

## **Analisis Pengaruh Insentif Terhadap Kinerja Sumber Daya Manusia Pada SOGO *Branded Store***

Aldi Noeryansyah  
Manajemen  
Email : Noeryansyahaldi@gmail.com

### **Abstrak**

Sumber daya manusia adalah ilmu yang mempelajari bagaimana memberdayakan karyawan dalam perusahaan, membuat pekerjaan, kelompok kerja, mengembangkan kualitas para karyawan yang mempunyai kemampuan, mengidentifikasi suatu pendekatan untuk dapat mengembangkan kinerja karyawan dan memberikan imbalan kepada mereka atas usahanya dan bekerja.

tanpa adanya campur tangan manusia, kegiatan pencapaian tujuan tidak akan berjalan.

Agar perusahaan dapat bersaing dengan industri yang sejenis lainnya, perusahaan harus mempunyai keunggulan kompetitif yang sangat sulit ditiru, yang hanya akan diperoleh dari karyawan yang produktif, inovatif, kreatif selalu bersemangat dan loyal.

Pemberian insentif dimaksudkan agar dapat memenuhi kebutuhan para pegawai dan keluarga mereka. Istilah sistem insentif pada umumnya digunakan untuk menggambarkan rencana rencana pembayaran upah yang dikaitkan secara langsung atau tidak langsung dengan berbagai standar kinerja pegawai atau profitabilitas organisasi.

**Kata Kunci:** Produktifitas, Organisasi, SDM, Tenaga Kerja.

---

### **PENDAHULUAN**

Manajemen sumber daya manusia merupakan satu bidang manajemen yang khusus mempelajari hubungan dan peranan manusia dalam organisasi (Hasanah & Hanifah, 2020) (Larasati Ahluwalia, 2020). Manajemen sumber daya manusia mengatur tenaga kerja yang ada di dalam organisasi, Sehingga dapat terwujud tujuan organisasi dan kepuasan kerja karyawan (Harumy, T.H.F., Julham Sitorus, 2018) (Sulistiani et al., 2021). Manajemen sumber daya manusia juga dapat menghasilkan kinerja yang baik dalam sebuah perusahaan dengan cara penilaian, pemberian balas jasa dalam setiap individu anggota organisasi sesuai dengan kemampuan kerjanya (Mahmuda et al., 2021) (Octavia et al., 2020). Manajemen sumber daya manusia adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat (Surahman & Nursadi, 2019) (Darmajaya & Nani, 2020) .

Sumber daya manusia adalah ilmu yang mempelajari bagaimana memberdayakan karyawan dalam perusahaan, membuat pekerjaan, kelompok kerja, mengembangkan kualitas para karyawan yang mempunyai kemampuan, mengidentifikasi suatu pendekatan

untuk dapat mengembangkan kinerja karyawan dan memberikan imbalan kepada mereka atas usahanya dan bekerja (Darwis, 2019) (Rosmalasari, 2017) (Damayanti et al., 2020). Sumber daya manusia dipandang sebagai aset penting bagi perusahaan, karena manusia merupakan sumber daya yang dinamis dan selalu dibutuhkan dalam setiap proses produksi barang atau jasa (Sari & Sukmasari, 2018) (Agustina et al., 2020). Sumber daya manusia merupakan faktor yang sentral dalam keberlangsungan suatu organisasi (Sari, 2014) (Rosmalasari et al., 2020). Apapun bentuk serta tujuannya, organisasi dibuat berdasarkan visi untuk kepentingan manusia dan dalam pelaksanaan misinya dikelola dan diatur oleh manusia, sehingga sesempurna apapun sebuah organisasi tanpa adanya campur tangan manusia, kegiatan pencapaian tujuan tidak akan berjalan (Ahmad et al., 2019) (Lina & Nani, 2020).

