

ASAL MULA TEORI ETIKA DAN PERKEMBANGAN TEORI ETIKA

INDAH PUSPITA

Akuntansi

*) Email : indahpuspita@gmail.com

Abstrak

Etika adalah pernyataan benar atau tidak sebagai penentu perilaku moral individu yang baik atau tidak baik. Secara normative prinsip etika dipakai individu sebagai tuntunan untuk bermoral dalam perilakunya. Banyak penelitian menunjukkan adanya hubungan yang positif antara perilaku yang bertanggung jawab sosial dengan tingkat keuntungan, atau etika dalam bisnis sebagai beban dari perolehan keuntungan. Prinsip ini diajarkan dan diperkuat dalam setiap aktivitas di lingkungan keluarga dan masyarakat. Pengalaman hidup manusia akan menjadi pelajaran sebagai konsepsi dari etika dan moralitas. Hal inilah yang membuat kehidupan manusia dan masyarakat menjadi lebih baik. Untuk memahami tentang etika maka sekilas dibutuhkan pemahaman tentang perkembangan teori etika.

Kata Kunci : asal mula teori dan perkembangan teori etika

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Organisasi baik yang berorientasi pada laba maupun sosial tidak hanya melayani dirinya sendiri, akan tetapi terpaut dengan orang lain dalam menjalankan aktivitasnya [1] [2] [3] [4]. Etika adalah pernyataan benar atau tidak sebagai penentu perilaku moral individu yang baik atau tidak baik [5] [6] [7] [8]. Secara normative prinsip etika dipakai individu sebagai tuntunan untuk bermoral dalam perilakunya [9] [10] [11] [12]. Banyak penelitian menunjukkan adanya hubungan yang positif antara perilaku yang bertanggung jawab sosial dengan tingkat keuntungan, atau etika dalam bisnis sebagai beban dari perolehan keuntungan. Prinsip ini diajarkan dan diperkuat dalam setiap aktivitas di lingkungan keluarga dan masyarakat [13] [14] [15] [16]. Pengalaman hidup manusia akan menjadi pelajaran sebagai konsepsi dari etika dan moralitas [17] [18] [19] [20]. Hal inilah yang membuat kehidupan manusia dan masyarakat menjadi lebih baik [21] [22] [23] [24]. Untuk memahami tentang etika maka sekilas dibutuhkan pemahaman tentang perkembangan teori etika. Praktik teori etika umumnya fokus pada tindakan [25] [26] [27] [28]. Teori-teori etika sangat relevan dalam bisnis sehingga dalam bisnis, menerapkan teori-teori etika sebagaimana telah dipaparkan memiliki banyak manfaat, baik terhadap perusahaan secara universal maupun

terhadap individu seperti direktur, karyawan dan lain lain[29] [30] [31] [32]. Karena etika bisnis dipahami sebagai pengetahuan mengenai tata cara ideal dalam mengelola bisnis dengan memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal, ekonomi, dan sosial[33] [34] [35] [36]. Setiap perusahaan harus memperhatikan dan menjalankan etika etika yang berlaku[37] [38] [39] [40].

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana perkembangan teori etika dari tahun ke tahun?

1.3 Tujuan Penulisan

Tujuan penulis dalam penulisan makalah yang berjudul “Asal mula teori etika dan perkembangan teori etika”. Dapat dirumuskan sebagai berikut: Menjelaskan mengenai perkembangan teori etika

1.4 Manfaat Penulisan

1. Menambah pengetahuan dan pengalaman bagi penulis makalah
2. Menambah wawasan dan pengetahuan bagi pembaca tentang materi yang dibahas pada makalah.

KAJIAN PUSTAKA

Etika dan moral memiliki arti yang sama, namun dalam pemakaian sehari-harinya ada sedikit perbedaan di mana moral dipakai untuk perbuatan yang sedang dinilai/dikaji, sedangkan etika dipakai untuk pengkajian sistem nilai yang ada dalam kelompok atau masyarakat tertentu. Etika berasal dari kata Yunani *ethos* yang memiliki arti adat istiadat atau kebiasaan[41] [42] [43] [44]. Perpanjangan dari adat istiadat membangun suatu aturan kuat di masyarakat, yaitu bagaimana setiap tindak dan tanduk mengikuti aturan-aturan, dan aturan-aturan tersebut ternyata telah membentuk moral masyarakat dalam menghargai adat istiadat yang berlaku. Sedangkan pengertian moral menurut Velasquez bahwa moral memang mampu mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan, sehingga etika dan moralitas berbeda[45] [46] [47] [48]. Etika perlu dipahami sebagai sebuah cabang filsafat yang berbicara mengenai nilai dan norma moral yang menentukan perilaku manusia dalam hidupnya. Menurut Laura Nash sebagaimana dikutip oleh Sutrisna, etika bisnis sebagai studi mengenai bagaimana norma moral personal diaplikasikan dalam aktivitas dan tujuan

