

RISIKO BISNIS PT DAJARUM INDONESIA Tbk

Anggun Apriliyani
Manajemen

*) anggunapriliyani@gmail.com

Abstrak

PT. Djarum adalah perusahaan rokok nasional Indonesia, yang berdiri di kota kudu sejak tahun 1951 sampai saat ini. Indonesia memiliki jumlah perokok terbesar ketiga di dunia sebesar 65 juta perokok. Namun, sampai sekarang produknya masih dianggap kontroversial, karena rokok dianggap sebagai produk pembunuh. Hal ini sesuai dengan *tagline* resmi dari pemerintah untuk setiap produk rokok yakni “Merokok Membunuhmu”. Indonesia menempati urutan ke - 7 terbesar jumlah kematian yang disebabkan oleh kanker (188.100 orang) dan Badan Pengawasan Obat dan Makanan Republik Indonesia (BPOM RI) menyatakan 90% kanker disebabkan oleh rokok. baik perokok pasif maupun aktif. Tahun 2009 Perusahaan rokok dianggap sebagai “*bad guy*” oleh Altria Group, sehingga penjualan produk rokok di Amerika Serikat menurun 8%. Fenomena degradasi tersebut berujung pada kondisi terancamnya eksistensi perusahaan rokok. Kondisi tersebut yang menjadikan PT. Djarum berusaha menangani degradasi *Opini Public* masyarakat dengan membentuk *Brand Image* PT. Djarum, dengan berusaha menjadikan perusahaan pembunuh jadi penyelamat.

Kata Kunci: risiko dan manajemen risiko.

PENDAHULUAN

PT. Djarum adalah perusahaan rokok nasional Indonesia, yang berdiri di kota kudu sejak tahun 1951 sampai saat ini (Ameraldo et al., 2019). Indonesia memiliki jumlah perokok terbesar ketiga di dunia sebesar 65 juta perokok (Ameraldo & Ghazali, 2021). Namun, sampai sekarang produknya masih dianggap kontroversial, karena rokok dianggap sebagai produk pembunuh (Sari, 2014). Hal ini sesuai dengan *tagline* resmi dari pemerintah untuk setiap produk rokok yakni “Merokok Membunuhmu” (Sari & Sukmasari, 2018). Indonesia menempati urutan ke - 7 terbesar jumlah kematian yang disebabkan oleh kanker (188.100 orang) dan Badan Pengawasan Obat dan Makanan Republik Indonesia (BPOM RI) menyatakan 90% kanker disebabkan oleh rokok (Fadly & Wantoro, 2019), (Rosmalasari, 2017). Baik perokok pasif maupun aktif (Fadly & Alita, 2021). Tahun 2009 Perusahaan rokok dianggap sebagai “*bad guy*” oleh Altria Group, sehingga penjualan produk rokok di Amerika Serikat menurun 8% (Fadly et al., 2020). Fenomena degradasi tersebut berujung pada kondisi terancamnya eksistensi perusahaan rokok (Febria Lina & Setiyanto, 2021).

Kondisi tersebut yang menjadikan PT. Djarum berusaha menangani degradasi *Opini Public* masyarakat dengan membentuk *Brand Image* PT. Djarum, dengan berusaha menjadikan perusahaan pembunuh jadi penyelamat (Febrian Eko Saputra, 2018), (Azwari, A, 2021). Yakni mengubah citra dan eksistensi perusahaan yang memiliki produk yang bersifat membunuh menjadi penyelamat dengan berbagai kegiatan menarik dan bermanfaat untuk masyarakat (Saipulloh Fauzil, 2020), (Lina & Ahluwalia, 2021). Tujuan tersebut merupakan suatu bentuk *Long Term Profit*, yakni terjaganya citra dan nama baik perusahaan dalam jangka waktu yang lama (Ahluwalia, 2020), (Larasati Ahluwalia, 2020). Dengan tercapainya *Long Term*

Profit dapat dipastikan eksistensi perusahaan akan terpelihara (Suwarni & Handayani, 2021). Citra dan nama baik perusahaan dimata *Stakeholder* akan membentuk reputasi dimata publik (Fauzi et al., 2021).

