

ANALISA ETIKA DAN BUDAYA PERUSAHAAN

Baita¹, Annisa Maharani¹, Yanti Puspita Sari¹
¹Akuntansi
yantipuspitasari596@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif. Dalam konteks penelitian ini fenomena khusus yang hendak diteliti adalah fenomena sosial yang berhubungan dengan perilaku dan interaksi sosial masyarakat pada kasus yang terjadi di suatu daerah. Sumber data penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen foto dan data statistic. Budaya organisasi dapat berpengaruh terhadap prestasi kerja pegawai dan akan membuat citra baik untuk perusahaan. Adapun faktor lain yang juga dapat berpengaruh terhadap perusahaan yaitu etika kerja yang lebih berkomitmen pada organisasinya dan selanjutnya lebih besar kemungkinannya untuk melakukan perubahan dimana perusahaan tidak memiliki potensi untuk mengubah nilai-nilai dasar dan tujuan organisasi dan dianggap bermanfaat bagi organisasi, dibandingkan dengan pegawai yang tidak berkomitmen terhadap organisasi mereka yang selanjutnya lebih kecil kemungkinannya untuk melakukan perubahan.

Kata Kunci: Etika, Budaya Perusahaan, Prestasi Kerja

PENDAHULUAN

Organisasi atau perusahaan dibentuk untuk mencapai suatu tujuan tertentu (Ameraldo & Ghazali, 2021). Oleh karena itu, keberhasilan suatu organisasi di tunjukkan oleh kinerja sumber daya manusia dan budaya organisasi yang baik dalam organisasi tersebut (Ameraldo et al., 2019). Budaya organisasi adalah suatu pola asumsi dasar yang diciptakan, ditemukan dan dikembangkan oleh kelompok tertentu sebagai pembelajaran untuk mengatasi masalah adaptasi eksternal dan integrasi internal yang resmi dan terlaksana dengan baik dan oleh karena itu diajarkan kepada anggota- anggota baru sebagai cara yang tepat untuk memahami, memikirkan dan merasakan terkait dengan masalah-masalah tersebut (Suwarni et al., 2021).

Budaya organisasi atau perusahaan merupakan ideologi, nilai-nilai, anggapan atau norma-norma yang dimiliki secara bersama serta mengikat dalam suatu organisasi atau perusahaan tertentu (Rosmalasari et al., 2020). Budaya organisasi atau perusahaan dikatakan penting, karena merupakan kebiasaan-kebiasaan yang terjadi dalam hirarki organisasi yang mewakili norma-norma perilaku yang diikuti oleh para anggota organisasi (Sari & Sukmasari, 2018). Budaya produktif adalah budaya yang dapat menjadikan organisasi kuat dan tujuan perusahaan dapat terakomodasi (Sari, 2014). Budaya organisasi dapat berpengaruh terhadap prestasi kerja pegawai dan akan membuat citra baik untuk perusahaan (Rosmalasari, 2017). Adapun faktor lain yang juga dapat berpengaruh terhadap perusahaan yaitu etika kerja yang lebih berkomitmen pada organisasinya dan selanjutnya lebih besar kemungkinannya untuk melakukan perubahan dimana perusahaan tidak memiliki potensi untuk mengubah nilai-nilai dasar dan tujuan organisasi dan dianggap bermanfaat bagi organisasi, dibandingkan dengan pegawai yang tidak berkomitmen terhadap organisasi mereka yang selanjutnya lebih kecil kemungkinannya untuk melakukan perubahan (Agustina et al., 2020).

