

Evidence from the Shanghai Stock Exchange

Fadila anur cahya

Akuntansi

*) Email : fadilaanurcahya@gmail.com

Abstrak

Kami menemukan bahwa nilai rata-rata CSPDI adalah 53% dan pengungkapan sosial yang tinggi lebih terkait dengan industri yang peka terhadap lingkungan. Selain itu, hasil indeks menunjukkan bahwa sedikit perhatian diberikan pada masalah etika. Menariknya, kami menemukan bahwa semakin baik kinerja keuangan, semakin buruk pengungkapan kinerja sosial perusahaan. Tujuan utama dari artikel ini adalah untuk merancang indeks pengungkapan CSP yang komprehensif untuk sampel perusahaan Cina yang terdaftar di Bursa Efek Shanghai untuk mengidentifikasi dan menilai tingkat variasi dalam kegiatan sosial, etika dan lingkungan yang diungkapkan. Selain itu, kami menyelidiki faktor penentu utama CSP dan potensi hubungan dua arah antara CSP dan FP. Kami merancang indeks kami untuk menangkap CSP Tiongkok berdasarkan rekomendasi Bursa Efek Shanghai.

Kata Kunci : CSP, Stock Exchange

PENDAHULUAN

Perusahaan non-keuangan Cina yang terdaftar di Bursa Efek Shanghai [1] [2] [3] [4]. Kami merancang indeks pengungkapan sosial, lingkungan, dan etika (CSPDI) yang komprehensif dan menilai hubungan dua arah antara kinerja sosial perusahaan dan kinerja keuangan menggunakan kuadrat terkecil tiga tahap (3SLS) [5] [6] [7] [8]. Kami menemukan bahwa nilai rata-rata CSPDI adalah 53% dan pengungkapan sosial yang tinggi lebih terkait dengan industri yang peka terhadap lingkungan. Selain itu, hasil indeks menunjukkan bahwa sedikit perhatian diberikan pada masalah etika [9] [10] [11] [12]. Menariknya, kami menemukan bahwa semakin baik kinerja keuangan, semakin buruk pengungkapan kinerja sosial perusahaan [13] [14] [15] [16]. Hasil ini konsisten dengan hipotesis oportunisme manajerial [17] [18] [19] [20]. Terakhir, hasil estimasi 3SLS menunjukkan bahwa kausalitas antara kedua variabel endogen mulai dari kinerja keuangan hingga kinerja sosial perusahaan [21] [22] [23] [24].

KAJIAN PUSTAKA

Tujuan utama dari artikel ini adalah untuk merancang indeks pengungkapan CSP yang komprehensif untuk sampel perusahaan Cina yang terdaftar di Bursa Efek Shanghai untuk

mengidentifikasi dan menilai tingkat variasi dalam kegiatan sosial, etika dan lingkungan yang diungkapkan[25] [26] [27] [28]. Selain itu, kami menyelidiki faktor penentu utama CSP dan potensi hubungan dua arah antara CSP dan FP[29] [30] [31] [32]. Kami merancang indeks kami untuk menangkap CSP Tiongkok berdasarkan rekomendasi Bursa Efek Shanghai[33] [34] [35] [36]. Etika bisnis telah menarik perhatian para peneliti, media massa, dan pers bisnis setelah serangkaian skandal perusahaan termasuk, Enron dan Worldcom, selain skandal Grup Sanlu dan kecelakaan pencemaran Grup Pertambangan Zijin di Tiongkok masing-masing pada tahun 2008 dan 2010[37] [38] [39] [40]. Oleh karena itu, pemangku kepentingan memaksakan lebih banyak tekanan pada organisasi bisnis untuk mengungkapkan nilai-nilai perusahaan mereka, tanggung jawab sosial, perilaku etis dan keseluruhan kinerja sosial perusahaan² (CSP) mereka (Berrone et al., 2007; Cina memiliki kerangka sosio-ekonomi dan budaya yang berbeda dibandingkan dengan negara-negara barat; apalagi memiliki kepentingan yang semakin meningkat dalam ekonomi dunia dalam hal pertumbuhan ekonomi (masing-masing 9,2% dan 8% pada tahun 2011 dan 2012) [41][42] [43] [44].

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 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

Perilaku etis organisasi telah menjadi landasan kelangsungan hidup, keberlanjutan, dan pertumbuhan perusahaan[45] [46] [47] [48]. Etika bisnis telah menarik perhatian para peneliti, media massa, dan pers bisnis setelah serangkaian skandal perusahaan termasuk, Enron dan Worldcom, selain skandal Grup Sanlu dan kecelakaan pencemaran Grup