perusahaan[49] [50] [51] [52]. Dalam mencapai apa yang telah direncanakannya, seringkali perusahaan mengabaikan nilai-nilai etika bisnis[53] [54] [55] [56]. Permasalahan yang dihadapi pada dunia bisnis dapat berasal dari faktor internal maupun eksternal[57] [58] [59] [60]. Faktor internal berasal dari dalam perusahaan seperti konflik antarkaryawan, dan eksternal seperti adanya kegiatan perusahaan yang dapat merugikan masyarakat sekitar[61] [62] [63] [64]. Apabila permasalahan tersebut dibiarkan begitu saja dan tidak segera ditangani, maka perusahaan akan terkena dampak dari permasalahan tersebut[65] [66] [67] [68]. Etika sebagai disiplin ilmu berhubungan dengan kajian secara kritis tentang adat kebiasaan, nilai-nilai, dan norma perilaku manusia yang dianggap baik atau tidak baik[69] [70][71] [72]. Dalam etika masih dijumpai banyak teori yang mencoba untuk menjelaskan suatu tindakan, sifat, atau objek perilaku yang sama dari sudut pandang atau perspektif yang berlainan[73]. Sehingga etika dapat juga diterapkan dalam bisnis. Terdapat beberapa teori etika yang relevan dengan bisnis dan sebagian lagi "murni" dari etika bisnis itu sendiri.

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

2.1. Perkembangan Teori Etika

Secara etimologi kata etika berasal dari bahasa Yunani yang dalam bentuk tunggal yaitu ethos dan dalam bentuk jamaknya yaitu ta etha. Ethos yang berarti sikap, cara berpikir, watak kesusilaan atau adat. Kata ini iden tik dengan perkataan moral yang berasal dari kata latin mos yang dalam bentuk jamaknya mores yang berarti juga adat atau cara hidup. Etika dan moral memiliki arti yang sama, namun dalam pemakaian sehari-harinya ada sedikit perbedaan di mana moral dipakai untuk perbuatan yang sedang dinilai/dikaji, sedangkan

etika dipakai untuk pengkajian sistem nilai yang ada dalam kelompok atau masyarakat tertentu. Etika berasal dari kata Yunani *ethos* yang memiliki arti adat istiadat atau kebiasaan. Perpanjangan dari adat istiadat membangun suatu aturan kuat di masyarakat, yaitu bagaimana setiap tindak dan tanduk mengikuti aturan-aturan, dan aturan-aturan tersebut ternyata telah membentuk moral masyarakat dalam menghargai adat istiadat yang berlaku. Sedangkan pengertian moral menurut Velasquez bahwa moral memang mampu mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan, sehingga etika dan moralitas berbeda. Etika perlu dipahami sebagai sebuah cabang filsafat yang berbicara mengenai nilai dan norma moral yang menentukan perilaku manusia dalam hidupnya. Menurut Laura Nash sebagaimana dikutip oleh Sutrisna, etika bisnis sebagai studi mengenai bagaimana norma moral personal diaplikasikan dalam aktivitas dan tujuan perusahaan. Dalam mencapai apa yang telah direncanakannya, seringkali perusahaan mengabaikan nilai-nilai etika bisnis. Permasalahan yang dihadapi pada dunia bisnis dapat berasal dari faktor internal maupun eksternal. Faktor internal berasal dari dalam perusahaan seperti konflik antarkaryawan, dan eksternal seperti adanya kegiatan perusahaan yang dapat merugikan masyarakat sekitar. Apabila permasalahan tersebut dibiarkan begitu saja dan tidak segera ditangani, maka perusahaan akan terkena dampak dari permasalahan tersebut. Etika sebagai disiplin ilmu berhubungan dengan kajian secara kritis tentang adat kebiasaan, nilai-nilai, dan norma perilaku manusia yang dianggap baik atau tidak baik. Dalam etika masih dijumpai banyak teori yang mencoba untuk menjelaskan suatu tindakan, sifat, atau objek perilaku yang sama dari sudut pandang atau perspektif yang berlainan. Sehingga etika dapat juga diterapkan dalam bisnis. Terdapat beberapa teori etika yang relevan dengan bisnis dan sebagian lagi "murni" dari etika bisnis itu sendiri.