KAJIAN PUSTAKA

Etika Perusahaan

Etika didefinisikan sebagai “*the discipline which can act as the performance index or reference for our control system*” (Ahmad et al., 2019). Dengan demikian, etika akan memberikan semacam batasan maupun standar yang akan mengatur pergaulan manusia didalam kelompok sosialnya (Febrian & Fadly, 2021b). Sedangkan dalam sistematika filsafat: etika adalah teori tentang tingkah laku perbuatan manusia dipandang dari segi baik dan buruk, sejauh yang dapat ditentukan oleh akal (Febrian & Fadly, 2021a). Etika didefinisikan sebagai "*the discipline which can act as the performance index or reference for our control system*" (Fadly & Wantoro, 2019). Etika adalah refleksi dari apa yang disebut dengan *self control*", karena segala sesuatunya dibuat dan diterapkan dari dan untuk kepentingan kelompok social (profesi) itu sendiri etika adalah cabang filsafat yang berbicara mengenai nilai dan norma moral yang menentukan prilaku manusia dalam hidupnya (Fadly et al., 2020).

Etika bisnis dapat diartikan sebagai peraturan tidak tertulis sebagai landasan norma dan perilaku yang harus dipatuhi oleh seluruh lapisan dalam perusahaan (Anggarini et al., 2021). Dengan menjalankan etika bisnis yang baik, sebuah perusahaan bisa mendapat nilai dan kepercayaan lebih dari masyarakat, negara, dan bahkan kompetitornya (Novita et al., 2020). Tujuan akhir dari etika bisnis tentu melibatkan keberlangsungan perusahaan. Dalam jangka pendek, perusahaan dengan etika yang baik akan mendapatkan nilai dan pandangan positif sehingga lebih dianggap tepercaya (Novita & Husna, 2020a).

Selain itu, berbisnis dengan menggunakan etika akan menciptakan hubungan yang baik antara perusahaan dan karyawan, perusahaan dan konsumen, serta perusahaan dengan perusahaan lain (Novita & Husna, 2020b). Hal ini memberikan kredibilitas yang baik bagi perusahaan. Jika etika diterapkan secara internal di seluruh lapisan perusahaan, karyawan dan pimpinan akan memiliki relasi yang baik, lalu suasana bekerja akan semakin kondusif dan suportif (Herison et al., 2019). Ini menjauhkan perusahaan dari praktik curang di dalam lingkungannya sendiri (Putri & Ghazali, 2021).

Budaya Perusahaan

Kata budaya itu sendiri adalah sebagai suatu perkembangan dari bahasa sansekerta ‘budhayah’ yaitu bentuk jamak dari buddhi atau akal, dan kata majemuk budi-daya, yang berarti daya dari budi (Handayani, 2014). budaya adalah daya dari budi yang berupa cipta, karsa dan rasa. Sedangkan kebudayaan merupakan pengembangan dari budaya yaitu hasil dari cipta, karsa dan rasa tersebut (*Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang Dengan Pendekatan Business Model Canvas*, 2020). Pengertian kebudayaan banyak dikemukakan oleh para ahli seperti yaitu; kebudayaan adalah keseluruhan manusia dari kelakuan dan hasil kelakuan yang teratur oleh tatakelakuan yang harus didapatnya dengan belajar dan semuanya tersusun dalam kehidupan masyarakat (Sedyastuti et al., 2021). Budaya kerja adalah kebiasaan yang dilakukan berulang-ulang oleh pegawai dalam suatu organisasi, pelanggaran terhadap kebiasaan ini memang tidak ada sanksi tegas, namun dari pelaku organisasi secara moral telah menyepakati bahwa kebiasaan tersebut merupakan kebiasaan yang harus ditaati dalam rangka pelaksanaan pekerjaan untuk mencapai tujuan (Suwarni & Handayani, 2021). Budaya Kerja adalah suatu falsafah yang didasari oleh pandangan hidup sebagai nilai-nilai yang menjadi sifat,

