

Faktor Manajerial, Faktor Teknologi, Faktor Politik dan Sosial Kultural Etika Bisnis

Widyantari Dwipa
Akuntansi
widyantaridwipa@gmail.com

Abstrak

Etika menjadi titik sentral dalam setiap kegiatan bisnis yang berskala global karena bisnis tidak cukup dijalankan berdasarkan transaksi yang diikat oleh kontrak-kontrak formal dan legal saja, tetapi juga perlu dilandasi oleh rasa saling percaya di antara pihak-pihak yang terlibat di dalam proses transaksi tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi etika manajerial yaitu leadership, strategi dan permorfasi, karakter individu dan budaya perusahaan. Dalam perkembangan teknologi informasi, kita sebagai manusi diberi akal dan hati nurani oleh karena itu kita harus dapat memilih mana yang baik dan buruk. Dengan didasarkan kepada inilah kita bisa terhindar dari dampak negative perkembangan teknologi dan informasi. Risiko politik umumnya berkaitan erat dengan pemerintahan serta situasi politik dan keamanan di suatu negara. Setiap tindakan dalam organisasi bisnis adalah politik, kecuali organisasi charity atau sosial.

Kata kunci: Faktor Manajerial, Faktor Teknologi, Faktor Politik dan sosial kultural

PENDAHULUAN

Etika menjadi titik sentral dalam setiap kegiatan bisnis yang berskala global karena bisnis tidak cukup dijalankan berdasarkan transaksi yang diikat oleh kontrak-kontrak formal dan legal saja, tetapi juga perlu dilandasi oleh rasa saling percaya di antara pihak-pihak yang terlibat di dalam proses transaksi tersebut (Putri & Ghazali, 2021). Dengan demikian, tanpa etika tidak akan ada rasa saling percaya (Putri, 2021). Tanpa rasa saling percaya, ongkos transaksi menjadi mahal dan waktu transaksi menjadi berkepanjangan sehingga risiko usaha akan naik dengan drastis (Lina & Permatasari, 2020). Perilaku tidak etis merupakan penyebab utama dari ekonomi biaya tinggi. Oleh karena itu, tidak berlebihan jika dikatakan bahwa pertimbangan etika adalah sama dengan pertimbangan ekonomi (Anggarini, Putri, et al., 2021). Dengan berkembangnya kegiatan bisnis di masyarakat dan diiringi dengan globalisasi ekonomi, maka etika bisnis merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam kegiatan bisnis itu sendiri. Pelaku bisnis yang ingin eksis dan mampu bersaing di era globalisasi harus mematuhi etika maupun norma serta aturan dan hukum yang berlaku (Permatasari, 2019).

Masalah etika dan kepatuhan terhadap hukum merupakan salah satu fondasi yang harus diciptakan dan dimiliki oleh setiap pelaku bisnis, karena pelaksanaan bisnis yang beretika akan memberikan manfaat bagi perusahaan dan masyarakat (ANGGARINI & PERMATASARI, 2020). Begitu sangat pentingnya etika dalam dunia bisnis, maka masalah etika akan berpengaruh besar dengan kegiatan bisnisnya dengan pihak-pihak pemangku kepentingan (LIA FEBRIA LINA, 2019). Oleh sebab itu, sehebat-hebatnya prestasi dan produktivitas, bila tidak dibarengi dengan sikap dan etika yang relevan, dampak negatifnya akan dituai di kemudian hari (Permatasari & Anggarini, 2020). Orang yang tidak menjaga sikap dan etikanya di lingkungan organisasi sudah pasti adalah orang yang tidak peka, terutama dalam mempersepsi lingkungan sosialnya (Maryana & Permatasari, 2021). Interkoneksi pelaku bisnis dengan lingkungan terjadi melalui mekanisme hubungan dan keterpengaruhannya antara sistem pengelolaan kepentingan

