

EVIDENCE FROM THE SHANGHAI STOCK EXCHANGE

HILDA ANGGRAENI

Akuntansi

*) Email : hildaanggraeni@gmail.com

Abstrak

Hasil kami menunjukkan bahwa perusahaan China paling tertarik pada maksimalisasi kekayaan pemegang saham. Hasil ini konsisten dengan Reverte (2009) karena pengungkapan sosial yang tinggi dikaitkan dengan industri yang lebih sensitif terhadap lingkungan. Kami juga menemukan bahwa semakin baik FP perusahaan, semakin buruk CSP-nya. Hasil ini juga konsisten dengan teori agensi dan menunjukkan bahwa manajer China bekerja untuk kepentingan terbaik pemegang saham mereka. Ini menyiratkan bahwa ada beberapa batasan mengenai pengungkapan sosial, etika, dan lingkungan di Tiongkok. Ini menunjukkan bahwa indeks pengungkapan sosial, etika, dan lingkungan dari perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Tiongkok ditentukan oleh FP mereka

Kata Kunci : evidence from the shanghai stock exchange

PENDAHULUAN

Perilaku etis organisasi telah menjadi landasan kelangsungan hidup, keberlanjutan, dan pertumbuhan perusahaan[1] [2] [3] [4]. Oleh karena itu, para pemangku kepentingan memberikan lebih banyak tekanan pada organisasi bisnis untuk mengungkapkan nilai-nilai perusahaan, tanggung jawab sosial, perilaku etis, dan kinerja sosial perusahaan (CSP) mereka secara keseluruhan[5] [6] [7] [8]. Selama beberapa tahun terakhir, ada peningkatan kepentingan yang ditempatkan pada pengungkapan sosial di China[9] [10] [11] [12]. Tulisan ini memiliki tiga tujuan utama; pertama, kami mencoba mengidentifikasi dan menilai tingkat variasi dalam aktivitas sosial, etika, dan lingkungan yang terungkap yang diungkapkan dalam laporan tahunan dan situs web sampel perusahaan non-keuangan Tiongkok yang terdaftar di Bursa Efek Shanghai (SSE) pada tahun 2011[13] [14] [15] [16]. Hasil kami menunjukkan bahwa perusahaan China paling tertarik pada maksimalisasi kekayaan pemegang saham[17] [18] [19] [20]. Hasil kami konsisten dengan Gao (2009) karena ada beberapa batasan mengenai pengungkapan sosial, etika dan lingkungan di Cina[21] [22] [23] [24]. Kami juga menemukan bahwa semakin baik FP perusahaan, semakin buruk CSP-nya[25] [26] [27] [28]. Ini menunjukkan bahwa pengungkapan sosial, etika, dan lingkungan dari perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Tiongkok ditentukan oleh FP mereka[29] [30] [31] [32]. Kontribusi utama dari makalah ini ada tiga; pertama, ini adalah studi pertama yang merancang indeks pengungkapan kinerja sosial perusahaan yang komprehensif yang

memperhitungkan Pemberitahuan CSR Shanghai dan Pedoman Pelaporan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan China yang dikeluarkan oleh Pusat Penelitian Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Akademi Ilmu Sosial China yang dirilis pada tahun 2009[33] [34] [35] [36]. Selain itu, makalah kami sejauh pengetahuan kami adalah yang pertama menyelidiki definisi CSP yang lebih luas termasuk tata kelola, etika, perlindungan lingkungan, penghematan energi dan pengendalian polusi, dan dimensi keterlibatan masyarakat dan dampaknya terhadap FP perusahaan Cina[37] [38] [39] [40].

