

ANALISIS DESAIN ORGANISASI PADA BUTIK THE NU EPISODE

Diana Lestari
Manajemen

*) dianalestarii@gmail.com

Abstrak

Di era globalisasi seperti saat ini, studi kelayakan dalam bisnis sangat dibutuhkan demi keberhasilan suatu usaha. sangat banyak pebisnis yang bermunculan dengan berbagai macam bentuk usaha. Disisi lain pertumbuhan ekonomi Indonesia tidak sebanding dengan pendapatan masyarakat. Oleh karena itu, sebagai pebisnis yang hebat maka diperlukan sebuah kreatifitas yang tinggi untuk mendapatkan peluang bahkan bisa membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Thenuepisode berdiri sejak tahun 2014, beralamat di Jalan Singosari, Bandar Lampung dan didirikan oleh Atika putri yanti dan Mey. Sebelumnya nama thenuepisode ini sendiri hanyalah Episode Outlet bergerak dibidang pakaian wanita dan sempat memiliki café yang hanya bertahan satu tahun. Sebagai pelaku masyarakat saya merupakan salah satu generasi muda berinisiatif untuk membuka usaha dibidang fashion. Dan wanita sebagai target utamanya. Karena wanita memiliki daya tarik tersendiri dan lebih konsumtif terhadap hal-hal yang berkaitan dengan penampilan. Dengan adanya orang-orang konsumtif itu artinya membuka peluang keuntungan bagi pebisnis. Jenis metode penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Metode deskriptif diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang dipelajari dengan cara menggambarkan subjek atau keadaan subjek penelitian, yang dapat berupa orang, lembaga, masyarakat, dan lain-lain, berdasarkan fakta yang terlihat saat ini atau apa saja. Kesimpulan penelitian yang saya buat dengan harapan semoga usaha ini dapat memperluas Ilmu Pengetahuan tentang peluang usaha dalam dunia usaha. Selain itu, usaha ini juga bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat serta permintaan konsumen yang sangat mendukung perkembangan usaha ini.

Kata Kunci: organisasi, desain organisasi dan strategi bisnis.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi seperti saat ini, studi kelayakan dalam bisnis sangat dibutuhkan demi keberhasilan suatu usaha. sangat banyak pebisnis yang bermunculan dengan berbagai macam bentuk usaha (Yusuf, 2021). Disisi lain pertumbuhan ekonomi Indonesia tidak sebanding dengan pendapatan masyarakat (Ribhan & Yusuf, 2016). Oleh karena itu, sebagai pebisnis yang hebat maka diperlukan sebuah kreatifitas yang tinggi untuk mendapatkan peluang bahkan bisa membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat (Defia Riski Anggarini, Putri, et al., 2021), (Putri & Ghazali, 2021).

Thenuepisode berdiri sejak tahun 2014, beralamat di Jalan Singosari, Bandar Lampung dan didirikan oleh Atika putri yanti dan Mey. Sebelumnya nama thenuepisode ini sendiri hanyalah Episode Outlet bergerak dibidang pakaian wanita dan sempat memiliki café yang hanya bertahan satu tahun (Putri, 2021). Kemudian tahun 2015 butik tersebut pindah dengan bangunan baru maka berganti nama menjadi THE NU EPISODE, The Nu artinya baru. Sebagai pelaku masyarakat saya merupakan salah satu generasi muda berinisiatif untuk membuka usaha dibidang fashion (ANGGARINI & PERMATASARI, 2020), (Lina

& Permatasari, 2020). Dan wanita sebagai target utamanya. Karena wanita memiliki daya tarik tersendiri dan lebih konsumtif terhadap hal-hal yang berkaitan dengan penampilan (LIA FEBRIA LINA, 2019), (Permatasari, n.d.). Dengan adanya orang-orang konsumtif itu artinya membuka peluang keuntungan bagi pebisnis. Lokasinya pun berada didaerah yang sangat strategis sehingga sangat memungkinkan kemudahan dalam akses karena berada dipinggir jalan raya. Butik ini didirikan untuk memelopori kecintaan masyarakatg dalam segi fashion yang up to date tanpa meninggalkan karakteristik atau cirri khas Indonesia (Defia Riski Anggarini, 2020), (Permatasari & Anggarini, 2020).

