistem Informasi Akuntansi Persediaan Barang Dalam Menentukan Harga Pokok Penjualan ( Studi Kasus Toko Satrio Seputih Agung ),” vol. 3, no. 2, pp. 55–62, 2022.
- [36] C. A. Vinahapsari and Rosita, “Pelatihan manajemen waktu pada stres akademik pekerja penuh waktu,” *J. Bisnis Darmajaya*, vol. 06, no. 01, pp. 20–28, 2020.
- [37] A. Sari and D. Alita, “Penerapan E-Marketing Menggunakan Model Oohdm Dan Strategi Marketing 7P (Studi Kasus : Sudden Inc),” *J. Teknol. dan Sist. Inf.*, vol. 3, no. 4, pp. 80–85, 2022, [Online]. Available: <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/sisteminformasi/article/view/1899>
- [38] A. N. Behainksa, N. Hendrastuty, and M. G. An, “SISTEM INFORMASI MANAJEMEN KEARSIPAN DOKUMEN BARANG EKSPOR DAN IMPOR ( STUDI KASUS : CV GIAN PUTRA ),” vol. 3, no. 3, pp. 33–40, 2022.
- [39] H. Sulistiani, F. Hamidy, S. Suaidah, R. Mersita, Y. Yunita, and Y. Ismi HS, “Pelatihan Penerapan Accurate Accounting Software Bagi Siswa Jurusan Akuntansi Di Smk N 1 Padang Cermin,” *J. Soc. Sci. Technol. Community Serv.*, vol. 3, no. 2, p. 192, 2022, doi: 10.33365/jsstcs.v3i2.2038.
- [40] B. P. Defia Riski Anggarini, “Impluse Buying Ditentukan Oleh Promosi Buy 1 Get 1 Pada Pelanggan Kedai Kopi Ketje Bandar,” vol. 06, no. 02, pp. 27–37, 2020.
- [41] A. D. Putri, D. Novita, and S. Maskar, “Pengenalan Wawasan Bisnis Di Era Digital Bagi Siswa/I Smk Yadika Bandarlampung,” *J. Soc. Sci. Technol. Community Serv.*, vol. 3, no. 2, p. 213, 2022, doi: 10.33365/jsstcs.v3i2.2129.
- [42] A. Wantoro, R. Rusliyawati, M. Fitratullah, and J. Fakhrurozi, “Pengabdian Kepada Masyarakat (Pkm) Peningkatan Profesional Bagi Pengurus Osis Pada Sma Negeri 1 Pagelaran,” *J. Soc. Sci. Technol. Community Serv.*, vol. 3, no. 2, p. 242, 2022, doi: 10.33365/jsstcs.v3i2.2163.

- [43] L. Ahluwalia, D. R. Anggarini, and A. A. Aldino, "Strategi Peningkatan Kompetensi Siswa Smk Islam Adiluwih Untuk Menghadapi Persaingan Global," *J. Soc. Sci. Technol. Community Serv.*, vol. 3, no. 2, p. 297, 2022, doi: 10.33365/jsstcs.v3i2.2210.
- [44] M. A. Handayani, C. Amalia, and T. D. R. Sari, "Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan dan Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan (Studi Kasus pada Pelaku UMKM Batik di Lampung)," *EKOMBIS Rev. J. Ilm. Ekon. dan Bisnis*, vol. 10, no. 2, pp. 647–660, 2022, doi: 10.37676/ekombis.v10i2.2262.
- [45] O. Rahmawati and F. Ulum, "RANCANG BANGUN APLIKASI E-AGRIBISNIS UNTUK," vol. 3, no. 3, pp. 354–365, 2022.
- [46] D. Melanda, A. Surahman, and T. Yulianti, "Pengembangan Media Pembelajaran IPA Kelas IV Berbasis Web (Studi Kasus : SDN 02 Sumberejo)," *J. Teknol. Dan Sist. Inf.*, vol. 4, no. 1, pp. 28–33, 2023.
- [47] A. D. Putri, B. Permatasari, and E. Suwarni, "Strategi Desain Kemasan Sebagai Upaya Peningkatan Daya Jual Produk Umkm Kelurahan Labuhan Dalam Bandarlampung," vol. 4, no. 1, pp. 119–123, 2023.
