

## ANALISA STAKEHOLDERS DALAM BISNIS

Nada Dzakira Wijaya  
Akuntansi

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

### Abstrak

Dalam suatu bisnis mempraktikkan etika berarti mempraktikkan tata cara bisnis yang sopan dan santun sehingga kehidupan bisnis bisa menyenangkan karena saling menghormati, menimbulkan rasa saling menghargai, meningkatkan efisiensi kerja dan meningkatkan citra pribadi dan perusahaan dalam upaya mencapai tujuannya, perusahaan juga memiliki tanggung jawab sosial dan lingkungan kepada masyarakat, karyawan, dan stakeholders lainnya. Hal ini karena perusahaan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya akan berinteraksi secara langsung maupun tidak langsung dengan lingkungannya yaitu dengan menggunakan sumber-sumber ekonomi yang secara keseluruhan berasal dari lingkungan dan akhirnya dikonsumsi juga oleh lingkungan.

**Kata Kunci : Analisa stakeholders dalam bisnis**

---

### PENDAHULUAN

Di Indonesia dalam berbisnis ada tata beretika yang harus diterapkan demi membangun citra baik perusahaan di mata para pemangku kepentingan. Etika merupakan standar-standar berperilaku dan nilai-nilai moral yang mengatur tindakantindakan dan keputusan-keputusan di lingkungan kerja [1] [2] [3] [4]. Dalam suatu bisnis mempraktikkan etika berarti mempraktikkan tata cara bisnis yang sopan dan santun sehingga kehidupan bisnis bisa menyenangkan karena saling menghormati, menimbulkan rasa saling menghargai, meningkatkan efisiensi kerja dan meningkatkan citra pribadi dan perusahaan dalam upaya mencapai tujuannya, perusahaan juga memiliki tanggung jawab sosial dan lingkungan kepada masyarakat, karyawan, dan stakeholders lainnya [5] [6] [7] [8]. Hal ini karena perusahaan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya akan berinteraksi secara langsung maupun tidak langsung dengan lingkungannya yaitu dengan menggunakan sumber-sumber ekonomi yang secara keseluruhan berasal dari lingkungan dan akhirnya dikonsumsi juga oleh lingkungan [9] [10] [11] [12]. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus mempunyai tanggung jawab sosial yang besar terhadap lingkungannya [13] [14] [15] [16]. Kelancaran dan keberhasilan dalam berbisnis tidak dapat dipisahkan dari peran serta stakeholder [17] [18]

[19] [20]. Bagaimanapun juga keberadaan stakeholder, khususnya dalam etika bisnis, perlu dibina terus agar menjadikan partner kerja yang setia dalam jangka panjang[21] [22] [23] [24]. Dalam hal ini, pendekatan stakeholder adalah cara mengamati dan menjelaskan secara analitis bagaimana berbagai unsur dipengaruhi dan mempengaruhi keputusan dan tindakan bisnis[25] [26] [27] [28]. Pendekatan ini mempunyai tujuan agar hak dan kepentingan pihak stakeholder terkait dengan suatu kegiatan bisnis dijamin, diperhatikan dan dihargai[29] [30] [31] [32]. Dasar pemikirannya adalah bahwa semua stakeholder ingin memperoleh keuntungan, maka hak dan kepentingan mereka harus diperhatikan dan dijamin[33] [34] [35] [36]. Pada akhirnya pendekatan stakeholder menuntut agar bisnis apapun perlu dijalankan secara baik dan etis justru demi menjamin kepentingan semua pihak yang terkait dalam bisnis tersebut[37] [38] [39] [40]. Agar bisnis dari perusahaan dapat berhasil dan bertahan lama, maka perusahaan dituntut untuk memenuhi, menjamin dan menghargai hak serta kepentingan semua stakeholder[41] [42] [43] [44]. Sehingga masyarakat tetap menjalin hubungan berbisnis dengan perusahaan tersebut[45] [46] [47] [48].