1) TEORI EGOISME

Dalam pandangan Freud, ego diartikan sebagai jembatan bagi naluri manusia (*id*) dengan harapan-harapan yang ada di masyarakat (*super ego*). Oleh karena itu, egoisme kemudian dapat diartikan secara etimologis sebagai keyakinan (*isme*) yang menyatakan jika setiap tindakan manusia didasari oleh keinginan atau naluri di dalam diri mereka (*peran ego*). Menurut Rachels terdapat dua konsep yang berhubungan dengan egoisme. Pertama, egoisme psikologis, adalah suatu teori yang menjelaskan bahwa semua tindakan manusia dimotivasi oleh kepentingan berkepentingan diri (*self service*). Menurut teori ini, orang boleh saja yakin ada tindakan mereka yang bersifat luhur dan suka berkorban, namun semua tindakan yang

terkesan luhur dan/atau Tindakan yang suka berkorban tersebut hanyalah sebuah ilusi. Pada kenyataannya, setiap orang hanya peduli pada dirinya sendiri. Menurut teori ini, tidak ada tindakan yang sesungguhnya bersifat altruisme, yaitu suatu tindakan yang peduli pada orang lain atau mengutamakan kepentingan orang lain dengan mengorbankan kepentingan dirinya. Kedua, egoisme etis, adalah tindakan yang dilandasi oleh kepentingan diri sendiri (self interest). Tindakan berkepentingan diri ditandai dengan ciri mengabaikan atau merugikan kepentingan orang lain, sedangkan tindakan mementingkan diri sendiri tidak selalu merugikan kepentingan orang lain. Pokok-pokok pandangan egoisme etis ialah tidak mengatakan bahwa orang harus membela kepentingannya sendiri maupun kepentingan orang lain; hanya berkeyakinan bahwa satu-satunya tugas adalah kepentingan diri. Egoisme etis berkeyakinan bahwa satu-satunya tugas adalah membela kepentingan diri, tetapi egoisme etis juga tidak mengatakan bahwa anda harus menghindari tindakan menolong orang lain. Tindakan menolong orang lain dianggap sebagai tindakan untuk menolong diri sendiri karena mungkin saja kepentingan orang lain tersebut bertautan dengan kepentingan diri sehingga dalam menolong orang lain sebenarnya juga dalam rangka memenuhi kepentingan diri. Inti dari paham egoisme etis adalah apabila ada tindakan yang menguntungkan orang lain, maka keuntungan bagi orang lain ini bukanlah alasan yang membuat tindakan itu benar yang membuat tindakan itu benar adalah kenyataan bahwa tindakan itu menguntungkan diri sendiri. Aliran egoisme merupakan cabang dari teori teleologi. Tokoh pencetus teori ini adalah Friedrich Wilhelm Nietzsche (1844-1900). Nietzsche merupakan tokoh filsafat yang menentang kecenderungan moral masyarakat yang mengaitkan otoritas agama dan Tuhan. Menurut beliau, jika Tuhan dan daya supernatural disingkirkan dari pikiran manusia, maka seluruh fondasi nilai-nilai moral tradisional juga runtuh. Nietzsche menentang pandangan umum yang berlaku ketika itu, di mana moral dikaitkan dengan pengorbanan diri, suara batin, serta konsep pahala dan dosa. Nietzsche memandang bahwa relasi moral dengan dimensi spiritual seperti itu hanya akan mengkerdikan manusia serta melahirkan mentalitas moral "budak" yang merendahkan martabat manusia. Padahal, menurut beliau, moral mestilah dikaitkan dengan pemeliharaan diri, kepentingan diri, peningkatan martabat serta tekad individu untuk unggul dalam kehidupan. Manusia sudah sepatutnya didorong untuk memilih unsur kehidupan yang memberikan kesempatan pada hasrat untuk mewujudkan ego individu pada tataran yang lebih tinggi sehingga menjadi *ubermensch* (manusia unggul), Manusia unggul atau super adalah manusia yang kuat, berani, berbudi luhur, berbudaya, estetik, bebas, yang tidak dihadang belas kasih dengan yang lemah, dan yang seperlunya bertindak kejam.