Sejarah PT Djarum berawal saat Oei Wie Gwan membeli usaha kecil dalam bidang kretek bernama Djarum Gramophon pada tahun 1951 dan mengubah namanya menjadi Djarum (*Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang Dengan Pendekatan Business Model Canvas*, 2020). Awalnya perusahaan ini hanya dijalankan oleh sekitar 10 orang di jalan Bitingan Baru No. 28 (Sekarang Jalan A.Yani No. 28 Kudus). Oei mulai memasarkan kretek dengan merek "Djarum" yang ternyata sukses di pasaran. Setelah kebakaran hampir memusnahkan perusahaan pada tahun 1963 (Oei meninggal tidak lama kemudian), Djarum kembali bangkit dan memodernisasikan peralatan di pabriknya (Suwarni et al., 2021), (Fauzi et al., 2020). Pada tahun 1969, Djarum mulai mengeskor produk rokoknya ke luar negeri. Pada tahun yang sama, Djarum memasarkan Djarum Filter, merek pertamanya yang diproduksi menggunakan mesin, diikuti merek Djarum Super yang diperkenalkan pada tanggal 21 April 1970. Saat ini Djarum dipimpin Budi Hartono dan Bambang Hartono, yang dua-duanya merupakan putra Oei. Sekarang, di Negara-negara maju seperti Amerika Serikat & Jepang pun perusahaan rokok ini memiliki pangsa pasar yang besar. Dan di negeri asalnya sendiri, Indonesia, produksi rokok Djarum mencapai 48 milyar batang pertahun atau 20% dari total produksi nasional (Sedyastuti et al., 2021), (Novita et al., 2020), (Pratama et al., 2022).

KAJIAN PUSTAKA

Risiko

Risiko adalah bahaya, akibat atau konsekuensi yang dapat terjadi akibat sebuah proses yang sedang berlangsung atau yang akan berlangsung atau yang akan datang (Novita & Husna, 2020a). Risiko dapat di artikan sebagai suatu keadaan ketidakpastian, dimana jika terjadi suatu keadaan yang tidak dikehendaki dapat menimbulkan suatu kerugian (*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). Risiko adalah peluang terjadinya sesuatu yang memiliki dampak pada tujuan yang di ukur dalam hal konsekuensi dan probabilitas (Nani, 2020). Risiko merupakan efek dari ketidakpastian sasaran, efek ketidakpastian bisa bersifat positif atau negatif, dengan kata lain risiko merupakan kemungkinansituasi atau keadaan yang dapat mengancam pencapaian tujuan serta sasaran sebuah organisasi atau individu (Lina & Nani, 2020), (Nani et al., 2021), (Nani, 2019).

Manajemen Risiko

Manajemen Risiko definisi manajemen risiko adalah suatu pengelolaan risiko yang bertujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan dalam menghadapi masalah organisasi secara komprehensif (Lina & Nani, 2020), (Nani et al., 2021). Manajemen risiko di definisikan sebagai proses identifikasi, pengukuran dan kontrol keuangan dari sebuah risiko yang mengancam aset dan penghasilan dari sebuah perusahaan atau proyek yang dapat menimbulkan kerusakan atau kerugian pada perusahaan tersebut (Nani & Ali, 2020), (Rahmawati & Nani, 2021), (Nani & Lina, 2022). Manajemen risiko adalah proses terstruktur dan sistematis untuk identifikasi, mengukur, memetakan, mengembangkan alternatif penanganan risiko, dan memonitor dan mengendalikan perlakuan risiko (Fitranita & Wijayanti, 2020), (Khamisah et al., 2020). Manajemen risiko adalah aktivitas yang

terkoordinasi untuk mengarahkan dan mengendalikan sebuah organisasi dalam menangani risiko (Octavia et al., 2020). Definisi tersebut memberikan arti mengenai keluasan dan kedalaman sebuah risiko yang menjadi obyek sebuah asesment (Defia Riski Anggarini et al., 2021), (Riski, 2018). Manajemen risiko adalah kegiatan atau proses manajemen yang terarah bersifat proaktif yang ditunjukkan untuk mengakomodasi kemungkinan kegagalan salah satu atau sebagian dari sebuah instrument (Defla Riski Anggarini, 2021), (Damayanti et al., 2020).