## **KAJIAN PUSTAKA**

Kelancaran dan keberhasilan dalam berbisnis tidak dapat dipisahkan dari peran serta stakeholder[49] [50] [51] [52]. Bagaimanapun juga keberadaan stakeholder, khususnya dalam etika bisnis, perlu dibina terus agar menjadikan partner kerja yang setia dalam jangka panjang[53] [54] [55] [56]. Dalam hal ini, pendekatan stakeholder adalah cara mengamati dan menjelaskan secara analitis bagaimana berbagai unsur dipengaruhi dan mempengaruhi keputusan dan tindakan bisnis[57] [58] [59] [60]. Pendekatan ini mempunyai tujuan agar hak dan kepentingan pihak stakeholder terkait dengan suatu kegiatan bisnis dijamin, diperhatikan dan dihargai[61] [62] [63] [64]. Dasar pemikirannya adalah bahwa semua stakeholder ingin memperoleh keuntungan, maka hak dan kepentingan mereka harus diperhatikan dan dijamin[65] [66] [67] [68]. Pada akhirnya pendekatan stakeholder menuntut agar bisnis apapun perlu dijalankan secara baik dan etis justru demi menjamin kepentingan semua pihak yang terkait dalam bisnis tersebut. Agar bisnis dari perusahaan dapat berhasil dan bertahan lama, maka perusahaan dituntut untuk memenuhi, menjamin dan menghargai hak serta kepentingan semua stakeholder[69] [70][71] [72]. Sehingga masyarakat tetap menjalin hubungan berbisnis dengan perusahaan tersebut [73]. Stakeholder adalah bagian penting dari sebuah organisasi yang memiliki peran secara aktif maupun pasif untuk mengembangkan tujuannya. Stakeholder dapat dijumpai dimanapun, terutama dalam

kegiatan bisnis sehingga setiap perusahaan tidak lepas dari keberadaan tokoh penting tersebut. Keberadaan stakeholder dalam kegiatan bisnis akan diperlukan untuk membantu mengembangkan tujuan dari perusahaan tersebut. Namun, tidak semua stakeholder akan memberikan pengaruh positif terhadap perusahaan. Internal stakeholder adalah bagian kelompok stakeholder yang berada didalam suatu bisnis yang terpengaruh secara langsung oleh suatu hasil bisnis yang dilakukan oleh perusahaan. Sedangkan untuk eksternal stakeholder sendiri merupakan bagian dari kelompok orang yang mempunyai kepentingan dan hubungan dengan kesuksesan sebuah perusahaan, namun tidak memiliki hubungan secara langsung dengan proyek atau sistem kerja perusahaan. Dapat disimpulkan maka contoh internal stakeholder adalah pemilik dari perusahaan beserta karyawannya. Sedangkan untuk contoh eksternal stakeholder seperti investor, media, pemerintah, komunitas, pelanggan, dll. Konsep CSR (Corporate Social Responsibility) memiliki beberapa definisi yang dikemukakan oleh banyak ahli.

## **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**

### **Dampak Stakeholder terhadap Sebuah Bisnis**

Stakeholder adalah bagian penting dari sebuah organisasi yang memiliki peran secara aktif maupun pasif untuk mengembangkan tujuannya. Stakeholder dapat dijumpai dimanapun, terutama dalam kegiatan bisnis sehingga setiap perusahaan tidak lepas dari keberadaan tokoh penting tersebut. Keberadaan stakeholder dalam kegiatan bisnis akan diperlukan untuk membantu mengembangkan tujuan dari perusahaan tersebut. Namun, tidak semua

stakeholder akan memberikan pengaruh positif terhadap perusahaan. Internal stakeholder adalah bagian kelompok stakeholder yang berada didalam suatu bisnis yang terpengaruh secara langsung oleh suatu hasil bisnis yang dilakukan oleh perusahaan. Sedangkan untuk eksternal stakeholder sendiri merupakan bagian dari kelompok orang yang mempunyai kepentingan dan hubungan dengan kesuksesan sebuah perusahaan, namun tidak memiliki hubungan secara langsung dengan proyek atau sistem kerja perusahaan. Dapat disimpulkan maka contoh internal stakeholder adalah pemilik dari perusahaan beserta karyawannya. Sedangkan untuk contoh eksternal stakeholder seperti investor, media, pemerintah, komunitas, pelanggan, dll. Konsep CSR (Corporate Social Responsibility) memiliki beberapa definisi yang dikemukakan oleh banyak ahli. Definisi CSR berasal dari konsep dan pemikiran yang dicetuskan oleh John Elkington (1997) dalam bukunya yang berjudul *Cannibals with Forks, The Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*, dimana dalam buku tersebut Elkington mengemukakan konsep “3P” (profit, people, dan planet) yang menerangkan bahwa dalam menjalankan operasional perusahaan, selain mengejar profit/keuntungan ekonomis sebuah korporasi harus dapat memberikan kontribusi positif bagi people (masyarakat) dan berperan aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (planet) (Wibisono, 2007). Peran stakeholder dalam dunia bisnis adalah membuat keputusan, mengatur perkembangan bisnis dan menjamin kesuksesannya secara langsung, memutuskan untuk menambah atau mengurangi investasi pada perusahaan, membuat keputusan berdasarkan hasil dari strategi CSR yang mereka lakukan dalam sebuah perusahaan.