Menurut Nietzsche, secara esensial setiap tindakan manusia didorong oleh "kehendak untuk berkuasa. Adapun yang dimaksud Nietzsche sebagai "kehendak untuk berkuasa" adalah hasrat untuk menang dalam pertarungan yang merupakan kondisi esensial manusia. Karena itu, filsafat pemikirannya digolongkan sebagai egoisme. menentang segala peraturan mutlak dari otoritas. Peraturan haruslah bersifat individualistik, membelakangkan semangat kemasyarakatan, mengarahkan individu agar lebih kuat, cakap dan berkuasa. Prinsip utama aliran egoisme adalah bahwa sebagai agen moral, individu bertanggung jawab memajukan diri dengan sebanyak mungkin kebaikan. Kebijakan mementingkan diri dan mengutamakan diri merupakan satu tindakan moral yang betul, benar, mulia, dan terpuji. Dalam pandangan Nietzsche, sifat-sifat seperti itu akan membebaskan individu dari belenggu-belenggu psikis yang tidak perlu, yang menjerumuskan manusia pada ketakutan dan surutnya semangat hidup. Jadi, dalam konteks kehidupan, menurut aliran ini nilai baik dan bermoral adalah nilai yang dapat memberi keuntungan pada diri, dan sebaliknya nilai buruk (tidak bermoral) jika sesuatu itu merugikan diri sendiri. Teori ini jelas bertentangan dengan teori kemoralan sosial sehingga menganggap kemoralan sosial sebagai "kemoralan hamba" dan manusia tidaklah sepatutnya menjadi hamba. Dalam praktiknya, pandangan aliran ini diikuti sebagian pemimpin-pemimpin dunia yang pada akhirnya jatuh juga dari kekuasaan. Sebagai contoh kita bisa melihat tokoh-tokoh seperti: Stalin, Lenin, Saddam Hussein, Hitler, Shah Reza Pahlevi, Muammar Gaddafi, dan lain-lain yang dengan penuh keegoisan mengumbar nafsu berkuasa dengan melakukan petualangan politik yang mengakibatkan kerugian pada sebagian besar rakyat. Mereka akhirnya tumbang juga dari kekuasaan. Dengan demikian, aliran egoisme sesungguhnya bertentangan dengan dimensi keadilan, kesetaraan, demokrasi dan mendorong manusia untuk bertindak zalim. Secara teoritis, terdapat beberapa faktor yang menyuburkan munculnya aliran egoisme ini, yakni: pertama, pengaruh lingkungan sosial. Banyak perilaku dan sifat-sifat manusia dihasilkan karena lingkungan sosial. Di antara perilaku satu individu dan individu lain tidak ada yang sama persis karena perbedaan lingkungan sosial mereka. Kedua, karena adanya sikap mempertahankan diri (ego), dalam arti wujudnya perasaan mengagumi diri sendiri. Dorongan tersebut semata-mata karena manusia berusaha untuk eksis dan saling mengungguli. Ketiga, adanya motif pribadi yang kekal, di mana manusia dalam berhubungan dengan orang lain selalu terpikir untuk kebaikan diri sendiri. Kepentingan yang demi kebaikan orang lain akan ditempuh sekiranya berkaitan dengan kebaikannya sendiri.

Kelemahan lain teori ini adalah, tidak memperhatikan sifat-sifat manusia yang beragama, serta kecenderungan naluriah spiritual yang dimiliki. Tidak semua niat baik perbuatan individu semata-mata bermotifkan kepentingan pribadi, padahal ada kecenderungan dalam diri manusia untuk bekerjasama, saling menolong, berbakti, toleran, sifat haru, mengasihi satu sama lain secara tulus. Selain itu, teori egoisme secara mentah-mentah menolak ajaran agama dan mengingkari prinsip-prinsip moralitas agama seolah individu bisa memecahkan sendiri semua urusannya tanpa bantuan orang lain, serta tanpa bimbingan kebenaran dari Tuhan.