Agar perusahaan dapat bersaing dengan industri yang sejenis lainnya, perusahaan harus mempunyai keunggulan kompetitif yang sangat sulit ditiru, yang hanya akan diperoleh dari karyawan yang produktif, inovatif, kreatif selalu bersemangat dan loyal (Lina & Permatasari, 2020) (Febria Lina & Setiyanto, 2021). Karyawan yang memenuhi kriteria seperti itu hanya akan dimiliki melalui penerapan konsep dan teknik manajemen sumber daya manusia yang tepat dengan semangat kerja yang tinggi (LIA FEBRIA LINA, 2019) (Permatasari & Anggarini, 2020). Agar dapat meningkatkan kinerja seorang karyawan di perusahaan dengan cara pemberian imbalan yang setara dengan pekerjaan yang telah dilakukan oleh karyawan. Apabila seseorang yang telah bekerja melampaui target membuat karyawan mendapatkan imbalan dari hasil kinerja yang telah dicapai (Permatasari, n.d.) (Permatasari, 2019).

Selain berguna untuk memotivasi kinerja karyawan, insentif juga haruslah diberikan kepada karyawan yang memiliki kinerja yang baik (Febrian & Hapsari, 2019) (Unisma, 2021). Hal ini merupakan suatu penghargaan kepada karyawan atas kinerja mereka yang baik yang meningkatkan penghasilan atau kinerja perusahaan. Penghargaan diberikan agar mereka tetap mempertahankan kinerja yang baik (Prayogo et al., 2017) (Dwinta, 2017). Karena tidak menutup kemungkinan karyawan memperbaiki kinerjanya karena harapan memperoleh penghargaan dari perusahaan.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Pengertian Insentif**

Insentif adalah tindakan menjadikan atau membuat suatu motivasi dan menyebarkannya secara massal (Harumy, T.H.F., Julham Sitorus, 2018) (Logo et al., 2020). Secara tradisional, insentif berupa tindakan yang melebihi hasil yang diharapkan dan membentuk motivasi dari luar. Pada dasarnya pemberian insentif senantiasa dihubungkan dengan balas jasa atas prestasi ekstra yang melebihi suatu standar yang telah ditetapkan, serta telah disetujui bersama (Ariyanti, 2020) (Nuh, 2021). Insentif memberikan penghargaan dalam bentuk pendapatan ekstra untuk usaha ekstra yang dihasilkan. Prinsip pemberian insentif ini berhubungan dengan kinerja karyawan yang melampaui standar yang telah ditetapkan perusahaan. Atas kerja keras dan prestasi kerja tersebut, maka karyawan akan mendapatkan penghargaan, bisa dalam bentuk uang, barang, dan lainnya (Rosmalasari, 2017) (Logo et al., 2020) (Napianto et al., 2017). Pengaturan insentif harus ditetapkan dengan cermat dan tepat serta harus dikaitkan secara erat dengan tujuan-tujuan perusahaan yang bersangkutan. Jumlah insentif yang diberikan kepada seseorang harus dihubungkan dengan jumlah atau apa yang telah dicapai selama periode tertentu, sesuai dengan rumus pembagian yang telah diketahui semua pihak secara nyata (Novianti et al., 2016) (Octavia et al., 2020). Rumus pembagian insentif ditetapkan secara adil, sehingga dapat mendorong meningkatkan lebih banyak hasil, serta dapat menguntungkan semua pihak. Insentif adalah sistem pemberian balas jasa yang dikaitkan dengan kinerja, baik bersifat materil maupun bersifat non materil yang dapat memberikan motivasi atau daya pendorong bagi karyawan untuk bekerja lebih baik dan bersemangat, sehingga kinerja karyawan atau hasil kerja lebih meningkat yang pada akhirnya tujuan perusahaan dapat tercapai (Tuhuteru & Iriani, 2018).

### **Kinerja karyawan**

Kinerja atau performance merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan visi dan misi organisasi yang di tuangkan melalui perencanaan strategi suatu organisasi (Hidayat, 2014) (Arbiansyah & Kristianto, 2010) (Ruslaini et al., 2021). Kinerja sebagai hasil-hasil fungsi pekerjaan/kegiatan seseorang atau kelompok dalam suatu kegiatan organisasi yang dipengaruhi oleh berbagai faktor untuk mencapai tujuan organisasi dalam periode tertentu (Ardian & Fernando, 2020) (Borman et al., 2017). Fungsi kegiatan atau pekerjaan yang

dimaksud disini ialah pelaksanaan hasil pekerjaan atau kegiatan seseorang atau kelompok yang menjadi wewenang dan tanggung jawabnya dalam suatu organisasi (Kusniyati, 2016) (Febrian & Ahluwalia, 2020). Pelaksanaan hasil pekerjaan/prestasi kerja tersebut diarahkan untuk mencapai tujuan organisasi dalam jangka waktu tertentu (Nuh, 2021) (Bhara & Syahida, 2019).