publik (*public governance system*) dan sistem pengelolaan kepentingan bisnis beserta segala eksisnya pada sistem kendali manajemen (*management control system*) dan standart operating procedures yang berimplikasi pada perilaku manusia (Permatasari, n.d.). Fakta menunjukkan berbagai praktek bisnis yang dilakukan di Indonesia khususnya dan Negar sedang berkembangserin mengedepankan sisi pragmatisme sehingga cenderung tidak memperhatikan upaya investasi nilai-nilai etikadi masyarakat karena mesin rente ekonomi yang mengambil peran lebih dominan (Ahluwalia et al., 2021). Akibat yang ditimbulkan sering mengarah pada kecenderungan degradasi moral karena kemerosotan etika dan nilai-nilai professional di berbagai sendi kehidupan (Defia Riski Anggarini, 2020). Tanpa disadari, kasus pelanggaran etika bisnis merupakan hal yang biasa dan wajar pada masakini (Riski, 2018). Secara tidak sadar, kita sebenarnya menyaksikan banyak pelanggaran etika bisnis dalam kegiatan berbisnis di Indonesia (Febrian & Fadly, 2021). Banyak hal yang berhubungan dengan pelanggaran etika bisnis yang sering dilakukan oleh para pebisnis yang tidak bertanggung jawab di Indonesia (Anggarini, Nani, et al., 2021). Berbagai hal tersebut merupakan bentuk dari persaingan yang tidak sehat oleh para pebisnis yang ingin menguasai pasar (Ameraldo & Ghazali, 2021).

KAJIAN PUSTAKA

Lingkungan Bisnis

Lingkungan (*environment*) dapat diartikan keseluruhan unsur-unsur yang dapat saling berhubungan dan saling mempengaruhi terhadap suatu keadaan dan kegiatan tertentu. Lingkungan terdiri dari unsur fisik dan non fisik (Rahmawati & Nani, 2021). Di dalam dunia bisnis, unsur fisik misalnya teknologi, kondisi alam dan pemasok sedangkan unsur non fisik dapat berupa adat istiadat masyarakat, kondisi ekonomi dan norma (Nani & Lina, 2022). Dari definisi diatas dapat kita tarik kesimpulan bahwa pengertian Lingkungan Bisnis adalah faktor-faktor yang dapat mempengaruhi secara langsung maupun tidak langsung terhadap manajemen organisasi atau aktifitas usaha (Khamisah et al., 2020). Berdasarkan tingkat pengaruh pada perusahaan maka lingkungan bisnis dapat dibedakan menjadi 2, yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal (Fitranita & Wijayanti, 2020) (Fadly et al., 2020).

Lingkungan Internal

Lingkungan internal adalah sumber daya manusia dan fisik yang meliputi faktor-faktor yang ada di dalam organisasi serta mempengaruhi kinerja bisnis secara langsung terhadap manajemen organisasi (Octavia et al., 2020). Pengaruh dari lingkungan internal terhadap organisasi secara singkat yaitu : **Visi dan Misi**, Visi dapat diartikan sebagai gambaran kondisi atau potret dimasa depan yang akan dituju oleh sebuah organisasi (Setiawan et al., 2021). Sedangkan misi adalah pernyataan mengenai maksud dan filosofi organisasi atau alasan mengapa sebuah organisasi eksis (Nani, 2020). **Budaya Perusahaan**, Budaya adalah sistem dari kebersamaan nilai, kepercayaan, dan kebiasaan di dalam sebuah organisasi yang berinteraksi dengan struktur formal yang menghasilkan norma perilaku dalam organisasi (Ameraldo et al., 2019). Ia merupakan iklim sosial dan psikologis dari sebuah perusahaan, dan wujudnya bisa merupakan budaya yang tertutup atau terbuka (MENANI et al., 2021). **Kebijakan Organisasi**, Kebijakan menetapkan batasan sebagai batasan sebagai arahan dalam membuat keputusan (Novita et al., 2020). Kebijakan yang dibuat oleh manajer tingkat bawah harus selaras dengan kebijakan dari manajer yang lebih tinggi. Kebijakan seringkali dimaksudkan untuk menjamin konsistensi dalam praktik misalnya mengenai kapan dan bagaimana kinerja dinilai (Novita & Husna, 2020b).