2) TEORI UTILITARIANISME

Etika utilitarianisme adalah sebuah teori etika yang dikemukakan David Hume (1711-1770) dan dirumuskan secara definitif oleh Jeremy Bentham (1748-1832), John Stuart Mill (1806-1873), dan para pengikutnya. Teori etika yang paling mewakili pendekatan teologis disebut utilitarianisme. Teori ini mengarahkan dalam pengambilan keputusan etika dalam pertimbangan manfaat terbesar bagi banyak pihak sebagai hasil akhirnya (the greatest Good for the greatest number). Artinya bahwa hal yang benar didefinisikan sebagai hal yang memaksimalkan apa yang baik atau meminimalisir apa yang berbahaya bagi kebanyakan orang. Utilitarianisme berasal dari kata utilitas, yang berarti berguna atau berfaedah. Dalam hal ini, Bentham berpendapat bahwa ada satu prinsip moral yang utama yakni "prinsip utilitas". Prinsip ini menuntut agar setiap kali menghadapi pilihan dari antara tindakan alternatif atau kebijakan, dan sosial, harus mengambil satu pilihan yang mempunyai konsekuensi, yang secara menyeluruh paling baik bagi setiap orang yang terlibat di dalamnya. Secara singkat, teori utilitarianisme klasik atau yang dikemukakan oleh Bentham dan Mill sekurangnya dinyatakan ke dalam tiga pernyataan di antaranya, (1) tindakan harus dinilai benar atau salah dari sisi akibat-akibat (consequences); (2) untuk mengukur akibat-akibatnya, pertimbangan yang penting adalah jumlah kebahagiaan atau tidak kebahagiaan yang diakibatkan, sedangkan hal atau pertimbangan yang lain tidak relevan; dan (3) kesejahteraan setiap orang dianggap sama pentingnya. Sebagaimana dikatakan Mill bahwa utilitarianisme menuntut orang bersikap keras, tidak pilih kasih, bagaikan penonton yang baik hati dan tidak pamrih. Dapat dipahami bahwa teori etika utilitarianisme melihat baik dan buruknya tindakan diukur dari akibat yang ditimbulkannya, dan menjadi tujuan tindakan adalah hasil atau konsekuensinya yang timbul akibat perbuatan yang dikerjakan. Selain itu suatu perbuatan adalah baik jika membawa manfaat pada masyarakat secara keseluruhan atau

banyak orang, dan bukan pada satu atau dua orang saja. Kriteria untuk menentukan baik buruknya suatu perbuatan adalah, the greatest happiness of the greatest number, yaitu kebahagiaan terbesar dari jumlah orang terbesar. Jadi perbuatan yang mengakibatkan orang banyak bahagia adalah perbuatan terbaik. Dalam teori utilitarianisme mempunyai watak yang sepenuhnya bersifat kuantitatif, di mana satu-satunya tolok ukur perbedaan adalah quantum kebahagiaan yang ditimbulkan oleh tindakan yang berbeda beda. Persoalan individu tidak dipentingkan dalam teori ini, malah individu perlu berkorban untuk kesenangan manusia terbanyak. Teori utilitarianisme sangat menekankan pentingnya dampak atau konsekuensi dari suatu perbuatan dalam menilai baik dan buruknya. Jika suatu perbuatan mengakibatkan manfaat paling besar, dalam arti memajukan kesejahteraan, kebahagiaan, serta kemakmuran bagi orang banyak maka itu adalah perbuatan baik. Namun, jika sebaliknya yang terjadi maka itu adalah perbuatan buruk. Konsekuensi di sini amat dipentingkan, karena menentukan seluruh kualitas moralnya. Maka dari itu, aliran utilitarianisme seringkali disebut sebagai "konsekuensialisme". Menurut teori ini, suatu tindakan dikatakan baik jika membawa manfaat bagi sebanyak mungkin anggota masyarakat (the greatest happiness of the greatest number). Pokok-pokok dari paham utilitarianisme adalah ukuran baik tidaknya suatu tindakan dilihat dari akibat, konsekuensi, atau tujuan dari tindakan itu, apakah memberi manfaat atau tidak; dalam mengukur akibat dari suatu tindakan, satu-satunya parameter yang penting adalah jumlah kebahagiaan atau jumlah ketidakhahagiaan; kesejahteraan setiap orang sama pentingnya. Perbedaan paham utilitarianisme dengan paham egoisme etis terletak pada siapa yang memperoleh manfaat. Egoisme etis melihat dari sudut pandang kepentingan individu, sedangkan paham utilitarianisme melihat dari sudut pandang kepentingan orang banyak (kepentingan orang banyak).