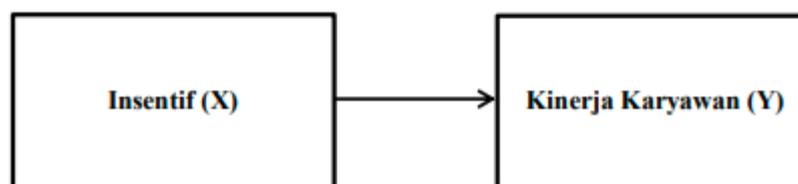
Kinerja karyawan merupakan suatu hasil yang dicapai oleh karyawan tersebut dalam pekerjaannya menurut kriteria tertentu yang berlaku untuk suatu pekerjaan tertentu, kinerja karyawan dapat dilihat dari indikator-indikator sebagai berikut: a) keputusan tase segala aturan yang telah di tetapkan organisasi. b) dapat melaksanakan tugas atau pekerjaannya tanpa kesalahan atau dengan tingkat kesalahan yang paling rendah. c) ketepatan dalam menjalankan tugas.

Aspek-aspek kinerja karyawan dapat dilihat sebagai berikut: a) hasil kerja, bagaimana seseorang itu mendapatkan sesuatu yang dikerjakannya. b) kedisiplinan yaitu ketepatan dalam menjalankan tugas, bagaimana seseorang menyelesaikan pekerjaannya sesuai dengan tuntutan waktu yang dibutuhkan. c) tanggung jawab dan kerja sama, bagaimana seseorang bisa bekerja dengan baik walaupun dalam dengan ada dan tidaknya pengawasan.

## **METODE**

### **Kerangka Penelitian**

Kerangka pemikian menggambarkan hubungan dari variabel dependen dengan independen, dalam hal ini variabel dependen adalah Insentif (X1) terhadap Kinerja Karyawan (Y).



Gambar 1. Kerangka penelitian

### **Objek Penelitian**

Objek penelitian merupakan suatu sifat, atribut atau nilai dari objek yang akan diteliti atau kegiatan yang mempunyai beberapa variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari lalu kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan objek penelitian merupakan

suatu hal yang akan di teliti untuk tujuan tertentu. Pada penelitian dilakukan di SOGO *Branded Store*.

### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini mengenai analisis pengaruh insentif terhadap kinerja karyawan di SOGO *Branded Store*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu pengukuran variabel-variabel penelitian berupa angka dan kemudian dianalisis menggunakan statistik.

### **Metode Pengumpulan Data**

Proses dalam melakukan pendekatan penelitian ini memiliki beberapa tahapan diantaranya yaitu peneliti mengumpulkan data-data melalui pengamatan dan penyebaran kuesioner yang bertujuan untuk mendapatkan informasi yang akurat sesuai dengan penelitian yang dilakukan.

### **Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linear berganda yaitu merupakan alat yang tujuannya untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Dalam penelitian ini menguji bahwa ada atau tidaknya faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan di SOGO *Branded Store*. Adapun rumus regresi linear berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + e$$

Dimana :

Y = Kinerja Karyawan

X1 = Insentif

a = Nilai Konstanta

b1 b2 = Koefisien Regresi

e = Standar Error

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Analisa pengaruh intensif terhadap kinerja**

Dalam hasil pengujian yang di lakukan penulis menunjukkan variable Insentif berpengaruh positif terhadap kinerja. Berdasarkan hasil uji parsial (t) pada penelitian ini adalah tingkat

signifikan Alpha yang di gunakan 5% didapat nilai sig.t  $0.000 < 0.05$  sehingga insentif berpengaruh positif terhadap kinerja. Insentif adalah suatu bentuk uang yang diberikan oleh pihak pemimpin organisasi kepada karyawan agar mereka bekerja dengan motivasi yang tinggi dan berprestasi dalam mencapai tujuan-tujuan organisasi sebagai pengakuan prestasi kerja dan kontribusi karyawan kepada organisasi.