METODE

Jenis metode penelitian ini adalah penelitian deskriptif (Ahluwalia et al., 2021). 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 (Maryana & Permatasari, 2021), (Permatasari & Anggarini, 2020). Dapat menjadi cara deskriptif untuk menyelidiki status sekelompok orang, objek, serangkaian kondisi, sistem pemikiran, atau kelas peristiwa dalam bentuk sekarang (Defia Riski Anggarini, 2020). 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 (Permatasari, n.d.), (LIA FEBRIA LINA, 2019). Penelitian deskriptif adalah studi yang mencoba menjelaskan suatu gejala, apa yang sedang terjadi, atau masalah yang nyata (ANGGARINI & PERMATASARI, 2020), (Lina & Permatasari, 2020). Karena penelitian ini berfokus pada pengungkapan makna yang terkandung dalam deskripsi data, maka penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif (Putri & Ghazali, 2021), (Putri, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Permasalahan PT Djarum Indonesia Tbk

Perokok vs PT Djarum = Pemerasan atau Hak Konsumen?

Pada 19 Februari lalu, melalui dua advokat antirokok, Todung Mulya Lubis dan Azas Tigor Nainggolan, Rohayani melayangkan somasi kepada perusahaan rokok yang berbasis di Kudus, Jawa Tengah. Rohayani meminta ganti rugi Rp178 juta dari Djarum dan Rp293 juta dari Gudang Garam. Dia juga meminta santunan dari kedua perusahaan itu senilai Rp500 juta. Karena Rohayani mempersoalkan bungkus rokok yang tidak memuat secara rinci zat berbahaya dan risiko penyakit akibat konsumsi produk tersebut.

KPAI vs PB Djarum

Komisioner KPAI bidang Kesehatan dan NAPZA, Sitty Hikmawatty, menyatakan, kegiatan audisi beasiswa bulu tangkis Djarum Foundation termasuk dalam bentuk eksploitasi anak secara terselubung saat seri pertama Audisi Bulu Tangkis PB Djarum yang diselenggarakan di Bandung tanggal 28-30 Juli lalu. Sitty menyatakan, kegiatan yang melibatkan anak-anak dan disponsori oleh industri rokok merupakan termasuk bentuk eksploitasi anak secara terselubung. KPAI lantas meminta Djarum Foundation untuk segera menghentikan kegiatan audisi yang masih akan dilaksanakan di beberapa kota selain Bandung. KPAI menilai Djarum Foundation telah memanfaatkan anak-anak untuk mempromosikan brand image Djarum dalam kegiatan audisi bulu tangkis.

Langkah-Langkah Menyelesaikan Masalah

Dari permasalahan yang pertama, Rohayani melayangkan somasi untuk perusahaan PT Djarum Indonesia karena dianggap menipu konsumen. Rohayani mengidap penyakit yang disebabkan oleh kecanduannya merokok. Dan cara menyelesaikannya PT Djarum tidak menghiraukan somasi yang telah diberikan oleh Rohayani. PT Djarum menganggap semua bahaya merokok sudah tertera di dalam bungkus rokok tersebut, dan jika dia berani merokok berarti dia juga siap akan semua risiko yang timbul akibat merokok. Dan dari tes kesehatan yang dilakukan bahwa Rohayani telah mengkonsumsi rokok saat umur Rohayani kurang dari 18 tahun, sedangkan rokok tersebut harusnya di gunakan oleh usia 18 tahun keatas. Dan Penyakit yang dideritanya pun tidak bisa disangkakan kepada rokok semata karena juga bergantung pada pola hidup dan konsumsi. Jadi penyelesaian yang utama yaitu tidak perlu merokok jika tidak bisa terima semua risiko kesehatan yang akan terjadi akibat mengkonsumsi rokok.