KAJIAN PUSTAKA

Organisasi

Secara sederhana organisasi dapat diartikan sebagai suatu kesatuan yang merupakan wadah atau sarana untuk mencapai berbagai tujuan atau sasaran organisasi memiliki banyak komponen yang melandasi diantaranya terdapat banyak orang, tata hubungan kerja, spesialis pekerjaan dan kesadaran rasional dari anggota sesuai dengan kemampuan dan spesialisasi mereka masing-masing (Maryana & Permatasari, 2021), (Ahluwalia et al., 2021), (Damayanti et al., 2020). Organisasi adalah kesatuan sosial yang dikoordinasikan secara sadar, dengan sebuah batasan yang relatif dapat diidentifikasi, yang bekerja atas dasar yang relatif terus menerus untuk mencapai suatu tujuan bersama atau sekelompok tujuan (Defla Riski Anggarini, 2021), (Defia Riski Anggarini, Nani, et al., 2021). Organisasi adalah suatu sistem perserikatan formal, berstruktur, dan terkoordinasi dari sekelompok orang yang bekerja sama dalam mencapai tujuan tertentu (Riski, 2018). Organisasi selain dipandang sebagai wadah kegiatan orang juga dipandang sebagai proses, yaitu menyoroti interaksi diantara orang-orang yang menjadi anggota organisasi (Octavia et al., 2020), (Fitranita & Wijayanti, 2020). Keberhasilan suatu organisasi ditentukan oleh kualitas sumberdaya manusia yang saling berinteraksi dan mengembangkan organisasi yang bersangkutan (Khamisah et al., 2020), (Nani & Lina, 2022). Organisasi dalam meningkatkan Sumber Daya Manusia dalam rangka mengoptimalkan kinerja pegawai tidak terlepas dari pemberdayaan potensi yang ada (Nani & Ali, 2020).

Desain Orginasaki

Desain organisasi adalah struktur organisasi tertentu sebagai hasil dari berbagai keputusan dan tindakan para (Rahmawati & Nani, 2021). Desain organisasi adalah keseluruhan rangkaian elemen struktural dan hubungan di antara elemen-elemen tersebut yang digunakan untuk mengelola organisasi secara total (Lina & Nani, 2020), (Nani et al., 2021). Desain organisasi adalah sebuah proses memilih dan mengelola aspek- aspek struktural dan kultural yang dilakukan oleh para manajer sehingga organisasi mampu mengendalikan kegiatan apa saja yang perlu dilakukan untuk mencapai tujuan bersama (Nani, 2019), (Nani, 2020). Beberapa pengertian tersebut dapat diketahui bahwa desain organisasi merupakan proses memilih dan mengelola segala aspek-aspek dalam organisasi sehingga menciptakan suatu struktur organisasi tertentu untuk mencapai tujuan bersama (*View of Exploring the Relationship between Formal Management Control Systems, Organisational Performance and Innovation_ The Role of Leadership Characteristics.Pdf*, n.d.), (Novita & Husna, 2020b).