KAJIAN PUSTAKA

Penelitian sebelumnya tentang pengembangan pengungkapan sosial di Cina Ada beberapa penelitian yang telah menyelidiki perkembangan pengungkapan sosial dan kinerja sosial secara keseluruhan di Cina[41] [42] [43] [44]. Dia menunjukkan bahwa meskipun China memiliki latar belakang kelembagaan untuk mengembangkan CSR, banyak kendala politik, sosial, dan ekonomi diberlakukan dan, sebagai akibatnya, CSR berada pada tahap awal pengembangan dan kegiatan terkait CSR bervariasi di antara industri yang berbeda untuk perusahaan besar[45] [46] [47] [48]. Sementara beberapa penelitian telah menyelidiki perkembangan CSR di Cina, tidak ada penelitian lain yang terbaik dari pengetahuan kami - telah menyelidiki kinerja etis, lingkungan dan sosial perusahaan Cina dan hubungan dua arah dengan FP di Bursa Efek Shanghai; Kami mencoba mengisi celah ini dalam literatur dengan makalah ini[49] [50] [51][52]. Tulisan ini memiliki tiga tujuan utama; pertama, kami mencoba mengidentifikasi dan menilai tingkat variasi dalam aktivitas sosial, etika, dan lingkungan yang terungkap yang diungkapkan dalam laporan tahunan dan situs web sampel perusahaan non-keuangan Tiongkok yang terdaftar di Bursa Efek Shanghai (SSE) pada tahun 2011[53] [54] [55] [56]. Hasil kami menunjukkan bahwa perusahaan China paling tertarik pada maksimalisasi kekayaan pemegang saham[57] [58] [59] [60]. Hasil kami konsisten dengan Gao (2009) karena ada beberapa batasan mengenai pengungkapan sosial, etika dan lingkungan di Cina[61] [62] [63] [64].

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

1. pengembangan hipotesis

Hubungan kinerja sosial dan keuangan perusahaan

Literatur yang ada tentang pengungkapan sosial memperkenalkan tiga teori fundamental yaitu, teori agensi, teori legitimasi, dan teori pemangku kepentingan [65] [66] [67] [68]. Teori legitimasi, di sisi lain, mengasumsikan bahwa keputusan yang dibuat oleh perusahaan harus konsisten dengan norma sosial, nilai, dan keyakinannya (Perrow, 1970) [69] [70] [71] [72]. Menurut teori pemangku kepentingan, salah satu cara untuk memenuhi tuntutan pemangku kepentingan adalah dengan mengadopsi kebijakan pengurangan biaya dan meningkatkan investasi dalam kegiatan sosial (Freeman, 1984). Hubungan antara CSP dan FP telah diselidiki dalam literatur [73]. Akhirnya, hubungan netral (tidak ada) berpendapat bahwa ada banyak variabel intervensi lainnya; oleh karena itu mungkin tidak ada hubungan langsung antara CSP dan FP (Ullman, 1985). Ada beberapa studi tentang kegiatan sosial dan hubungannya dengan kinerja keuangan di perusahaan-perusahaan Cina. Su and He (2010) menemukan hubungan positif dan signifikan antara filantropi dan kegiatan amal sebagai proxy untuk kinerja sosial dan FP untuk perusahaan ekuitas swasta di Cina. Ada hubungan positif antara kinerja etis, lingkungan dan sosial perusahaan Cina dan kinerja keuangan mereka.

Hubungan dua arah antara CSP dan FP

"Teori sumber daya kendur" mengasumsikan bahwa sumber daya kendur yang tersedia dapat dialokasikan ke domain sosial. Ini menyiratkan lebih banyak peluang bagi perusahaan untuk terlibat dalam kegiatan sosial dan dengan demikian CSP yang lebih baik. Namun, manajer juga dapat membenarkan kinerja buruk mereka dengan terlibat dalam kegiatan sosial yang nyata. Di bawah "teori sumber daya kendur" dan "hipotesis oportunisme manajerial",

hubungan CSP-FP berjalan dari FP ke CSP. Di bawah "teori manajemen yang baik," dan hipotesis dampak sosial, CSP akan menjadi prediktor FP.