3). TEORI DEONTOLOGI

Istilah deontologi berasal dari perkataan Yunani, "deon", yang berarti, "kewajiban" atau "sesuatu yang diwajibkan". Tokoh teori deontologi adalah Immanuel Kant (1724-1804). Dalam teori ini yang menjadi dasar baik dan buruknya suatu perilaku itu adalah kewajiban. Suatu perbuatan itu baik, dan karena itu kita wajib melakukannya. Sementara perbuatan itu buruk, maka dilarang bagi kita. Deontologi berasal dari kata deon yang berarti tugas atau kewajiban. Apabila sesuatu dilakukan berdasarkan kewajiban, maka ia melepaskan sama sekali moralitas dari konsekuensi perbuatannya. Jadi, keputusan menjadi baik karena memang sesuai dengan kewajiban, dan dianggap buruk karena memang dilarang. Prinsip

dasar konsep ini adalah tugas (duty) individu untuk kesejahteraan sesama dan kemanusiaan. Tipikal penganut pendekatan ini adalah orang-orang beragama (ikut ketentuan/ kewajiban dalam agama) dan orang hukum. Paradigma teori deontologi sangat berbeda dengan paham egoisme dan utilitarianisme, yang keduanya sama-sama menilai baik buruknya suatu tindakan memberikan manfaat entah untuk individu (egoisme) atau untuk banyak orang/kelompok masyarakat (utilitarianisme), maka tindakan itu dikatakan etis. Sebaliknya, jika akibat suatu tindakan merugikan individu atau sebagian besar kelompok masyarakat, maka tindakan tersebut dikatakan tidak etis. Teori yang menilai suatu tindakan berdasarkan hasil, konsekuensi, atau tujuan dari tindakan tersebut disebut teori teleologi. Sangat berbeda dengan paham teleologi yang menilai etis atau tidaknya suatu tindakan berdasarkan hasil, tujuan, atau konsekuensi dari tindakan tersebut, paham deontologi justru mengatakan bahwa etis tidaknya suatu tindakan tidak ada kaitannya sama sekali dengan tujuan, konsekuensi, atau akibat dari tindakan tersebut. Konsekuensi suatu tindakan tidak boleh menjadi pertimbangan untuk menilai etis atau tidaknya suatu tindakan.

4). TEORI HAK

Suatu tindakan atau perbuatan dianggap baik bila perbuatan atau tindakan tersebut sesuai dengan HAM. Menurut Bertens, teori hak merupakan suatu aspek dari deontologi (teori kewajiban) karena hak tidak dapat dipisahkan dengan kewajiban. Bila suatu tindakan merupakan hak bagi seseorang, maka sebenarnya tindakan yang sama merupakan kewajiban bagi orang lain. Teori hak sebenarnya didasarkan atas asumsi bahwa manusia mempunyai martabat dan semua manusia mempunyai martabat yang sama. Hak asasi manusia didasarkan pada hak hukum (legal right) yaitu yang didasarkan atas sistem/yurisdiksi hukum suatu negara, di mana hak sumber hukum tertinggi suatu negara adalah Undang-Undang Dasar negara yang bersangkutan; hak moral atau kemanusiaan (moral, human right), dihubungkan dengan pribadi manusia secara individu, atau dalam beberapa kasus dihubungkan dengan kelompok bukan dengan masyarakat dalam arti luas. Hak moral berkaitan dengan kepentingan individu sepanjang kepentingan individu itu tidak melanggar hak-hak orang lain.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Organisasi baik yang berorientasi pada laba maupun sosial tidak hanya melayani dirinya sendiri, akan tetapi terpaut dengan orang lain dalam menjalankan aktivitasnya. Banyak