Strategi Bisnis

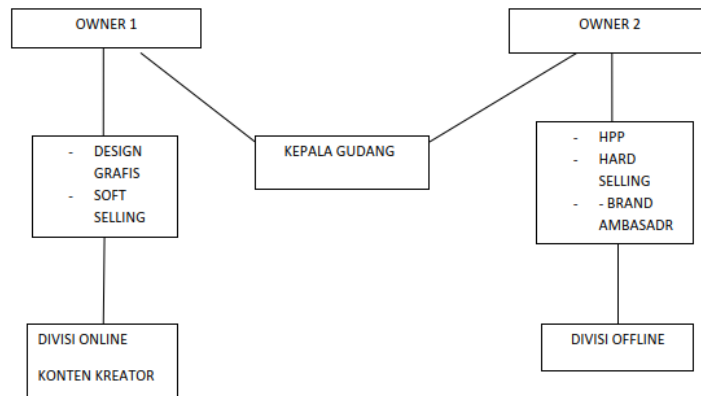
Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai suatu penyusunan, cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai (Novita & Husna, 2020a), (Novita et al., 2020). Strategi merupakan parameter-parameter sebuah organisasi dalam pengertian menentukan tempat bisnis dan cara bisnis untuk bersaing (Pratama et al., 2022). Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak di tempuh oleh suatu organisasi (perusahaan) untuk mencapai tujuannya (Sedyastuti et al., 2021). Strategi adalah suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan (Suwarni et al., 2021), (Fauzi et al., 2020). Kata “Bisnis” dalam Bahasa Indonesia diserap dari kata “Business” dari bahasa inggris yang berarti kesibukan (*Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang Dengan Pendekatan Business Model Kanvas*, 2020). Kesibukan secara khusus berhubungan dengan orientasi profit/ keuntungan (Fauzi et al., 2021). Bisnis ditujukan pada sebuah kegiatan berorientasi profit yang memproduksi barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat (Suwarni & Handayani, 2021). Bisnis juga dapat diartikan sebagai suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat (Ahluwalia, 2020). Jadi, Strategi bisnis adalah sebuah dokumen yang jelas mengartikulasikan arah bisnis akan mengejar dan langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai tujuannya (Larasati Ahluwalia, 2020), (Lina & Ahluwalia, 2021). Strategi bisnis itu adalah dalam satu kata, keunggulan bersaing (Saipulloh Fauzi1, 2020). Satu-satunya maksud perencanaan strategi adalah untuk memungkinkan suatu perusahaan memperoleh, seefisien mungkin, kedudukan paling akhir yang dapat dipertahankan dalam menghadapi pesaing-pesaingnya (Febrian Eko Saputra, 2018), (Azwari, A, 2021). Strategi bisnis, disebut juga strategi bersaing, biasanya dikembangkan pada level divisi, dan menekankan pada perbaikan posisi persaingan produk barang/ jasa perusahaan dalam industri khusus/ segmen pasar yang dilayani oleh divisi tersebut (Febria Lina & Setiyanto, 2021), (Fadly et al., 2020).

METODE

Jenis metode penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Metode deskriptif diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang dipelajari dengan cara menggambarkan subjek atau keadaan subjek penelitian, yang dapat berupa orang, lembaga, masyarakat, dan lain-lain, berdasarkan fakta yang terlihat saat ini atau apa saja (Fadly & Alita, 2021), (Fadly & Wantoro, 2019). Dapat menjadi cara deskriptif untuk menyelidiki status sekelompok orang, objek, serangkaian kondisi, sistem pemikiran, atau kelas peristiwa dalam bentuk sekarang (Rosmalasari, 2017). Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat penjelasan, ilustrasi, atau lukisan yang sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta, ciri, dan hubungan antara fenomena yang diteliti (Sari & Sukmasari, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Struktur Organisasi Komite



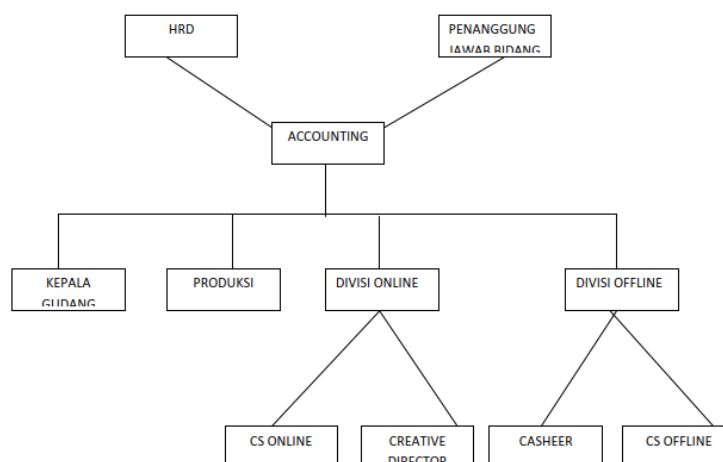
Gambar 1 Struktur Organisasi Komite

Keterkaitan dengan materi yaitu pada materi Desain Organisasi ke 7 mengenai “Basic Challenges Of Organizational Design” seperti yang disampaikan pada materi tersebut bahwa :

1. Diferensiasi rendah karena pembagian kerja rendah.
2. Individu biasanya melakukan semua tugas organisasi.
3. Dalam organisasi yang kompleks, diferensiasi tinggi karena pembagian kerja tinggi.

Jadi materi tersebut berkaitan dengan struktur organisasi saat ini dimana menggunakan struktur organisasi komite karena kedua owner tersebut masih ikut serta berperan aktif dalam proses kerja dimana mereka saling bekerja sama dalam team sehingga dapat tercapai sebuah tujuan bersama.