2. Deskripsi Himpunan Data dan Variabel

Konstituen indeks ini dipilih berdasarkan peringkat keseluruhan dari total kapitalisasi pasar, kapitalisasi pasar yang dapat dinegosiasikan, nilai perdagangan, dan rasio turnover di berbagai sektor industri. Data kami dikumpulkan langsung dari laporan tahunan, laporan tanggung jawab sosial (keberlanjutan), laporan keuangan, dan situs web masing-masing perusahaan. Kami juga mengumpulkan informasi pasar selama periode 2009-2011 dari database Thomson One Banker dan database China Stock Market and Accounting Research (CSMAR), yang dirancang dan dikembangkan oleh GTA Information Technology Corporation. Kami mengukur CSP dengan menggunakan indeks pengungkapan CSPDI. Kami juga menggunakan rasio berbasis pasar dan akuntansi untuk mengukur FP perusahaan, yaitu Q Tobin, pengembalian saham harian tahunan, dan pengembalian aset. Semakin besar perusahaan, semakin besar kemungkinannya untuk terlibat dalam kegiatan sosial karena perusahaan yang lebih besar tunduk pada lebih banyak tekanan sosial dan politik daripada perusahaan kecil, (Reverte, 2009). Ketika perusahaan berevolusi selama siklus hidup mereka, pemangku kepentingan mereka mengharapkan lebih banyak keterlibatan dalam kegiatan etis dan sosial. Kami menggunakan total kapitalisasi pasar perusahaan sebagai proxy untuk ukuran. Mereka berpendapat bahwa perusahaan milik negara dapat mengungkapkan informasi tambahan untuk mengurangi asimetri informasi yang parah dan masalah agensi. Namun literatur memberikan bukti campuran tentang pengaruh kepemilikan negara terhadap pengungkapan. Literatur juga menawarkan hasil yang tidak meyakinkan tentang hubungan antara usia perusahaan dan pengungkapan sosial. Oleh karena itu, kami mungkin mengharapkan hubungan positif atau negatif antara usia perusahaan dan pengungkapan CSP-nya. Rasio leverage yang tinggi dapat mendorong perusahaan untuk mengungkapkan secara lebih sukarela untuk mengurangi masalah asimetri informasi antara perusahaan dan kreditornya.

3. Metodologi

Desain Corporate Social Performance Disclosure Index (CSPDI)

Perusahaan tercatat wajib menerbitkan laporan CSR beserta laporan tahunannya untuk memenuhi kepentingan pemangku kepentingan. Bursa Efek Shanghai juga mendorong

perusahaan tercatat untuk meningkatkan dan mengembangkan strategi pengungkapan CSR. Oleh karena itu, perusahaan tercatat didorong untuk menyebarluaskan informasi CSR di situs web mereka selain laporan tahunan dan laporan CSR mereka. Selanjutnya, Pusat Penelitian Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Akademi Ilmu Sosial Tiongkok merilis Pedoman Pelaporan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Tiongkok (CASS-CSR 1.0) pada tahun 2009. Kami merancang indeks pengungkapan yang komprehensif untuk mengukur kinerja sosial, etika, dan lingkungan perusahaan Tiongkok. Filosofi konstruksi indeks terutama didasarkan pada pedoman yang dikeluarkan oleh Bursa Efek Shanghai pada tahun 2008 dan pedoman yang dikeluarkan oleh CASS pada tahun 2009. Kami memastikan bahwa pembuat kode yang sama konsisten dari waktu ke waktu ketika mengkodekan item indeks yang sama (stabilitas), dan bahwa pembuat kode menghasilkan hasil yang sama ketika mengkodekan item yang sama (reproduktifitas) dan akurasi juga.

Hubungan CSPDI & FP di Cina

Kami menyelidiki tautan CSP-FP untuk konstituen Indeks Shanghai Stock Exchange (SSE) 180, kami menggunakan regresi cross-sectional berikut. di mana, CSPDI adalah indeks pengungkapan kinerja sosial perusahaan; FP adalah kinerja keuangan yang diukur dengan Q Tobin, pengembalian saham harian tahunan, dan ROA; AGE dan SZ masing-masing adalah usia dan ukuran perusahaan; CL dan SO adalah boneka untuk perusahaan lintas terdaftar dan milik negara, masing-masing; FL adalah leverage keuangan; dan merupakan istilah kesalahan.