kebiasaan, dan kekuatan pendorong, membudaya dalam kehidupan suatu kelompok masyarakat atau organisasi yang tercermin dari sikap menjadi perilaku, kepercayaan, cita-cita, pendapat dan tindakan yang terwujud sebagai kerja atau bekerja (Febria Lina & Setiyanto, 2021). Untuk memperbaiki budaya kerja yang baik membutuhkan waktu bertahun-tahun untuk merubahnya (Nani, 2019). adanya pembenahan-pembenahan yang dimulai dari sikap dan tingkah laku pemimpinnya kemudian diikuti para bawahannya, terbentuknya budaya kerja diawali tingkat kesadaran pemimpin atau pejabat yang ditunjuk dimana besarnya hubungan antara pemimpin dengan bawahannya (Nani & Safitri, 2021). sehingga akan menentukan suatu cara tersendiri apa yang dijalankan dalam perangkat satuan kerja atau organisasi (Nani & Ali, 2020). Cakupan makna setiap nilai budaya kerja tersebut antara lain (Darmajaya & Nani, 2020):

1. Disiplin perilaku yang senantiasa berpijak pada peraturan dan norma yang berlaku di dalam maupun di luar perusahaan. Disiplin meliputi ketataan terhadap peraturan perundang-undangan, prosedur, berlalu lintas, waktu kerja, berinteraksi dengan mitra dan sebagainya.
2. Keterbukaan kesiapan untuk memberi dan menerima informasi yang benar dari kepada sesama mitra kerja untuk kepentingan perusahaan.
3. Saling menghargai perilaku yang menunjukkan penghargaan terhadap individu, tugas dan tanggungjawab orang lain sesama mitra kerja.
4. Kerjasama kesrdiaan untuk memberi dan menerima kontribusi dari dan atau kepada mitra kerja dalam mencapai sasaran dan target perusahaan.

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif (Safitri & Nani, 2021). Dalam konteks penelitian ini fenomena khusus yang hendak diteliti adalah fenomena sosial yang berhubungan dengan perilaku dan interaksi sosial masyarakat pada kasus yang terjadi di suatu daerah (Dhiona Ayu Nani, 2021). Studi kasus merupakan suatu eksaminasi mendetail terhadap suatu latar atau satu subjek tunggal, penyimpangan dokumen atau satu peristiwa khusus (Lina & Nani, 2020). Pada penelitian ini menggunakan sumber data yang dapat menjadi sumber informasi dan dapat memberikan data yang relevan dan sesuai dengan fokus penelitian (Khamisah et al., 2020). Sumber data penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen foto dan data statistik (Damayanti et al., 2020). Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dilaksanakan sampai pada tingkat kejenuhan (saturated) informasi awal, mereka yang menguasai data-data yang akan dipilih, calon ini akan berkembang kecalon-calon informan berikutnya (Defia Riski Anggarini, 2020). Tahap-tahap pengumpulan data dilakukan proses sebagai berikut (ANGGARINI & PERMATASARI, 2020):

1. Proses memasuki lokasi penelitian (*Getting in*)
2. Ketika berada dilokasi penelitian (*Getting Along*)
3. Pengumpulan Data (*Logging the data*)

Pengumpulan data dilakukan dengan beberapa cara meliputi (LIA FEBRIA LINA, 2019):

1. Wawancara/interview yang mendalam (*in-dept interview*).
2. Observasi adalah kegiatan yang dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap obyek penelitian guna memperoleh data aktual dan sumber data.
3. Dokumentasi adalah sumber sumber informasi non manusia, seperti dokumen dan rekaman/catatan (*records*) dalam penelitian kualitatif seringkali diabaikan sebab dianggap tidak dapat disejajarkan keakuratannya dan kerinciannya dengan hasil

wawancara dan observasi yang ditangani langsung oleh peneliti sebagai tangan pertama.

Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis Domain dan analisis Taksonomi (Permatasari & Anggarini, 2020). Analisis Domain adalah suatu kategori pengertian budaya yang memasukkan kategori-kategori yang lebih kecil lainnya (Permatasari, 2019). Domain-domain ini dibentuk oleh tiga unsur yaitu (Lina & Permatasari, 2020):

1. *cover term* (istilah atau perilaku terselubung),
2. *included term* (istilah/bagian perilaku),
3. *semantic relationship* yang merupakan penghubung antara cover term dan included term.