Karyawan, Karyawan berbeda-beda satu sama lain dalam berbagai hal seperti kecakapan, sikap, tujuan pribadi, dan kepribadian (Novita & Husna, 2020c). Akibatnya, perilaku seorang manajer yang efektif dengan seorang karyawan mungkin tidak efektif dengan karyawan lain. Agar bisa efektif, manajer harus mempertimbangkan Perbedaan, baik individual maupun kelompok (Novita & Husna, 2020a). **Organisasi Informal** Anggota organisasi akan menjumpai dua jenis organisasi di dalam perusahaan, yaitu formal dan tidak formal (informal) (Suwarni & Handayani, 2021). Organisasi formal ditunjukkan oleh bagan struktur organisasi dan uraian jabatan. Organisasi informal adalah hubungan yang berkembang dan pola interaksi manusia di dalam organisasi yang tidak ditetapkan secara resmi (F. Fauzi et al., 2020). **Hubungan antar Divisi dan Organisasi Informasi** Manajer harus memahami benar hubungan antar divisi atau departemen yang ada dan harus memanfaatkan hubungan tersebut secara maksimal (F. Fauzi et al., 2021). Jika pekerjaan sebuah divisi tergantung pada divisi lain dalam arus kerja (*Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang Dengan Pendekatan Business Model Canvas*, 2020), maka manajer harus memahami bahwa kerjasama dengan divisi-divisi lain sangat dibutuhkan jika pekerjaan harus diselesaikan secara efisien atau produktivitas divisi ingin ditingkatkan (Sedyastuti et al., 2021). **Pemegang Saham (Stakeholders)** Dalam suatu perusahaan harus ada pemegang saham atau stakeholders yang memegang dana awal perusahaan. **Modal dan Peralatan Fisik (Dana, Mesin, Gedung)** Manajer harus mempersiapkan modal atau dana untuk menjalankan suatu bisnis (Pratama et al., 2022). Modal ini dapat berupa dana, mesin atau gedung tempat pelaksanaan bisnis. Hal ini dilakukan agar kegiatan bisnis dapat dilakukan secara terperinci, jelas, dan sesuai zaman (Suwarni et al., 2021).

Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal adalah institusi atau kekuatan luar yang potensial terdiri atas faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja organisasi dari luar batas organisasi (Larasati Ahluwalia, 2020). Lingkungan bisnis eksternal memiliki cakupan yang lebih luas dibandingkan dengan lingkungan internal (Ahluwalia, 2020). Lingkungan eksternal dari sebuah organisasi pada umumnya dibedakan menjadi 2, yakni : **Lingkungan Khusus**, Lingkungan khusus adalah bagian dari lingkungan yang secara langsung relevan terhadap pencapaian tujuan organisasi. Lingkungan khusus, meliputi orang-orang yang mempunyai kepentingan dalam organisasi (stakeholder) (Azwari, A, 2021). Didalam lingkungan khusus (Mikro) perusahaan dapat melakukan aksi-reaksi terhadap faktor-faktor penentu Opportunity (peluang pasar) dan juga Threat (ancaman dari luar) (S. Fauzi & Lina, 2020). Elemen-elemen penting dalam lingkungan khusus dari sebuah organisasi meliputi konsumen, pemasok, pesaing, kreditor, pelanggan, pembuat peraturan, dan serikat pekerja (Febria Lina & Setiyanto, 2021). **Lingkungan Umum**, Lingkungan umum meliputi berbagai faktor dari kondisi-kondisi latar belakang dalam lingkungan eksternal, antara lain kondisi ekonomi, politik dan hukum, sosial budaya, demografi, teknologi, dan kondisi global yang mungkin mempengaruhi kegiatan operasional dari sebuah organisasi (Febrian et al., 2021). Lingkungan ini meliputi kondisi ekonomi, kondisi politik dan hukum, kondisi sosial budaya, kondisi demografi, teknologi, kondisi lingkungan alam, dan globalisasi (Febrian Eko Saputra, 2018).