Kompensasi juga merupakan penghargaan yang diberikan karyawan baik langsung maupun tidak langsung, financial maupun non financial yang adil kepada karyawan atas kinerja mereka dalam mencapai tujuan organisasi, sehingga pemberian kompensasi sangat dibutuhkan oleh perusahaan manapun guna meningkatkan kinerja karyawannya. Adapun bentuk kompensasi financial adalah gaji, tunjangan, bonus (insentif), dan komisi. Sedangkan untuk kompensasi non-financial diantaranya pelatihan, wewenang dan tanggung jawab, penghargaan atas kinerja serta lingkungan kerja yang mendukung. Ada kemungkinan bahwa besarnya tunjangan ataupun fasilitas yang diberikan kepada karyawan, akan mengalami penurunan. Hal ini disebabkan karyawan yang bersangkutan mungkin sudah tidak menjabat pada posisi tersebut lagi, sehingga karyawan yang bersangkutan tidak berhak lagi untuk menerimanya.

Dengan demikian, selain menerima gaji pokok yang besarnya telah ditentukan, pada umumnya setiap karyawan juga akan menerima berbagai macam tunjangan serta dikurangi dengan berbagai macam kewajiban yang harus dibayarkan kepada perusahaan. Secara umum dapatlah dikatakan, bahwa komponen gaji yang diterima seseorang, pada umumnya terdiri atas : Gaji Pokok, Aneka tunjangan, aneka Potongan. Selain penelitian diatas, penelitian lain yang digunakan sebagai dasar adalah penelitian yang dilakukan oleh Menurut Hasibuan (2013:117) menyatakan “Insentif adalah tambahan balas jasa yang diberikan kepada karyawan tertentu yang prestasinya di atas prestasi standar. Insentif ini merupakan alat yang dipergunakan pendukung prinsip adil dalam pemberian kompensasi”.

### **Pembahasan**

Dalam proses pencapaian tujuan organisasi atau perusahaan, karyawan atau tenaga kerja mempunyai peran yang sangat penting sebagai pelaksana kegiatan operasional. Untuk itu perusahaan harus memperhatikan kebutuhan hidup karyawan tersebut. Pemberian insentif merupakan sarana agar karyawan dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan adanya insentif yang sesuai dan layak maka kinerja yang mereka hasilkan pun akan meningkat.

Pemberian insentif dimaksudkan agar dapat memenuhi kebutuhan para pegawai dan keluarga mereka. Istilah sistem insentif pada umumnya digunakan untuk menggambarkan rencana-rencana pembayaran upah yang dikaitkan secara langsung atau tidak langsung dengan berbagai standar kinerja pegawai atau profitabilitas organisasi. Kompensasi dan insentif mempunyai hubungan yang sangat erat, di mana insentif merupakan komponen dari kompensasi dan keduanya sangat menentukan dalam pencapaian tujuan dan sasaran organisasi secara keseluruhan. Insentif dapat dirumuskan sebagai balas jasa yang memadai kepada pegawai yang prestasinya melebihi standar yang telah ditetapkan. Insentif merupakan suatu faktor pendorong bagi pegawai untuk bekerja lebih baik agar kinerja pegawai dapat meningkat. Untuk memperoleh pengertian yang lebih jelas tentang insentif, di bawah ini ada beberapa ahli manajemen mengemukakan pengertian mengenai insentif. Jadi, sistem insentif sebenarnya lebih merupakan perluasan atau pelengkap proses penentuan upah. Pemberian insentif merupakan salah satu hal pokok yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Semangat tidaknya karyawan bisa juga disebabkan oleh besar kecilnya insentif yang diterima. Apabila karyawan tidak mendapatkan insentif yang sesuai dengan besarnya pengorbanan dalam bekerja, maka karyawan tersebut cenderung malas bekerja dan tidak bersemangat yang ada akhirnya mereka bekerja semauanya tanpa ada kepuasan kerja yang memadai, yaitu sebagaimana diharapkan oleh karyawan tersebut.