Hubungan dua arah antara CSPDI dan FP

Kami merumuskan sistem persamaan simultan berikut. Sistem persamaan simultan secara eksplisit memungkinkan interaksi antara CSPDI sebagai proxy untuk CSP- dan FP. Karena system persamaan simultan secara eksplisit memungkinkan endogenitas variabel dependen, kami menggunakan CSPDI dan FP kontemporer. Semua variabel dependen secara eksplisit dianggap endogen terhadap sistem dan diperlakukan sebagai berkorelasi dengan gangguan dalam persamaan sistem. Variabel eksogen diambil untuk menjadi instrumen untuk variabel endogen.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Tujuan utama dari makalah ini adalah untuk merancang indeks pengungkapan CSP yang komprehensif untuk sampel perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Shanghai untuk mengidentifikasi dan menilai tingkat variasi dalam kegiatan sosial, etika, dan lingkungan yang terungkap. Selain itu, kami menyelidiki determinan utama CSP dan potensi hubungan dua arah antara CSP dan FP. Kami merancang indeks kami untuk menangkap CSP Tiongkok berdasarkan rekomendasi Bursa Efek Shanghai dan pedoman yang dikeluarkan oleh Pusat Penelitian Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Akademi Ilmu Sosial Tiongkok. Hasil kami menunjukkan bahwa perusahaan China paling tertarik pada maksimalisasi kekayaan pemegang saham. Hasil ini konsisten dengan Reverte (2009) karena pengungkapan sosial yang tinggi dikaitkan dengan industri yang lebih sensitif terhadap lingkungan. Kami juga menemukan bahwa semakin baik FP perusahaan, semakin buruk CSP-nya. Hasil ini juga konsisten dengan teori agensi dan menunjukkan bahwa manajer China bekerja untuk kepentingan terbaik pemegang saham mereka. Ini menyiratkan bahwa ada beberapa batasan mengenai pengungkapan sosial, etika, dan lingkungan di Tiongkok. Ini menunjukkan bahwa indeks pengungkapan sosial, etika, dan lingkungan dari perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Tiongkok ditentukan oleh FP mereka. Pertama, karena hasilnya menunjukkan bahwa perusahaan China memiliki skor indeks etika dan pengungkapan lingkungan yang relatif rendah, kita mungkin mengharapkan perusahaan China untuk menetapkan standar etika dan lingkungan yang lebih tinggi di masa depan, mengingat skandal baru-baru ini misalnya skandal susu Perusahaan Grup Sanlu dan kecelakaan polusi Zijing Mining Group. Oleh karena itu, pembuat kebijakan dan regulator dapat memperkenalkan skema insentif (termasuk insentif pajak) untuk mendorong perusahaan Tiongkok agar lebih terlibat dalam kegiatan etis, sosial, dan lingkungan.

REFERENSI

- [1] 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.
- [2] 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.

- [3] 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.
- [4] 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.
- [5] 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.
- [6] 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.
- [7] 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.
- [8] 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.
- [9] 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.
- [10] 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.
- [11] 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.
- [12] B. Permatasari, “THE EFFECT OF PERCEIVED VALUE ON E- COMMERCE APPLICATIONS IN FORMING CUSTOMER PURCHASE INTEREST AND ITS,” pp. 101–112.
- [13] 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.
- [14] 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.
- [15] 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.
- [16] 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.
- [17] I. D. Kurniati *et al.*, *Buku Ajar Basis Data*. 2015.
- [18] 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.
- [19] 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.
- [20] 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.
- [21] 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.
- [22] A. P. Ade and N. H. Novri, “APLIKASI SIMPAN PINJAM PADA KOPERASI PT. TELKOM PALEMBANG (KOPEGTEL) MENGGUNAAndrian, 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.
- [23] G. F. S. Aji and N. Dewi, *Prosiding Seminar Nasional: Membongkar Sastra*,

- Menggugat Rezim Kepastian*. 2017.
- [24] 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.
- [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 Bandar Lampung," *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. Kelitbangan*, 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.