METODE

Dalam artikel ini, metode yang digunakan adalah metode literatur (Rosmalasari et al., 2020). 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 (Agustina et al., 2020). 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 (Ahmad et al., 2019). Penulis menggunakan beraneka variasi sumber pustaka dan data sensus internet yang membeberkan seputar Tanggungjawab sosial dalam manajemen (Rosmalasari, 2017). Untuk memperoleh data/isu penulis mengolah data dari beraneka variasi sumber isu internet (Fadly & Alita, 2021). Berbagai macam variasi dan sumber rujukan yang tersedia menciptakan penulisan artikel ilmiah ini berjalan dengan baik (Fadly & Wantoro, 2019)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor Manajerial

Etika Manajerial adalah keputusan manajemen untuk memandu manajer membicarakan apa yang baik dan buruk dan apa tugas dan kewajiban moral dan sebagai sebuah studi bagaimana keputusan kita mempengaruhi orang lain dalam pekerjaan mereka serta lingkungannya. Etika didefinisikan sebagai consensus mengenai standar perilaku yang diterima untuk suatu pekerjaan, perdagangan atau profesi. Etika adalah pandangan, keyakinan dan nilai akan sesuatu yang baik dan buruk, benar dan salah. Etika manajerial adalah suatu kode etik perilaku seorang manajer atau pengusaha berdasarkan nilai –nilai moral dan norma yang dijadikan tuntunan dan pedoman berperilaku dalam menjalankan kegiatan lembaga . Secara sederhana yang dimaksud dengan etika manajerial adalah cara - cara untuk melakukan kegiatan seorang manajer, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu , lembaga, sumber daya dan juga masyarakat. Etika manajer dalam lembaga memiliki peran yang sangat penting, yaitu untuk membentuk suatu lembaga yang kokoh dan memiliki daya saing yang tinggi serta mempunyai kemampuan menciptakan nilai (*value – creation*) yang tinggi, diperlukan suatu landasan yang kokoh. Selain etika, dikenal pula istilah Moral atau Moralitas yakni ajaran-ajaran perilaku personal berdasarkan agama atau filosofi. Faktor-faktor yang mempengaruhi etika manajerial yaitu leadership, strategi dan permorfasi, karakter individu dan budaya perusahaan. Manfaat dari etika manajerial yaitu sebagai pengendalian diri, pengembangan tanggungjawab sosial lembaga, mempertahankan jati diri dan tidak mudah untuk terombang ambing oleh pesatnya perkembangan informasi dan teknologi, dapat menciptakan persaingan yang sehat antar perusahaan atau organisasi, menrapkan konsep pembangunan berkelanjutan, guna menghindari sifat korupsi , kolusi dan nepotisme yang dapat merusak mental, dapat mampu menyatakan hal benar itu adalah benar.

Faktor Teknologi

kemajuan teknologi memberikan berbagai dampak baik dampak positif maupun berdampak negatif. perkembangan teknologi bagaikan dua mata pisau, dilain sisi bisa berdampak negative dan juga dapat berdampak positif untuk etika manusia. Berikut dampak negative dan positif perkembangan teknologi informasi dan komunikasi terhadap etika. Dampak negatif yang muncul seperti munculnya perilaku individualism dan egois, manusia malas melakukan aktifitas yang bermanfaat, penyalahgunaan untuk tindak kriminal secara online, pencurian keuangan nasabah bank. Adapun dampak positif yang timbul seperti mempererat hubungan persaudaraan antar teman, saudara atau keluarga, membentuk karakter kreatif dan inovatif, membentuk karakter cerdas dan berwawasan, membentuk jiwa enterpreunership,

Faktor Politik

Risiko politik umumnya berkaitan erat dengan pemerintahan serta situasi politik dan keamanan di suatu negara. Setiap tindakan dalam organisasi bisnis adalah politik, kecuali organisasi charity atau sosial. Faktor-faktor tersebut menentukan kelancaran berlangsungnya suatu bisnis. Oleh karena itu, jika situasi politik mendukung, maka bisnis secara umum akan berjalan dengan lancar. Indonesia lebih mengacu pada pola terakhir, yakni pemerintah terlibat atau turut campur tangan dalam bisnis. Hal ini dapat dilihat dalam hukum maupun kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan pemerintah untuk menunjang perekonomian dan bisnis. Dari segi pasar saham, situasi politik yang kondusif akan membuat harga saham naik. Sebaliknya, jika situasi politik tidak menentu, maka akan menimbulkan unsur ketidakpastian dalam bisnis. Dalam konteks ini, kinerja sistem ekonomi-politik sudah berinteraksi satu sama lain, yang menyebabkan setiap peristiwa ekonomi-politik tidak lagi dibatasi oleh batas-batas tertentu. Sebagai contoh, IMF, atau Bank Dunia, atau bahkan para investor asing mempertimbangkan peristiwa politik nasional dan lebih merefleksikan kompromi-kompromi antara kekuatan politik nasional dan kekuatan-kekuatan internasional.