- [48] A. D. Putri, H. Kuswoyo, I. Gulo, E. Ngestirosa, and E. G. Febrina, "Pengenalan Wawasan Digital Marketing Bagi Guru SMK N 1 Labuhan Maringgai, Lampung Timur," *J. Soc. Sci. Technol. Community Serv.*, vol. 4, no. 1, pp. 147–153, 2023, [Online]. Available: <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v4i1.2666>
- [49] M. Astuti handayani *et al.*, "Suluh Abdi: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat PENGELOLAAN KEUANGAN BISNIS DAN UMKM DI DESA BALAIREJO," vol. 4, no. 1, pp. 1–7, 2022, [Online]. Available: [https://jurnal.um-palembang.ac.id/suluh\\_abdi](https://jurnal.um-palembang.ac.id/suluh_abdi)
- [50] D. Rahmawati, R. A. Rahadi, A. D. Putri, S. Tinggi, I. Ekonomi, and E. Bandung, "The Current State of Property Development in Indonesia During the Covid-19 Pandemic," *Int. J. Innov. Creat. Chang. www.ijicc.net*, vol. 15, no. 7, p. 2021, 2021, [Online]. Available: [www.ijicc.net](http://www.ijicc.net)
- [51] A. Febrian and L. Ahluwalia, "Analisis Pengaruh Ekuitas Merek pada Kepuasan dan Keterlibatan Pelanggan yang Berimplikasi pada Niat Pembelian di E-Commerce," *J. Manaj. Teor. dan Ter. J. Theory Appl. Manag.*, vol. 13, no. 3, p. 254, 2020, doi: 10.20473/jmtt.v13i3.19967.
- [52] J. Dewhurst and P. Burns, "Setting up a Business," *Small Bus.*, vol. 6, no. 3, pp. 28–42, 1989, doi: 10.1007/978-1-349-19657-9\_3.

- [53] B. Permatasari and D. R. Anggarini, “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,” *J. Manajerial*, vol. 19, no. 2, pp. 99–111, 2020.
- [54] A. H. Kurniawan, “Layanan Bibliometrika Untuk Memudahkan Dalam Pengembangan Koleksi Di Perpustakaan Perguruan Tinggi,” *J. Pustaka Ilm.*, vol. 5, no. 1, p. 805, 2019, doi: 10.20961/jpi.v5i1.33962.
- [55] A. Febrian and L. Ahluwalia, “Investigating The Antecedents of Consumer Brand Engagement to Luxury Brands on Social Media,” *Indones. J. Bus. Entrep.*, vol. 7, no. 3, pp. 245–256, 2021, doi: 10.17358/ijbe.7.3.245.
- [56] A. Febrian and chintia annisa vina Hapsari, “Strategi Pemasaran Dalam Memengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Mediasi,” *Bul. Stud. Ekon.*, vol. 24, no. 2, pp. 279–287, 2019.
- [57] L. Ahluwalia and K. Puji, “KEPEMIMPINAN PEMBERDAYAAN PADA KINERJA KARYAWAN DAN KESEIMBANGAN PEKERJAAN RUMAH DI MASA PANDEMI nCOVID-19,” *Publik J. Manaj. Sumber Daya Manusia, Adm. dan Pelayanan Publik*, vol. 7, no. 2, pp. 120–131, 2021, doi: 10.37606/publik.v7i2.132.
- [58] T. Darma, R. Sari, and F. Ekonomi, “Kontribusi Kepemimpinan Transformasi dan Komitmen Organisasi terhadap Kinerja Karyawan UMKM,” pp. 106–115, 2021.
- [59] S. A. Cindiyasari, “Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital, Dan Rasio Likuiditas Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan ...,” 2017.
- [60] A. H. Kurniawan, “Konsep Altmetrics Dalam Mengukur Faktor Dampak Artikel Melalui Academic Social Media Dan Non-Academic Social Media,” *UNILIB J. Perpust.*, vol. 11, no. 1, pp. 43–49, 2020, doi: 10.20885/unilib.vol11.iss1.art5.
- [61] H. A. D. P. Kuncoro and N. Kusumawati, “a Study of Customer Preference, Customer Perceived Value, Sales Promotion, and Social Media Marketing Towards Purchase Decision of Sleeping Product in Generation Z,” *Adv. Int. J. Business, Entrep. SMEs*, vol. 3, no. 9, pp. 265–276, 2021, doi: 10.35631/aijbes.39018.