penelitian menunjukkan adanya hubungan yang positif antara perilaku yang bertanggung jawab sosial dengan tingkat keuntungan, atau etika dalam bisnis sebagai beban dari perolehan keuntungan. Prinsip ini diajarkan dan diperkuat dalam setiap aktivitas di lingkungan keluarga dan masyarakat. Praktik teori etika umumnya fokus pada tindakan. Teori-teori etika sangat relevan dalam bisnis sehingga dalam bisnis, menerapkan teori-teori etika sebagaimana telah dipaparkan memiliki banyak manfaat, baik terhadap perusahaan secara universal maupun terhadap individu seperti direktur, karyawan dan lain-lain. Karena etika bisnis dipahami sebagai pengetahuan mengenai tata cara ideal dalam mengelola bisnis dengan memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal, ekonomi, dan sosial. Kata ini identik dengan perkataan moral yang berasal dari kata latin *mos* yang dalam bentuk jamaknya *mores* yang berarti juga adat atau cara hidup. Etika dan moral memiliki arti yang sama, namun dalam pemakaian sehari-harinya ada sedikit perbedaan di mana moral dipakai untuk perbuatan yang sedang dinilai/dikaji, sedangkan etika dipakai untuk pengkajian sistem nilai yang ada dalam kelompok atau masyarakat tertentu. Etika berasal dari kata Yunani *ethos* yang memiliki arti adat istiadat atau kebiasaan. Perpanjangan dari adat istiadat membangun suatu aturan kuat di masyarakat, yaitu bagaimana setiap tindakan dan tindak mengikuti aturan-aturan, dan aturan-aturan tersebut ternyata telah membentuk moral masyarakat dalam menghargai adat istiadat yang berlaku. Sedangkan pengertian moral menurut Velasquez bahwa moral memang mampu mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan, sehingga etika dan moralitas berbeda. Etika perlu dipahami sebagai sebuah cabang filsafat yang berbicara mengenai nilai dan norma moral yang menentukan perilaku manusia dalam hidupnya. Etika sebagai disiplin ilmu berhubungan dengan kajian secara kritis tentang adat kebiasaan, nilai-nilai, dan norma perilaku manusia yang dianggap baik atau tidak baik. Dalam etika masih dijumpai banyak teori yang mencoba untuk menjelaskan suatu tindakan, sifat, atau objek perilaku yang sama dari sudut pandang atau perspektif yang berlainan. Terdapat beberapa teori etika yang relevan dengan bisnis dan sebagian lagi "murni" dari etika bisnis itu sendiri. Oleh karena itu, egoism kemudian dapat diartikan secara etimologis sebagai keyakinan (*isme*) yang menyatakan jika setiap tindakan manusia didasari oleh keinginan atau naluri di dalam diri mereka (*peran ego*). Pertama, egoisme psikologis, adalah suatu teori yang menjelaskan bahwa semua tindakan manusia dimotivasi oleh kepentingan berkepentingan diri (*self service*). Menurut teori ini, orang boleh saja yakin ada tindakan mereka yang bersifat luhur dan suka berkorban, namun semua tindakan yang terkesan luhur dan/atau tindakan yang suka berkorban tersebut hanyalah sebuah

ilusi. Menurut teori ini, tidak ada tindakan yang sesungguhnya bersifat altruisme, yaitu suatu tindakan yang peduli pada orang lain atau mengutamakan kepentingan orang lain dengan mengorbankan kepentingan dirinya. Tindakan berkepentingan diri ditandai dengan ciri mengabaikan atau merugikan kepentingan orang lain, sedangkan tindakan mementingkan diri sendiri tidak selalu merugikan kepentingan orang lain. Pokok-pokok pandangan egoisme etis ialah tidak mengatakan bahwa orang harus membela kepentingannya sendiri maupun kepentingan orang lain; hanya berkeyakinan bahwa satu-satunya tugas adalah kepentingan diri. Egois etis berkeyakinan bahwa satu-satunya tugas adalah membela kepentingan diri, tetapi egoisme etis juga tidak mengatakan bahwa anda harus menghindari Tindakan menolong orang lain. Inti dari paham egoisme etis adalah apabila ada tindakan yang menguntungkan orang lain, maka keuntungan bagi orang lain ini bukanlah alasan yang membuat tindakan itu benar yang membuat tindakan itu benar adalah kenyataan bahwa tindakan itu menguntungkan diri sendiri. Nietzsche menentang pandangan umum yang berlaku ketika itu, di mana moral dikaitkan dengan pengorbanan diri, suara batin, serta konsep pahala dan dosa.

Saran

Penulis menyadari betul bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan makalah ini. Maka dari itu, penulis menerima dengan lapang hati kritik dan saran dari pembaca untuk perbaikan dalam penyusunan makalah di kemudian hari. Untuk kedepannya, penulis akan lebih fokus dan detail dalam membuat makalah dengan tidak melupakan kredibilitas dari sumber materi.

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) 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. Yufantia, 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 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.

- [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.