SIMPULAN

Etika Manajerial adalah keputusan manajemen untuk memandu manajer membicarakan apa yang baik dan buruk dan apa tugas dan kewajiban moral dan sebagai sebuah studi bagaimana keputusan kita mempengaruhi orang lain dalam pekerjaan mereka serta lingkungannya. Dalam perkembangan teknologi informasi, kita sebagai manusia diberi akal dan hati nurani oleh karena itu kita harus dapat memilih mana yang baik dan buruk. Dengan didasarkan kepada inilah kita bisa terhindar dari dampak negative perkembangan teknologi dan informasi. Risiko politik umumnya berkaitan erat dengan pemerintahan serta situasi politik dan keamanan di suatu negara. Setiap tindakan dalam organisasi bisnis adalah politik, kecuali organisasi charity atau sosial. Faktor-faktor tersebut menentukan kelancaran berlangsungnya suatu bisnis. Oleh karena itu, jika situasi politik mendukung, maka bisnis secara umum akan berjalan dengan lancar.

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.
- Ahluwalia, L. (2020). EMPOWERMENT LEADERSHIP AND PERFORMANCE: ANTECEDENTS. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 7(1), 283.
[http://www.nostarch.com/javascriptforkids%0Ahttp://www.investopedia.com/terms/i/in_specie.asp%0Ahttp://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/35612/1/Trabajo de Titulacion.pdf%0Ahttps://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/01/GUIA-METODOL](http://www.nostarch.com/javascriptforkids%0Ahttp://www.investopedia.com/terms/i/in_specie.asp%0Ahttp://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/35612/1/Trabajo%20de%20Titulacion.pdf%0Ahttps://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/01/GUIA-METODOL)
- Ahluwalia, L., Permatasari, B., Husna, N., & Novita, D. (2021). *Penguatan Sumber Daya Manusia Melalui Peningkatan Keterampilan Pada Komunitas ODAPUS Lampung*. 2(1), 73–80. <https://doi.org/10.23960/jpkmt.v2i1.32>
- Ahmad, I., Prasetyawan, P., & Sari, T. D. R. (2019). Penerapan Algoritma Rekomendasi Pada Aplikasi Rumah Madu Untuk Perhitungan Akuntansi Sederhana Dan Marketing

- Digital. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian, 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., Nani, D. A., & Aprianto, W. (2021). Penguatan Kelembagaan dalam Rangka Peningkatan Produktivitas Petani Kopi pada GAPOKTAN Sumber Murni Lampung (SML). *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(1), 59–66. <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i1.59>
- 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.
- Azwari, A, lia febria lina. (2021). Pengaruh Price Discount dan Kualitas Produk pada Impulse Buying di Situs Belanja Online Shopee Indonesia. *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 3(2), 37–41. <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/technobiz/article/view/1098>
- 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.
- Fadly, M., & Alita, D. (2021). *Optimalisasi pemasaran umkm melalui. 4(3)*, 416–422.
- 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.
- Fauzi, F., Antoni, D., & Suwarni, E. (2020). WOMEN ENTREPRENEURSHIP IN THE DEVELOPING COUNTRY: THE EFFECTS OF FINANCIAL AND DIGITAL LITERACY ON SMES' GROWTH. *Journal of Governance and Regulation*, 9(4), 106–115. <https://doi.org/10.22495/JGRV9I4ART9>
- Fauzi, F., Antoni, D., & Suwarni, E. (2021). Mapping potential sectors based on financial and digital literacy of women entrepreneurs: A study of the developing economy. *Journal of Governance and Regulation*, 10(2 Special Issue), 318–327. <https://doi.org/10.22495/JGRV10I2SIART12>
- Fauzi, S., & Lina, L. F. (2020). PERAN FOTO PRODUK, ONLINE CUSTOMER REVIEW, ONLINE CUSTOMER RATING PADA MINAT BELI KONSUMEN. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 1(1), 37–47. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/JMMB/article/view/5917>