Struktur Organisasi Fungsional



Gambar 2 Struktur Organisasi Fungsional

Keterkaitan dengan materi yaitu pada materi Desain Organisasi ke 19 mengenai “Organizational Design, Competences, And Technology” seperti yang sudah tertera pada materi tersebut yang berkaitan dengan kemampuan dan teknologi beserta penerapannya dalam sebuah organisasi.

Pada materi tersebut terdapat beberapa point yaitu :

1. Individual level: keterampilan pribadi, pengetahuan, dan kompetensi yang dimiliki individu.
2. Functional or department level: prosedur dan teknik yang dikerjakan kelompok untuk melakukan pekerjaan mereka dan menciptakan nilai.

Jadi materi tersebut berkaitan dengan struktur organisasi 5 tahun mendatang. Dimana nantinya butik tersebut akan semakin maju dan berkembang dan akan memungkinkan sekali butik tersebut akan membutuhkan tenaga kerja yang memiliki keunggulan kompetitif dibidangnya masing-masing dan memiliki tanggung jawab yang berbeda. Sehingga sangat memungkinkan sekali banyak divisi-divisi yang memangku banyak tanggung jawab. Dan untuk memudahkannya, maka mereka akan membutuhkan teknologi yang dapat mempermudah pekerjaan sehingga waktu yang digunakan lebih efektif dan efisien. Teknologi tersebut nantinya bisa berupa sebuah aplikasi yang didalamnya didesain secara khusus sesuai dengan kebutuhan butik tersebut.

SIMPULAN

Demikian makalah yang saya buat dengan harapan semoga usaha ini dapat memperluas Ilmu Pengetahuan tentang peluang usaha dalam dunia usaha. Selain itu, usaha ini juga bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat serta permintaan konsumen yang sangat mendukung perkembangan usaha ini. Saya menyadari bahwa makalah ini masing jauh dari sempurna serta masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, saya mengharapkan kritik beserta saran yang sifatnya membangun. Demikianlah makalah ini saya buat, oleh karena itu saya mohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam penyampaian. Akhir dari makalah ini, saya mengucapkan terimakasih banyak kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam menyusun makalah ini.

REFERENSI

- 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>
- 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, Defia Riski, 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, Defia Riski, Putri, A. D., & Lina, L. F. (2021). *Literasi Keuangan untuk Generasi Z di MAN 1 Pesawaran*. 1(1), 147–152.
- Anggarini, Defla Riski. (2021). *Kontribusi Umkm Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Lampung 2020*. 9(2), 345–355.
- 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>
- 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.
- 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*. 10(2), 318–327. <https://doi.org/10.22495/jgrv10i2siart12>
- 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 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., & Ahluwalia, L. (2021). Customers' impulse buying in social commerce: The role of flow experience in personalized advertising. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 21(1), 1–8. <https://doi.org/10.28932/jmm.v21i1.3837>
- 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: 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.*
- 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. (2020). Efektivitas Penerapan Sistem Insentif Bagi Manajer Dan Karyawan. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 6(1), 44–54.
- Nani, D. A., Ahluwalia, L., & Novita, D. (2021). Pengenalan Literasi Keuangan Dan Personal Branding Di Era Digital Bagi Generasi Z Di Smk Pgr 1 Kedondong. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 2(2), 43. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v2i2.1313>
- 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., & 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 delNovita, D., & Husna, N. (2020). The influence factors of consumer behavioral intention towards online food delivery services. *Jurnal Technobiz*, 3(2), 40–42. ivery 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., & Anggarini, D. R. (2020). 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. *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>
- Ribhan, R., & Yusuf, N. (2016). Pengaruh Moral Kognitif Pada Kinerja Keperilakuan Dan Kinerja Hasil Tenaga Penjualan. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 6(1), 67–78. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v6i1.2660>
- 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.
- Saipulloh Fauzil, L. F. L. (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>
- Sari, T. D. R., & Sukmasari, D. (2018). c. *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 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>
- View of Exploring the Relationship between Formal Management Control Systems, Organisational Performance and Innovation_ The Role of Leadership Characteristics.pdf.* (n.d.).
- Yusuf, N. (2021). The Effect of Online Tutoring Applications on Student Learning Outcomes during the COVID-19 Pandemic. *Italienisch*, 11(2), 81–88. <http://www.italienisch.nl/index.php/VerlagSauerlander/article/view/100>