Untuk melaksanakan analisis domain dilakukan dengan langkah berikut (Permatasari, n.d.):

1. Pilih salah satu hubungan semantik.
2. Menyiapkan lembar analisis domain pertama
3. Memilih satu sampel catatan lapangan, dan catatan lapangan yang dibuat terakhir, Mulailah dengan satu catatan lapangan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Etika seseorang dan etika bisnis adalah satu kesatuan yang terintegrasi sehingga tidak dapat dipisahkan satu dengan yang lainnya, keduanya saling melengkapi dalam mempengaruhi perilaku antar individu maupun kelompok, yang kemudian menjadi perilaku organisasi yang akan berpengaruh terhadap budaya perusahaan. Jika etika menjadi nilai dan keyakinan yang terinternalisasi dalam budaya perusahaan, maka akan berpotensi menjadi dasar kekuatan perusahaan dan akhirnya akan berpotensi menjadi stimulus dalam peningkatan kinerja karyawan. Terdapat pengaruh yang signifikan antara etika seseorang dari tingkatan manajer terhadap tingkah laku etis dalam pengambilan keputusan. Kemampuan seorang profesional untuk dapat mengerti dan peka terhadap adanya masalah etika dalam profesinya sangat dipengaruhi oleh lingkungan, sosial budaya, dan masyarakat di mana dia berada. Budaya perusahaan memberikan sumbangan yang sangat berarti terhadap perilaku etis. Perusahaan akan menjadi lebih baik jika mereka membudayakan etika dalam lingkungan perusahaannya. Budaya perusahaan memberikan sumbangan yang sangat berarti terhadap perilaku etis. Perusahaan akan menjadi lebih baik jika membudayakan etika dalam lingkungan perusahaannya.

Faktor-faktor adalah :

1. Faktor kepercayaan dari atasan. Faktor ini sangat berpengaruh, karena faktor inilah semua karyawan dapat bebas memberikan kreatifitas yang ada dalam dirinya untuk bekerja semaksimal mungkin dan menghasilkan cara kerja yang baik.
2. Faktor kerjasama antar karyawan lama dan karyawan baru. Faktor ini membuat semua karyawan merasa nyaman. Biasanya karyawan lama itu bertindak semenah-mena terhadap karyawan baru dan saling menjatuhkan.
3. Faktor saling jujur dan menaati peraturan. Dengan adanya sifat karyawan yang saling jujur dan menaati peraturan, maka pekerjaan yang dilakukan berjalan dengan lancar dan disiplin hal ini membuat pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan itu menghasilkan budaya yang positif.

Adapun saran yang dapat diberikan adalah :

1. Tetap jaga hubungan yang baik antar karyawan perusahaan dalam memberikan pelayanan jasa, dan saling membantu kesulitan antar karyawan sehingga tetap terbina hubungan yang harmonis antara pimpinan dengan bawahan.
2. Lokasi saat ini menarik, bersih dan strategis, akan lebih menarik pelanggan ditambahkan dengan budaya iringan musik. Juga perlu ditambahkan petunjuk jalan menuju lokasi/ tempat perusahaan dari arah manapun, untuk memudahkan pelanggan dalam mencari lokasi.

SIMPULAN

Kesimpulan penelitian yang teridentifikasi dan tersusun. Dimana tujuan dari penelitian ini adalah mencari jawaban dari rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui implementasi budaya perusahaan.
2. Untuk mengetahui etika perusahaan.
3. Untuk mengetahui hasil budaya perusahaan dan etika perusahaan yang ideal.