- 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. (2021). 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>
- Febrian, A., Lina, L. F., Safitri, V. A. D., & Mulyanto, A. (2021). Pemasaran digital dengan memanfaatkan landing page pada perusahaan start-up. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 4(3), 313. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v4i3.10103>
- Febrian Eko Saputra, L. F. L. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) (Periode 2014-2016). *Jurnal EMT KITA*, 2(2), 62. <https://doi.org/10.35870/emt.v2i2.55>
- Fitranita, V., & Wijayanti, I. O. (2020). Journal Accounting and Finance Edisi Vol. 4 No. 1 Maret 2020. *Accounting and Finance*, 4(1), 20–28.
- 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>
- Larasati Ahluwalia, K. P. (2020). Pengaruh Kepemimpinan Pemberdayaan Pada Kinerja Dan Keseimbangan Pekerjaan-Rumah Di Masa Pandemi Ncovid-19. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, VII(2), 119–128.
- 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., & 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 : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2), 227–238. <https://doi.org/10.29259/jmbt.v17i2.12455>
- Maryana, S., & Permatasari, B. (2021). *PENGARUH PROMOSI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung). 4(2), 62–69.*
- MENANI, ZAELMA, S., & NOVITA, D. (2021). *STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING DAN MERAHILH PELUANG MELALUI SOSIAL MEDIA DI UMKM KERIPIK LATEB JAYA BANDAR LAMPUNG. 1(1), 1–9.*
- Nani, D. A. (2020). Efektivitas Penerapan Sistem Insentif Bagi Manajer Dan Karyawan. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 6(1), 44–54.
- Nani, D. A., & Lina, L. F. (2022). *Determinants of Continuance Intention to Use Mobile Commerce during the Emergence of COVID-19 In Indonesia : DeLone and McLean Perspective. 5(3), 261–272.*

- 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 DELIVERY SERVICES. *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 3(2), 40–42.
- Novita, D., & Husna, N. (2020c). The influence factors of consumer behavioral intention towards online food delivery services. *Jurnal Technobiz*, 3(2), 40–42.
- 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.
- Octavia, N., Hayati, K., & Karim, M. (2020). Pengaruh Kepribadian, Kecerdasan Emosional dan Kecerdasan Spiritual terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 130–144. <https://doi.org/10.23960/jbm.v16i2.87>
- 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., Permatasari, B., & Anggarini, D. R. (2020). Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Oleh Strategi Sebagai Variabel In. *Jurnal Manajerial*, 19(2), 99–111.
- Pratama, E. N., Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2022). The Effect Of Job Satisfaction And Organizational Commitment On Turnover Intention With Person Organization Fit As Moderator Variable. *Atm*, 6(1), 74–82.
- Putri, A. D. (2021). Maksimalisasi Media Sosial untuk Meningkatkan Pendapatan dan Pengembangan Diri Generasi Z di MAN 1 Pesawaran. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 2(2), 37. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v2i2.1180>
- 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>.
- Rahmawati, D., & Nani, D. A. (2021). PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, DAN TINGKAT HUTANG TERHADAP TAX AVOIDANCE. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 26(1), 1–11. <https://doi.org/10.23960/jak.v26i1.246>
- Riski, D. (2018). Pengaruh Total Pendapatan Daerah Dan Pajak Daerah Terhadap Laju Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Lampung. *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.33365/tb.v1i1.182>
- 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.
- 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>
- Setiawan, A., Lina, L. F., & Novita, D. (2021). *PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DI GARAGE AWAN CARBON BANDAR LAMPUNG*. 1(1), 22–25.
- Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang Dengan Pendekatan Business Model Kanvas, 19 *Journal Management, Business, and Accounting* 320 (2020).
- Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2021). Development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) to 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. h. *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>