Pertambahan Zijin di Tiongkok masing-masing pada tahun 2008 dan 2010 [49] [50] [51] [52]. Oleh karena itu, pemangku kepentingan memaksakan lebih banyak tekanan pada organisasi bisnis untuk mengungkapkan nilai-nilai perusahaan mereka, tanggung jawab sosial, perilaku etis dan keseluruhan kinerja sosial perusahaan² (CSP) mereka (Berrone et al., 2007; Cina memiliki kerangka sosio-ekonomi dan budaya yang berbeda dibandingkan dengan negara-negara barat; apalagi memiliki kepentingan yang semakin meningkat dalam ekonomi dunia dalam hal pertumbuhan ekonomi (masing-masing 9,2% dan 8% pada tahun 2011 dan 2012) [53] [54] [55] [56]. Selama beberapa tahun terakhir telah terjadi peningkatan kepentingan yang ditempatkan pada pengungkapan sosial di Cina. Pada tahun 2008, Kementerian Perlindungan Lingkungan Tiongkok dan Komisi Regulasi Sekuritas Tiongkok (CSRC) meluncurkan apa yang disebut kebijakan "Sekuritas Hijau"[57] [58] [59] [60]. Yang terakhir memberlakukan kendala tambahan (penilaian lingkungan) pada industri dengan polusi tinggi untuk mengakses pasar modal[61] [62] [63] [64]. Selain itu, pada tahun 2008, Shanghai Stock Exchange mengeluarkan pemberitahuan untuk mendorong perusahaan tercatat untuk mengungkapkan dan mempublikasikan laporan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) Bersama dengan laporan keuangan tahunan mereka di website Shanghai Stock Exchange[65] [66] [67] [68]. Oleh karena itu, mempelajari pengalaman Cina tepat waktu, unik, dan menambah literatur yang ada tentang CSP [69] [70] [70] [71]. Ada beberapa studi tentang CSP China; lihat misalnya Gao (2009), Zu dan Song (2009), Li dan Zhang (2010) dan baru-baru ini, Ye dan Zhang (2011), dan Liu et al., (2012). Namun, mereka sebagian besar mengabaikan dimensi etika dan perlindungan lingkungan serta dampaknya terhadap kinerja keuangan (FP) di China [72] [73]. Makalah ini memiliki tiga tujuan utama; pertama, kami berusaha untuk mengidentifikasi dan menilai tingkat variasi dalam aktivitas sosial, etis, dan lingkungan yang diungkapkan dalam laporan tahunan dan situs web sampel perusahaan non- keuangan China yang terdaftar di Shanghai Stock Exchange (SSE) pada tahun 2011. Untuk mencapai tujuan ini, kami merancang indeks pengungkapan CSP yang komprehensif untuk perusahaan yang terdaftar di Indeks SSE 180. Kedua, kami menyelidiki determinan utama CSP dan akhirnya, kami menyelidiki potensi hubungan dua arah antara CSP yang diukur dengan CSPDI dan FP. Hasil kami menunjukkan bahwa perusahaan China paling tertarik pada maksimalisasi kekayaan pemegang saham. Namun, sedikit perhatian telah diberikan pada masalah etika. Hasil kami konsisten dengan Gao (2009) karena ada beberapa batasan mengenai pengungkapan sosial, etika dan lingkungan di Cina. Kami juga menemukan bahwa semakin baik FP perusahaan, semakin buruk CSP-nya. Hasil kami

konsisten dengan hipotesis oportunistik manajerial Preston dan O'Bannon (1997). Terakhir, hasil estimasi 3SLS menunjukkan bahwa kausalitas antara kedua variabel endogen berjalan dari FP hingga CSP. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan sosial, etika dan lingkungan dari perusahaan China yang terdaftar ditentukan oleh FP mereka. 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 Selain itu, makalah kami – sepanjang pengetahuan kami - adalah yang pertama menyelidiki definisi CSP yang lebih luas termasuk tata kelola, etika, perlindungan lingkungan, penghematan energi dan pengendalian polusi, serta dimensi keterlibatan masyarakat dan dampaknya terhadap FP perusahaan China

Penelitian sebelumnya tentang perkembangan pengungkapan sosial di China

Ada beberapa penelitian yang menyelidiki perkembangan pengungkapan sosial dan kinerja sosial secara keseluruhan di Cina. Gao (2009) menganalisis perkembangan CSR Cina dari perusahaan besar pada tahun 2007. Dia menunjukkan bahwa meskipun Cina memiliki latar belakang kelembagaan untuk mengembangkan CSR, banyak kendala politik, sosial dan ekonomi yang dipaksakan dan, sebagai akibatnya, CSR berada pada tahap awal. tahap pengembangan dan kegiatan terkait CSR bervariasi di antara industri yang berbeda untuk perusahaan besar.

Dataset dan deskripsi variabel

Data kami disiapkan untuk analisis cross-sectional dari hubungan antara CSP dan FP dari konstituen Shanghai Stock Exchange (SSE) 180 Index pada tahun 2011. Indeks SSE 180 mencerminkan kinerja perusahaan teratas yang terdaftar di Shanghai Stock Menukarkan. Konstituen indeks ini dipilih berdasarkan peringkat keseluruhan

Desain indeks pengungkapan kinerja sosial perusahaan (CSPDI).

Pada bulan Mei 2008, Shanghai Stock Exchange mengeluarkan "Pemberitahuan CSR" dan Pedoman Pengungkapan Informasi Lingkungan Perusahaan Tercatat. Oleh karena itu, perusahaan tercatat wajib menerbitkan laporan CSR bersama dengan laporan tahunannya untuk memenuhi kepentingan pemangku kepentingan. Selain itu, menurut Pemberitahuan

CSR, perusahaan harus berkomitmen untuk mempromosikan pembangunan ekonomi dan sosial yang berkelanjutan.