Permasalahan yang kedua, KPAI membuat pernyataan jika PB Djarum Foundation termasuk dalam eksploitasi anak, KPAI meminta Djarum untuk menghentikan kegiatan tersebut karena KPAI menilai Djarum Foundation telah memanfaatkan anak-anak untuk mempromosikan brand image Djarum. Rapat koordinasi KPAI dengan sejumlah kementerian dan lembaga itu menghasilkan enam kesepakatan terkait kegiatan Audisi Umum Djarum Beasiswa Bulu Tangkis, yaitu, sepakat bahwa pengembangan bakat dan minat anak di bidang olahraga bulu tangkis harus terus dilakukan. Sepakat mendesak Djarum Foundation untuk sesegera mungkin menghentikan penggunaan anak sebagai media promosi brand image Djarum. Mendukung Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak untuk mengevaluasi status Kota Layak Anak (KLA) di daerah-daerah sebagai lokasi audisi. KPAI bersama KPP-PA (Komisi Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak) akan mengundang para kepala daerah yang menjadi tuan rumah pelaksanaan kegiatan ini, antara lain Wali Kota Bandung, Wali Kota Surabaya, Wali Kota Purwokerto, Bupati Kudus, dan lain-lain. Mendorong pelaku usaha, khususnya BUMN, untuk mensponsori kegiatan pencarian bakat dalam bidang apa pun, termasuk dalam bidang olahraga untuk anak. Mendorong peran orangtua dalam mendidik anak akan bahaya laten rokok, termasuk di dalamnya penggunaan branding image rokok dan bahaya eksploitasi terselubung lainnya dalam kegiatan-kegiatan yang melibatkan anaknya.

Melalui konferensi pers PB Djarum mengumumkan untuk menghentikan audisi tersebut pada tahun 2020. Tetapi banyak pro dan kontra akan keputusan yang dibuat oleh Djarum tersebut, dimana banyak masyarakat yang berfikir tindakan yang dilakukan KPAI adalah tindakan yang salah. Apakah KPAI tidak melewatkan kasus yang seharusnya lebih penting ketimbang mengurus sesuatu yang sudah membawa prestasi banyak bagi Indonesia, dimana dalam kegiatan seperti ini seharusnya negara berbangga karena dapat melahirkan atlet-atlet yang berkualitas dan mengharumkan nama bangsa.

SIMPULAN

PT Djarum Indonesia Tbk menghadapi permasalahan Risiko Bisnis diantara adalah Risiko Reputasi yaitu Tanggung Jawab Sosial dan Daya Tarik Emosional. Dimana Tanggung Jawab Sosial yaitu CSR PB Djarum Foundation harus dihentikan karena KPAI menganggap Djarum eksploitasi anak dan memanfaatkan anak-anak untuk mempromosikan rokok, dari keputusan yang dibuat Djarum tersebut banyak masyarakat yang kecewa karena CSR Djarum dianggap sangat bermanfaat dan mendidik. Sedangkan Daya Tarik Emosional yang dilakukan Rohayani membuat citra perusahaan turun, karena

Rohayani mengajak masyarakat untuk berasumsi bahwa Djarum menipu konsumen, sedangkan Djarum sudah memberitahu tulisan dan gambar dampak dari apa yang terjadi jika masyarakat mengkonsumsi rokok terus-menerus. Dari Risiko yang dialami Djarum tersebut Djarum harus memperbaiki semua program kegiatan, agar tidak terjadi Risiko yang sama dikemudian hari yang membuat citra Djarum semakin menurun.

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>
- 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, 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, 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 Kesuksesan Adopsi FLina, 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 PGRI 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 Government. Nani, 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 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., & Anggarini, D. R. (2020). Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Oleh Strategi Sebagai Variabel Intervening Pada Waru. Permatasari, 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.
- Saipulloh Fauzi1, 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. (2014). *PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, KONTROL PERILAKU PERSEPSIAN TERHADAP PERILAKU KEPATUHAN PAJAK WP BADAN*. Universitas Lampung.
- 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 Canvas, 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.).