### **Analisa Pengaruh Stakeholder dalam Bisnis**

a. Pengaruh Stakeholder terhadap Transparansi Laporan Keberlanjutan Perusahaan-Perusahaan di Indonesia Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari tekanan stakeholder yang meliputi lingkungan, konsumen, investor, dan pekerja terhadap transparansi laporan keberlanjutan. Variabel dependen yang digunakan adalah transparansi laporan keberlanjutan yang diperoleh dari hasil analisis komponen utama dari empat faktor yakni frekuensi pelaporan, level aplikasi, pernyataan level, dan assurance. Sedangkan, variabel independen tekanan stakeholder diperoleh dengan menggolongkan perusahaan-perusahaan ke dalam industri sensitive lingkungan, industri dekat konsumen, industri berorientasi investor, dan/atau industri berorientasi pekerja. Penelitian ini menggunakan populasi perusahaan-perusahaan di Indonesia yang mempublikasikan laporan keberlanjutan. Periode evaluasi dalam penelitian ini adalah empat tahun, dari tahun 2012 hingga tahun

2015. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan purposive sampling dengan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan mempublikasikan laporan keberlanjutan melalui database GRI maupun website resmi perusahaan.
2. Perusahaan mempublikasikan laporan keberlanjutan (sustainability report) setidaknya satu kali pada periode 2012-2015 melalui database Global Reporting Initiative (GRI) maupun melalui website resmi perusahaan.

### **Hasil dan Pembahasan**

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif model regresi 1, mengindikasikan bahwa perusahaan yang tergolong ke dalam industri sensitif lingkungan. Sedangkan, Non ESI (Non industri sensitif lingkungan) mengindikasikan bahwa perusahaan yang tidak tergolong ke dalam industri sensitif lingkungan. Hasil analisis statistik deskriptif model regresi 2 menunjukkan bahwa variabel independent CPI (Industri dekat konsumen) memiliki nilai rata-rata sebesar -0,130. Hal tersebut mengindikasikan bahwa perusahaan yang tergolong ke dalam industri dekat konsumen di Indonesia rata-rata memiliki transparansi laporan keberlanjutan sebesar -0,130. Sedangkan, Non CPI (Non industri dekat konsumen) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,102 dan nilai standar deviasi sebesar 1,067. Hal tersebut mengindikasikan bahwa perusahaan yang tidak tergolong ke dalam industri dekat konsumen di Indonesia rata-rata memiliki transparansi laporan keberlanjutan sebesar 0,102. Penelitian ini dijalankan dengan tujuan untuk menguji pengaruh dari tekanan stakeholder yang terdiri atas lingkungan, konsumen, investor, dan pekerja terhadap transparansi laporan keberlanjutan perusahaan-perusahaan di Indonesia. Setelah melalui tahap pengumpulan data, pengolahan data, analisis dan interpretasi hasil pengujian statistik penelitian atas seluruh variabel penelitian, diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa stakeholder lingkungan dan konsumen di Indonesia tidak memberikan tekanan kepada perusahaan untuk menghasilkan laporan keberlanjutan dengan transparansi yang lebih. Sedangkan, stakeholder investor dan pekerja di Indonesia memberikan tekanan agar perusahaan menghasilkan laporan keberlanjutan yang lebih transparan. Mayoritas perusahaan yang menjadi sampel pada penelitian ini memiliki struktur kepemilikan terkonsentrasi dengan pemegang saham utama berupa institusi (institutional ownership). Investor institusional mempunyai kepentingan/minat yang kuat tidak hanya pada kinerja keuangan perusahaan di mana mereka berinvestasi namun juga pada kinerja non-keuangan perusahaan tersebut. Jadi,