Dari hasil penelitian telah menjawab masalah penelitian tersebut yang signifikan menghasilkan proses dasar yang meningkatkan kinerja karyawan tentang budaya perusahaan dan etika perusahaan. Berdasarkan wawancara. Dalam budaya perusahaan yaitu : mampu memahami kondisi budaya perusahaan, sehingga banyak faktor pendukung yang membuat budaya itu bertahan lama.

REFERENSI

- Agustina, Y., Sukmasari, D., & Sari, T. D. R. (2020). Impact of risk, commitment, and bonus on completion of difficult targets: Carbon emissions case. In *The Future Opportunities and Challenges of Business in Digital Era 4.0* (pp. 222–226). Routledge.
- Ahmad, I., Prasetyawan, P., & Sari, T. D. R. (2019). Penerapan Algoritma Rekomendasi Pada Aplikasi Rumah Madu Untuk Perhitungan Akuntansi Sederhana Dan Marketing Digital. *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya, 1*, 38–45.
- Ameraldo, F., & Ghazali, N. A. M. (2021). Factors Influencing the Extent and Quality of Corporate Social Responsibility Disclosure in Indonesian Shari'ah Compliant Companies. *International Journal of Business and Society, 22*(2), 960–984.
- Ameraldo, F., Saiful, S., & Husaini, H. (2019). Islamic Banking Strategies In Rural Area: Developing Halal Tourism and Enhancing The Local Welfare. *Ikonomika, 4*(1), 109–136.
- ANGGARINI, D. R., & PERMATASARI, B. (2020). *PENGARUH NILAI TUKAR DOLAR*.
ANGGARINI, D. R., & PERMATASARI, B. (2020). *PENGARUH NILAI TUKAR DOLAR DAN INFLASI TERHADAP PEREKONOMIAN INDONESIA. 1*(2).
DAN INFLASI TERHADAP PEREKONOMIAN INDONESIA. 1(2).
- Anggarini, D. R., Putri, A. D., & Lina, L. F. (2021). *Literasi Keuangan untuk Generasi Z di MAN 1 Pesawaran. 1*(1), 147–152.
- Damayanti, D., Sulistiani, H., Permatasari, B., Umpu, E. F. G. S., & Widodo, T. (2020). Penerapan Teknologi Tabungan Untuk Siswa Di Sd Ar Raudah Bandar Lampung. *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya, 1*, 25–30.