Jika ada peningkatan dan perbaikan pada program insentif bagi karyawan di *Sogo Branded Store* di masa mendatang, semakin tinggi insentif bagi karyawan maka semakin tinggi kinerja karyawan, sebaliknya semakin rendah insentif maka semakin rendah pula kinerja karyawan di departemen penjualan *Sogo Branded Store*.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **kesimpulan**

Berdasarkan hasil uji Regresi Linier (sederhana) menunjukkan bahwa kinerja karyawan secara positif akan meningkat sebesar 60,1%, jika insentif yang diberikan terhadap karyawan *Sogo Branded Store* meningkat sebesar 1%. Hal tersebut menunjukkan bahwa pemberian insentif berpengaruh positif terhadap peningkatan kinerja karyawan *Sogo Branded Store*. Dengan demikian hipotesis diterima.

### **Saran**

Dari kesimpulan yang telah diperoleh, maka dapat diberikan saran – saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan hendaknya lebih memperhatikan besarnya pemberian insentif yaitu berupa imbalan yang diberikan berdasarkan pada persentase penjualan, agar hasil kerja karyawan dalam menjual produk dapat dihargai dan mampu meningkatkan loyalitas karyawan terhadap perusahaan.
2. Bagi karyawan insentif terbukti memberikan pengaruh yang positif terhadap kinerja mereka dalam bekerja. Oleh karena itu, karyawan hendaknya menjadikan insentif sebagai penyemangat dalam bekerja, selain itu harus meningkatkan motivasi dan semangat kerja agar dapat memperoleh insentif yang lebih besar.
3. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya dapat menganalisis faktor- faktor lain yang berpengaruh terhadap peningkatan kinerja karyawan Sogo Branded Store seperti kemampuan karyawan dan motivasi karyawan agar penelitian ini dapat lebih baik.

## 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.
- Arbiansyah, G., & Kristianto, D. (2010). Pemetaan Model Tata Kelola Teknologi Informasi Yang Menunjang Strategi Dan Visi Organisasi Di Indonesia Pada Bank Swasta Xyz. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI)*.
- Ardian, A., & Fernando, Y. (2020). Sistem Informasi Manajemen Lelang Kendaraan Berbasis Mobile (Studi Kasus Mandiri Tunas Finance). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi, 1*(2), 10–16.
- Ariyanti, L. (2020). Sistem Informasi Akademik Dan Administrasi Dengan Metode Extreme Programming Pada Lembaga Kursus Dan Pelatihan. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi (JTISI), 1*(1), 90–96.
- Bhara, A. M., & Syahida, A. R. (2019). Pengaruh Iklan “Shopee Blackpink Sebagai Brand Ambassador” Terhadap Minat Belanja Online Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, 8*(4), 288–296.  
<https://publikasi.unitri.ac.id/index.php/fisip/article/view/1962>
- Borman, R. I., Rosidi, A., & Arief, M. R. (2017). Evaluasi penerapan sistem informasi manajemen kepegawaian (simpeg) di badan kepegawaian daerah kabupaten pamekasan dengan pendekatan human-organization-technology (hot) fit model. *Respati, 7*(20).
- 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.

- Darwis, D. (2019). Komparasi Metode Scoring System dan Profile Matching untuk Mengukur Kinerja Karyawan pada PT Wahana Rahardja. *Jurnal Komputasi*, 7(2).
- Dwinta, H. (2017). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT MEMBELI BARANG ONLINE: STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN RADEN FATAH PALEMBANG.[SKRIPSI]*. UIN RADEN FATAH PALEMBANG.
- 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., & Ahluwalia, L. (2020). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek pada Kepuasan dan Keterlibatan Pelanggan yang Berimplikasi Febrian, A., & Ahluwalia, L. (2020). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek pada Kepuasan dan Keterlibatan Pelanggan yang Berimplikasi pada Niat Pembelian di E-Commerce. *J. Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 13(3), 254. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v13i3.19967>
- Febrian, A., & Hapsari, chintia annisa vina. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Memengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Mediasi. *Buletin Studi Ekonomi*, 24(2), 279–287.
- Harumy, T.H.F., Julham Sitorus, M. L. (2018). Sistem Informasi Absensi Pada Pt . Cospar Sentosa Jaya Menggunakan Bahasa Pemrograman Java. *Jurnal Teknik Informartika*, 5(1), 63–70.
- Hasanah, & Hanifah, A. (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>
- Hidayat, R. (2014). Sistem Informasi Ekspedisi Barang Dengan Metode E-CRM Untuk Meningkatkan Pelayanan Pelanggan. *Sisfotek Global*.
- Kusniyati, H. (2016). Culture is a way of life that developed and shared by a group of people , and inherited from one technology as a competitive sector that can added value to the business processes that run . The development of information and communication technology make. *APLIKASI EDUKASI BUDAYA TOBA SAMOSIR BERBASIS ANDROID Harni*, 9(1), 9–18.
- 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., & 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>
- Logo, J. F. B., Wantoro, A., & Susanto, E. R. (2020). Model Berbasis Fuzzy Dengan Fis Tsukamoto Untuk Penentuan Besaran Gaji Karyawan Pada Perusahaan Swasta.