dapat diketahui bahwa kelompok stakeholder investor ini mempunyaitekanan yang kuat terhadap perusahaan sehingga perusahaan cenderung menghasilkan laporankeberlanjutan yang lebih transparan.Selain itu, berdasarkan hasil penelitian juga dapat diketahui bahwa industry berorientasipekerja (employee oriented industry) mempengaruhi transparansi laporan keberlanjutan. Pekerja pada perusahaan besar maupun perusahaan multinasional cenderung akan lebih terorganisasi dan pendapat mereka juga cenderung lebih dipertimbangkan pada tingkat manajerial. Semakin banyak jumlah pekerja, maka semakin tinggi tingkat transparansi yang akan mereka minta. Penelitian ini mempunyai keterbatasan yakni hanya berfokus pada studi kasus perusahaan-perusahaan di Indonesia mengenai tekanan stakeholder terhadap transparansi laporan keberlanjutan tanpa menyelidiki secara detail mengenai perilaku stakeholder Indonesia tersebut dalam kaitannya dengan pelaporan keberlanjutan yang dilakukan perusahaan. Indonesia sebagai negara berkembang tentunya mempunyai kondisi perekonomian yang berbeda dengan negara maju. Hal tersebut dapat mempengaruhi perilaku tiap kelompok stakeholder dalam kaitannya dengan transparansi laporan keberlanjutan.

### **Dampak Stakeholder dalam penyelenggaraan CSR**

Penyelenggaraan LKMS Kartini merupakan salah satu wujud penyelenggaraan program CSR Perusahaan Geothermal yang berfokus pada area pemberdayaan ekonomi lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat partisipasi anggota kelompok simpan pinjam di Desa Cihamerang dalam penyelenggaraan program pemberdayaan ekonomi lokal berhubungan dengan dampak sosial dan ekonomi masyarakat, sehingga jika partisipasi anggota kelompok simpan pinjam dalam penyelenggaraan program tinggi, maka dampak sosial dan ekonomi juga akan tinggi. Sejauhmana dampak sosial ekonomi diperoleh anggota kelompok simpan pinjam juga ditentukan oleh partisipasi dari stakeholder lain yang terkait. Jika dilihat dari klasifikasi kategori sosial yang ada, masyarakat dengan kategori sosial farm/buruh memiliki tingkat partisipasi yang paling rendah diantara kategori sosial yang lain. Keikutsertaan anggota kelompok simpan pinjam kategori sosial tersebut, sejalan dengan kondisi taraf hidup anggota kelompok simpan pinjam karena tidak ada nilai peningkatan taraf hidup setelah mengikuti kegiatan simpan pinjam. Meskipun demikian, tingkat partisipasi pada kategori sosial tersebut memiliki hubungan terhadap tingkat pendapatan, tingkat tabungan, dan kekuatan modal sosial. Untuk kategori anggota kelompok simpan pinjam non-

farm/pengusaha, dan farm/pengusaha tingkat partisipasi mereka tergolong sedang, namundata menunjukkan bahwa keterlibatan masyarakat pada kategori sosial tersebut tidak diikuti oleh peningkatan tingkat pendapatan, tingkat tabungan serta kekuatan modal sosial, kecuali untuk variabel taraf hidup, karena data menunjukkan bahwa terdapat peningkatan taraf hidup pada masyarakat kategori non-farm/pengusaha. Penyelenggaraan program pemberdayaan ekonomi lokal secara langsung dan langsung membawa dampak pada kondisi sosial ekonomi anggota kelompok simpan pinjam pada khususnya.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Dari analisa dan penelitian yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa perusahaan harus menjalin relasi bisnis dengan kelompok stakeholder secara baik dan etis apabila ingin berhasil dan bertahan dalam bisnisnya. Dalam kondisi sosial, budaya, ekonomi, dan politik di Indonesia, masyarakat setempat bisa sangat mempengaruhi terhadap hidup matinya suatu perusahaan. Oleh karena itu, pelaku bisnis harus pandai dalam mengadakan pendekatan dan memelihara hubungan baik dengan berbagai kelompok tersebut. Dengan demikian perusahaan dituntut harus pandai menangani dan memperhatikan kepentingan kelompok stakeholder secara baik.

## **REFERENSI**

- [1] H. Wibowo, Y. Mulyadi, and A. G. Abdullah, "Peramalan BPeramalan Beban Listrik Jangka Pendek Terklasifikasi Berbasis Metode Autoregressive Integrated Moving Averageban 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) MENGGUNAAAndrian, 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.
- [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.
- [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.
- [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.
- [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.
- [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 Kanvas*, 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.

- [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.
- [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.
- [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.
- [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.
- [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. Kelitbang*, vol. 8, no. 3, pp. 221–236, 2020.

- [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.
- [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.