- Darmajaya, J. B., & Nani, D. A. (2020). Efektivitas Penerapan Sistem Insentif Bagi Manajer Dan Karyawan. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 6(1), 44–54.
- Defia Riski Anggarini, B. P. (2020). *Impluse Buying Ditentukan Oleh Promosi Buy 1 Get 1 Pada Pelanggan Kedai Kopi Ketje Bandar*. 06(02), 27–37.
- Dhiona Ayu Nani, V. A. D. S. (2021). *HOW DOES ECO-EFFICIENCY IMPROVE FIRM FINANCIAL PERFORMANCE? AN EMPIRICAL EVIDENCE FROM INDONESIAN SOEs*. 4(1), 6.
- Fadly, M., Muryana, D. R., & Priandika, A. T. (2020). SISTEM MONITORING PENJUALAN BAHAN BANGUNAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN KEY PERFORMANCE INDICATOR. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 1(1), 15–20.
- Fadly, M., & Wantoro, A. (2019). Model Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan Dengan Kombinasi Pengelolaan Digital Asset Untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan. *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya*, 1, 46–55.
- Febria Lina, L., & Setiyanto, A. (2021). Privacy Concerns in Personalized Advertising Effectiveness on Social Media. *SIJDEB*, 5(2), 147–156. <https://doi.org/10.29259/sijdeb.v5i2.147-156>
- Febrian, A., & Fadly, M. (2021a). Brand Trust As Celebrity Endorser Marketing Moderator'S Role. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 19(1), 207–216. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2021.019.01.19>
- Febrian, A., & Fadly, M. (2021b). The Impact of Customer Satisfaction with EWOM and Brand Equity on E-Commerce Purchase IntentioFebrian, A., & Fadly, M. (2021). The Impact of Customer Satisfaction with EWOM and Brand Equity on E-Commerce Purchase Intention in Indonesia Moderated by Cultur. *Binus Business Review*, 12(1), 41–51. <https://doi.org/10.21512/bbr.v12i1.6419>
- Handayani, M. A. (2014). INOVASI PRODUK SEBAGAI ALTERNATIF KONVERSI AKAD PEMBIAYAAN MURABAHAH DENGAN SISTEM MUSYARAKAH (Studi Kasus Pada Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang). *Fordema*, 11(2), 35–47.
- Herison, A., Romdania, Y., Akbar, D., & Pramanda, D. (2019). PERAN AESTHETIC EXPERENTIAL QUALITIES DAN PERCEIVED VALUE UNTUK KEPUASAN DAN LOYALITAS PENGUNJUNG WISATA BAHARI DI PROVINSI LAMPUNG. *Pariwisata Pesona*, 04(1), 1–10.
- Khamisah, N., Nani, D. A., & Ashsifa, I. (2020). Pengaruh Non Performing Loan (NPL), BOPO dan Ukuran Perusahaan Terhadap Return On Assets (ROA) Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek : *International Journal of ...*, 3(2), 18–23. <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/technobiz/article/view/836>
- LIA FEBRIA LINA, B. P. (2019). *KREDIBILITAS SELEBRITI MIKRO PADLIA FEBRIA LINA, B. P. (2019). KREDIBILITAS SELEBRITI MIKRO PADA NIAT BELI PRODUK DI MEDIA SOSIAL. 1(2), 41–50.A NIAT BELI PRODUK DI MEDIA SOSIAL. 1(2), 41–50.*
- Lina, L. F., & Nani, D. A. (2020). Kekhawatiran Privasi Pada Kesuksesan Adopsi FLina, L. F., & Nani, D. A. (2020). Kekhawatiran Privasi Pada KesukLina, L. F., & Nani, D. A. (2020). Kekhawatiran Privasi Pada Kesuksesan Adopsi FLina, L. F., & Nani, D. A.