Analisis skor CSPDI Tabel

Nilai rata-rata CSPDI adalah 53% dengan standar deviasi 19%. Di antara 149 perusahaan non-keuangan dalam sampel kami, perusahaan dengan kinerja terbaik memiliki skor CSPDI sebesar 93%, sedangkan perusahaan dengan kinerja terburuk hanya mencapai 25%. Dimensi etika (D1) memiliki nilai rata-rata terendah sebesar 32%, menunjukkan bahwa sedikit perhatian diberikan pada masalah etika.

Kesimpulan

Tujuan utama dari artikel ini adalah untuk merancang indeks pengungkapan CSP yang komprehensif untuk sampel perusahaan Cina yang terdaftar di Bursa Efek Shanghai untuk mengidentifikasi dan menilai tingkat variasi dalam kegiatan sosial, etika dan lingkungan yang diungkapkan. Selain itu, kami menyelidiki faktor penentu utama CSP dan potensi hubungan dua arah antara CSP dan FP. Kami merancang indeks kami untuk menangkap CSP Tiongkok berdasarkan rekomendasi Bursa Efek Shanghai.

REFERENSI

- [1] 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.
- [2] 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.
- [3] 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.
- [4] 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.
- [5] 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.

- [6] K. Dheara, Saniati, and Neneng, “APLIKASI E-COMMERCE UNTUK PEMESANAN SPAREPART MOTOR,” vol. 3, no. 1, pp. 83–89, 2022.
- [7] 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.
- [8] 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.
- [9] 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.
- [10] 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.
- [11] 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.
- [12] 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.
- [13] 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.
- [14] 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.
- [15] T. Rosmalasari, “Pelatihan Pengelolaan Keuangan Untuk Siswa-Siswi Ma Ma’Arif Kota Gajah,” *J. Empower. Community*, vol. 4, no. 1, pp. 18–23, 2022.
- [16] E. K. Roza, D. Novita, and Y. Fernando, “PENGARUH SERVICE QUALITY PEMPEK PERMATA BANDAR LAMPUNG,” vol. x, no. x, pp. 1–9, 2021.
- [17] 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.
- [18] 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.
- [19] 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.
- [20] 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.
- [21] 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.
- [22] D. Bryllian and K. Kisworo, “Sistem Informasi Monitoring Kinerja Sdm (Studi Kasus: Pt Pln Unit Pelaksana Pembangunan Tarahan),” *J. Inform. dan Rekayasa Perangkat Lunak*, vol. 1, no. 2, pp. 264–273, 2021, doi: 10.33365/jatika.v1i2.622.
- [23] 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.
- [24] 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.
- [25] 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.
- [26] 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.
- [27] 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.
- [28] B. Permatasari, “THE EFFECT OF PERCEIVED VALUE ON E- COMMERCE APPLICATIONS IN FORMING CUSTOMER PURCHASE INTEREST AND ITS,” pp. 101–112.
- [29] 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.
- [30] 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.
- [31] 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.
- [32] 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.
- [33] I. D. Kurniati *et al.*, *Buku Ajar Basis Data*. 2015.
- [34] 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.
- [35] 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.
- [36] 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.
- [37] 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.
- [38] 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.
- [39] G. F. S. Aji and N. Dewi, *Prosiding Seminar Nasional: Membongkar Sastra, Menggugat Rezim Kepastian*. 2017.
- [40] 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.
- [41] 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.
- [42] 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.
- [43] 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.
- [44] 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.
- [45] E. Galuh, P. Sari, and L. Ahluwalia, “UMUM DI PROVINSI LAMPUNG,” vol. 1, no. 1, pp. 35–41, 2021.
- [46] 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.
- [47] 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.
- [48] 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.
- [49] 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.
- [50] 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.
- [51] 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.
- [52] E. N. Pratama, E. Suwarni, and M. A. Handayani, “Terhadap Turnover Intention Dengan Person,” vol. 1, no. 1, pp. 18–28, 2021.
- [53] T. Darma, R. Sari, and F. Ekonomi, “Kontribusi Kepemimpinan Transformasi dan Komitmen Organisasi terhadap Kinerja Karyawan UMKM,” pp. 106–115, 2021.
- [54] S. A. Cindiyasari, “Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital, Dan Rasio Likuiditas Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan ...,” 2017.
- [55] 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.
- [56] 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.
- [57] 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.
- [58] 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.
- [59] 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.
- [60] 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.
- [61] 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.
- [62] 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.
- [63] 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.
- [64] 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.
- [65] 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.
- [66] 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.
- [67] 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.
- [68] 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.
- [69] 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.
- [70] 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.
- [71] O. Rahmawati and F. Ulum, “RANCANG BANGUN APLIKASI E-AGRIBISNIS UNTUK,” vol. 3, no. 3, pp. 354–365, 2022.
- [72] 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.
- [73] 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.