- [62] A. Febrian and C. A. Vinahapsari, “Brand equity is mediated in influencing purchase intentions on e commerce Digital Content Marketing Strategy in Increasing Customer Engagement in Covid-19 Situation View project Brand equity is mediated in

- influencing purchase intentions on e commerce,” no. April, pp. 3703–3710, 2020, [Online]. Available: <https://www.researchgate.net/publication/340730724>
- [63] A. A. Hanifati *et al.*, “Application of Remote Sensing and GIS for Malaria Disease Susceptibility Area Mapping in Padang Cermin Sub-District, District of Pesawaran, Lampung Province,” *IOP Conf. Ser. Earth Environ. Sci.*, vol. 165, no. 1, 2018, doi: 10.1088/1755-1315/165/1/012012.
- [64] F. Fauzi, D. Antoni, and E. Suwarni, “WOMEN ENTREPRENEURSHIP IN THE DEVELOPING COUNTRY: THE EFFECTS OF FINANCIAL AND DIGITAL LITERACY ON SMES’ GROWTH,” *J. Gov. Regul.*, vol. 9, no. 4, pp. 106–115, 2020, doi: 10.22495/JGRV9I4ART9.
- [65] E. N. Pratama, E. Suwarni, and M. A. Handayani, “Terhadap Turnover Intention Dengan Person,” vol. 1, no. 1, pp. 18–28, 2021.
- [66] E. Galuh, P. Sari, and L. Ahluwalia, “UMUM DI PROVINSI LAMPUNG,” vol. 1, no. 1, pp. 35–41, 2021.
- [67] A. D. Putri and A. Ghazali, “ANALYSIS OF COMPANY CAPABILITY USING 7S MCKINSEY FRAMEWORK TO SUPPORT CORPORATE SUCCESSION ( CASE STUDY : PT X INDONESIA ),” vol. 11, no. 1, pp. 45–53, 2021, doi: 10.22219/mb.v11i1.
- [68] S. Ahdan, A. Priandika, F. Andhika, and F. S. Amalia, “Perancangan Media Pembelajaran Teknik Dasar Bola Voli Menggunakan Teknologi Augmented Reality Berbasis Android,” *J. Kelitbangan*, vol. 8, no. 3, pp. 221–236, 2020, [Online]. Available: <https://docplayer.info/210712569-Perancangan-media-pembelajaran-teknik-dasar-bola-voli-menggunakan-teknologi-augmented-reality-berbasis-android.html>
- [69] I. Nugrahanto, S. Sungkono, and M. Khairuddin, “SOLAR CELL OTOMATIS DENGAN PENGATURAN DUAL AXIS TRACKING SYSTEM MENGGUNAKAN ARDUINO UNO,” vol. 10, no. 1, pp. 11–16, 2021.
- [70] M. Puspitasari *et al.*, “Perancangan Sistem Informasi Manajemen Perpustakaan Menggunakan Metode Fast (Framework for the Application System Thinking) (Studi Kasus : Sman 1 Negeri Katon),” *J. Teknol. dan Sist. Inf.*, vol. 2, no. 2, pp. 69–77, 2021, [Online]. Available: <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/JTSI>
- [71] N. D. Puspaningtyas, S. Maskar, P. S. Dewi, P. M. Asmara, and I. Mauliya, “Peningkatan Digital Marketing Karang Taruna Desa Hanura Dalam Memasarkan

- Wisata Pasar Sabin,” *Community Dev. J. J. Pengabd. Masy.*, vol. 3, no. 1, pp. 320–323, 2022, doi: 10.31004/cdj.v3i1.4017.
- [72] L. Ahluwalia, B. Permatasari, N. Husna, and D. Novita, “Penguatan Sumber Daya Manusia Melalui Peningkatan Keterampilan Pada Komunitas ODAPUS Lampung,” vol. 2, no. 1, pp. 73–80, 2021, doi: 10.23960/jpkmt.v2i1.32.
- [73] L. Oktaviani, A. A. Aldino, Y. T. Lestari, Suaidah, A. A. Aldino, and Y. T. Lestari, “Penerapan Digital Marketing Pada E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Marning,” *J. Pengabd. Masy. DAN Inov.*, vol. 2, no. 1, pp. 337–369, 2022.