- (2020). Kekhawatiran Privasi Pada Kes. *Performance*, 27(1), 60–69.
- Lina, L. F., & Permatasari, B. (2020). Social Media Capabilities dalam Adopsi MediLina, L. F., & Permatasari, B. (2020). Social Media Capabilities dalam Adopsi Media Sosial Guna Meningkatkan Kinerja UMKM. *Jembatan. Jembatan : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2), 227–238. <https://doi.org/10.29259/jmbt.v17i2.12455>
- Nani, D. A. (2019). Islamic Social Reporting: the Difference of Perception Between User and Preparer of Islamic Banking in Indonesia. *TECHNOBIZ : International Journal of Business*, 2(1), 25. <https://doi.org/10.33365/tb.v2i1.280>
- Nani, D. A., & Ali, S. (2020). Determinants of Effective E-Procurement System: Empirical Evidence from Indonesian Local GovernmeNani, D. A., & Ali, S. (2020). Determinants of Effective E-Procurement System: Empirical Evidence from Indonesian Local Governments. *Jurnal Dinamika Akuntansi. Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 7(1), 33–50. <https://doi.org/10.24815/jdab.v7i1.15671>
- Nani, D. A., & Safitri, V. A. D. (2021). Exploring the relationship between formal management control systems, organisational performance and innovation: The role of leadership characteristics. *Asian Journal of Business and Accounting*, 14(1), 207–224. <https://doi.org/10.22452/ajba.vol14no1.8>
- Novita, D., & Husna, N. (2020a). Peran ecolabel awareness dan green perceived quality pada purchase intention. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 20(1), 85–90.
- Novita, D., & Husna, N. (2020b). The influence factors of consumer behavioral intention towards online food delNovita, D., & Husna, N. (2020). The influence factors of consumer behavioral intention towards online food delivery services. *Jurnal Technobiz*, 3(2), 40–42. <https://doi.org/10.22452/ajba.vol14no1.8>
- Novita, D., Husna, N., Azwari, A., Gunawan, A., & Trianti, D. (2020). *Behavioral Intention Toward Online Food delivery (The Study Of Consumer Behavior During Pandemic Covid-19)*. 17(1), 52–59.
- Permatasari, B. (n.d.). *THE EFFECT OF PERCEIVED VALUE ON E- COMMERCE APPLICATIONS IN FORMING CUSTOMER PURCHASE INTEREST AND ITS*. 101–112.
- Permatasari, B. (2019). Penerapan Teknologi Tabungan Untuk Siswa Di Sd Ar Raudah Bandar Lampung. *TECHNOBIZ : International Journal of Business*, 2(2), 76. <https://doi.org/10.33365/tb.v3i2.446>
- Permatasari, B., & Anggarini, D. R. (2020). Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Oleh Strategi Sebagai Variabel Intervening Pada WaruPermatasari, B., & Anggarini, D. R. (2020). Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Oleh Strategi Sebagai Variabel Intervening Pada Warunk Upnormal Bandar Lampung. *Jurnal Manajerial*, . *Jurnal Manajerial*, 19(2), 99–111.
- Putri, A. D., & Ghazali, A. (2021). *ANALYSIS OF COMPANY CAPABILITY USING 7S MCKINSEY FRAMEWORK TO SUPPORT CORPORATE SUCCESSION (CASE STUDY : PT X INDONESIA)*. 11(1), 45–53. <https://doi.org/10.22219/mb.v11i1>.
- Rosmalasari, T. D. (2017). Analisa Kinerja Keuangan Perusahaan Agroindustri Go Publik Sebelum dan Pada Masa Krisis. *Jurnal Ilmiah GEMA EKONOMI*, 3(2 Agustus), 393–400.
- Rosmalasari, T. D., Lestari, M. A., Dewantoro, F., & Russel, E. (2020). Pengembangan E-

- Marketing Sebagai Sistem Informasi Layanan Pelanggan Pada Mega Florist Bandar Lampung. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 1(1), 27–32.
- Safitri, V. A. D., & Nani, D. A. (2021). Does Good Corporate Governance and Eco-Efficiency Really Contribute To Firm Value? an Empirical Study in Indonesian State-Owned Enterprises (Soes). *Akuntabilitas*, 15(1), 73–88. <https://doi.org/10.29259/ja.v15i1.12526>
- Sari, T. D. R. (2014). *PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, KONTROL PERILAKU PERSEPSIAN TERHADAP PERILAKU KEPATUHAN PAJAK WP BADAN*. Universitas Lampung.
- Sari, T. D. R., & Sukmasari, D. (2018). Does Organizational Learning and Innovation Influence Performance? *Journal of Behavioural Economics, Finance, Entrepreneurship, Accounting and Transport*, 6(1), 22–25.
- Sedyastuti, K., Suwarni, E., Rahadi, D. R., & Handayani, M. A. (2021). Human Resources Competency at Micro, Small and Medium Enterprises in Palembang Songket Industry. *Proceedings of the 2nd Annual Conference on Social Science and Humanities (ANCOSH 2020)*, 542(Ancosh 2020), 248–251. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210413.057>
- Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang Dengan Pendekatan Business Model Canvas, 19 *Journal Management, Business, and Accounting* 320 (2020).
- Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2021). Development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) to Strengthen Indonesia's Economic Post COVID-19. *Business Management and Strategy*, 12(2), 19. <https://doi.org/10.5296/bms.v12i2.18794>
- Suwarni, E., Rosmalasar, T. D., Fitri, A., & Rossi, F. (2021). Sosialisasi Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Minat dan Motivasi Siswa Mathla'ul Anwar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(4), 157–163. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.28>