- Jurnal Teknoinfo*, 14(2), 124–130.
- Mahmuda, S., Sucipto, A., & Setiawansyah, S. (2021). Pengembangan Sistem Informasi Pengolahan Data Tunjangan Karyawan Bulog (TKB)(Studi Kasus: Perum Bulog Divisi Regional Lampung). *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Akuntansi*, 1(1), 14–23.
- Napianto, R., Utami, E., & Sudarmawan, S. (2017). VIRTUAL PRIVATE NETWORK (VPN) PADA SISTEM OPERASI WINDOWS SERVER SEBAGAI SISTEM PENGIRIMAN DATA PERUSAHAAN MELALUI JARINGAN PUBLIK (STUDI KASUS: JARINGAN TOMATO DIGITAL PRINTING). *Respati*, 7(20).
- Novianti, H., Allsela, M., & Nurul. (2016). Penerapan Konsep Customer Relationship Management (Crm) Pada Sistem Informasi Penyewaan Lapangan Futsal Di Swadaya Futsal Palembang. *Jurnal Sistem Informasi (JSI)*, 8(2), 2355–4614.
- Nuh, A. (2021). Perancangan Sistem Informasi Inventory Barang. *Perancangan Sistem Informasi Inventory Barang*, 53(9), 1689–1699.
- 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). Pengaruh Daya Tarik, Kepercayaan, Dan Keahlian Celebrity Permatasari, B. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kepercayaan, Dan Keahlian Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian. *TECHNOBIZ : International Journal of Business*, 2(2), 76. <https://doi.org/10.3333.TECHNOBIZ:InternationalJournalofBusiness>, 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 Waru Permatasari, 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.
- Prayogo, D., Pondaag, J., & Ferdinand Tumewu, F. (2017). Analisis Sistem Antrian Dan Optimalisasi Pelayanan Teller Pada PT. Bank Sulutgo. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 928–934.
- 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.
- Ruslaini, R., Abizar, A., Ramadhani, N., & Ahmad, I. (2021). PENINGKATAN MANAJEMEN DAN TEKNOLOGI PEMASARAN PADA UMKM OJESA (OJEK SAHABAT WANITA) DALAM MENGATASI LESS CONTACT EKONOMI MASA COVID-19. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 139–144.
- 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.

- Sulistiani, H., Yuliani, A., & Hamidy, F. (2021). Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Upah Lembur Karyawan Menggunakan Extreme Programming. *Technomedia Journal*, 6(1 Agustus).
- Surahman, A., & Nursadi, N. (2019). Sistem Pendukung Keputusan Kenaikan Gaji Karyawan Dengan Metode Topsis Berbasis Web. *JTKSI (Jurnal Teknologi Komputer Dan Sistem Informasi)*, 2(3), 82–87.
- Tuhuteru, H., & Iriani, A. (2018). Analisis Sentimen Perusahaan Listrik Negara Cabang Ambon Menggunakan Metode Support Vector Machine dan Naive Bayes Classifier. *Jurnal Informatika: Jurnal Pengembangan IT*, 3(3), 394–401. <https://doi.org/10.30591/jpit.v3i3.977>
- Unisma, F. E. (2021). *Pengaruh Atribut Brand Ambassador Syahrini Terhadap Keputusan Pembelian Tora Bika Kopi Susu (studi kasus pada santri pesantren Mahasiswa Al Hikam malang)*. 10, 1–13.