

Didin Fatihudin  
Nurullali Mauliddah

# Era Digitalisasi Ekonomi, Keuangan dan Bisnis

## untuk Keberlangsungan Perusahaan

*Era of Digitalization Economy, Finance and Business for Company Sustainability*

Era Digitalisasi Ekonomi, Keuangan dan Bisnis untuk Keberlangsungan Perusahaan

Buku ini fokus pada digitalisasi ekonomi, keuangan dan bisnis untuk keberlangsungan perusahaan. Digitalisasi ekonomi Indonesia, juga negara lain di Dunia bergerak cepat berkat kemajuan teknologi komunikasi dan informasi. Informasi dan komunikasi antar personal, komunal, nasional, regional dan internasional hampir tidak ada batas ruang, waktu dan tempat. Walaupun Covid19-20 menurunkan aktivitas perusahaan. Disisi lain dirasakan efisien utilitas-nya dalam digitalisasi ekonomi, terutama komunikasi di sektor jasa ; pendidikan, kesehatan, farmasi-obat, food-beverage, logistik dan internet.

Mobilitasnya terus menggeliat dari pelaku ekonomi dari produksi-manufacturing, perdagangan dan jasa. Banyak perusahaan bermunculan untuk bisnis digital seperti e-dagang, e-tol, e-commerce, marketplace, e-wallet, e-money, lainnya. Baik yang berbasis Aplikasi server maupun Kartu Chip. Jasa pengiriman uang, jasa logistik, jasa perbankan. Kemajuan teknologi internet ini membuat tindakan menjadi lebih efisien.

Efisiensi adalah tujuan dari aktivitas ekonomi. Mulai dari harga, kuantitas hingga tercapai equilibrium pasar. Dari harga pasokan, proses produksi hingga ke volume produk kapasitas dan skala usaha. Dari faktor produksi-operasi, tenaga kerja, keuangan dan marketing. Mulai dari perencanaan, perorganisasian, budgeting, pelaksanaan, hingga monitoring-evaluasi. Jika tidak efisien tidak memperoleh margin, keuntungan, return, profit, revenue. Meminimalisir biaya (cost) untuk memperoleh keuntungan(profit) yang optimal. Selamat membaca.\*

ISBN: 978-623-8222-86-5



9 786238 222865

Penybit

Zifatama Jawara

Jalan Taman Pondok Jati, Taman

Sidoarjo 41257, Jawa Timur

Telp : 031-99784278 / 0812-1427-0501

Email : zifatama1@gmail.com

Zifatama

Zifatama

# Era Digitalisasi Ekonomi, Keuangan dan Bisnis untuk Keberlangsungan Perusahaan

*Editor:*

**Didin Fatihudin**

*Co Editor:*

**Nurullali Mauliddah**

*Penulis:*

Prof Anis Eliyana, Soni Harsono, Didin Fatihudin, Fitri Nuraini, Soedarmanto, Nurullaili Mauliddah, Tyasha Ayu Melynda Sari, Fauzie Senoaji, Muhammad Anang Firmansyah, Mochamad Mochklas, Adhar Putra Setiawan, Marista Oktaviani, Budi Wahyu Mahardhika, Dwi Songgo Panggayudi, Anita Roosmawarni, Muhammad Alhakim Danurwindo, Siti Salbiyah, Rosyidin Sulthoni Ramadhan, Gita Desipradani, Halimatus Sa'diyah, Dina Novita, Allmaduddin Futuwah, Anggita Nurhayati, Fahreza Febianti Kartikasari, Muhammad Akmal Sholahuddin



# Era Digitalisasi Ekonomi, Keuangan dan Bisnis untuk Keberlangsungan Perusahaan

**Editor:** Didin Fatihudin

**Co Editor:** Nurullali Mauliddah

**Penulis:** Prof Anis Eliyana, Soni Harsono, Didin Fatihudin, Fitri Nuraini, Soedarmanto, Nurullaili Mauliddah, Tyasha Ayu Melynda Sari, Fauzie Senoaji, Muhammad Anang Firmansyah, Mochamad Mochklas, Adhar Putra Setiawan, Marista Oktaviani, Budi Wahyu Mahardhika, Dwi Songgo Panggayudi, Anita Roosmawarni, Muhammad Alhakim Danurwindo, Siti Salbiyah, Rosyidin Sulthoni Ramadhan, Gita Desipradani, Halimatus Sa'diyah, Dina Novita, Allmaduddin Futuwwah, Anggita Nurhayati, Fahreza Febianti Kartikasari, Muhammad Akmal Sholahuddin

© 2024

Diterbitkan Oleh:



Cetakan Pertama, Maret 2024  
Ukuran/ Jumlah hal: 15,5x23 cm / 319 hlm  
Layout : Wisnu  
Cover: Wisnu

ISBN : 978-623-8222-86-5

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

Sanksi Pelanggaran Pasal 22  
Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002  
Tentang Hak Cipta:

Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat(1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat (satu) bulan dan/ atau denda paling sedikit Rp 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/ atau denda paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (lima milyar rupiah).

Barangsiapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana paling lama 5 (lima) tahun dan/ atau denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit.

# KATA PENGANTAR

Buku ini berupa bunga rampai yang ditulis oleh pemilik kompetensi bidangnya. Temanya mencoba mengkaitkan aktivitas perusahaan dengan isu digitalisasi ekonomi. Puji syukur hanyalah milik *Allah Swt* semata pemberi inspirasi, pemikiran, ide, gagasan kepada para penulis, hingga melahirkan tulisan yang *insyaAllah* bermanfaat bagi pembaca.

Isu-isu Indonesia kekinian. Ekonomi digital, ekonomi hijau, ekonomi biru, ekonomi halal, literasi keuangan-inklusi keuangan. Isu tersebut merupakan isu internasional yang harus diimplementasikan oleh industri seluruh negara di berbagai belahan dunia. *Zero carbon*, udara bersih menjadi tujuan. Terutama Perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang produksi-*manufacturing*, industri pengolahan berbasis *fosil*. Dihimbau agar mengurangi polusi udara yang dapat mengganggu keseimbangan ekosistem alam semesta.

Buku ini fokus pada digitalisasi ekonomi, keuangan dan bisnis untuk keberlangsungan perusahaan. Digitalisasi ekonomi Indonesia, juga negara lain di Dunia bergerak cepat berkat kemajuan teknologi komunikasi dan informasi. Informasi dan komunikasi antar personal, komunal, nasional, regional dan internasional hampir tidak ada batas ruang, waktu dan tempat. Dari kasus Covid19-20 justru dirasakan efisiensi *utilitas*-nya dalam digitalisasi ekonomi, terutama komunikasi disektor jasa ; pendidikan, kesehatanfarmasi, makan-minuman, logistik dan internet.

Mobilitasnya terus menggeliat dari pelaku ekonomi dari produksi-manufacturing, perdagangan dan jasa. Banyak perusahaan bermunculan untuk bisnis digital seperti edagang, e-tol, *e-commerce*, *marketplace*, *e-wallet*, *e-money*, lainnya. Baik yang berbasis *Aplikasi server* maupun *Kartu Chip*. Jasa pengiriman uang, jasa logistik, jasa perbankan. Kemajuan teknologi internet ini membuat tindakan menjadi lebih efisien.

Efisiensi adalah tujuan dari aktivitas ekonomi. Mulai dari harga, kuantitas hingga tercapai equilibrium pasar. Dari harga pasokan, proses produksi hingga ke volume produk-kapasitas dan skala usaha. Dari faktor produksi-operasi, tenaga kerja, keuangan dan *marketing*. Mulai dari perencanaan, perorganisasian, budgeting, pelaksanaan, hingga monitoring-evaluasi. Jika tidak efisien, perusahaan tidak akan memperoleh margin, keuntungan, *return*, *profit*, *revenue*. Meminimalisir biaya (*cost*) untuk memperoleh keuntungan (*profit*) yang optimal.

Tiada kata yang paling indah, kecuali ucapan *thank you very much* kepada seluruh *author* yang ikhlas memberikan kontribusi tulisan hingga terwujud menjadi sebuah buku. Berharap hanya kepada Allah Swt., semoga buku ini menjadi "*ilmun yuntafa'u bih*" amal jariyah bekal di akhirat. Amin.

Surabaya, 17 Januari 2024.-

Editor

# SAMBUTAN

Alhamdulillah telah terbit buku bunga rampai tentang digitalisasi ekonomi, bisnis dan keuangan untuk keberlangsungan perusahaan di Indonesia. Buku ini sesuai dengan harapan kami. Semoga bermanfaat bagi seluruh civitas akademika, masyarakat dan bangsa Indonesia. Khususnya bagi keluarga besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Dosen Memiliki kewajiban Tri Dharma Perguruan tinggi. Pendidikan-pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. PTM dikenal catur dharma perguruan tinggi; plus Al-Islam Kemuhammadiyah. Terbitnya buku bunga rampai ini saya menyambut dengan baik. Sebab merupakan salahsatu bagian kewajiban para dosen untuk melakukan riset, menulis karya ilmiah seperti artikel di jurnal-jurnal ilmiah nasional maupun internasional yang bereputasi.

Tujuan penyusunan buku ini adalah untuk mewedahi inspirasi, pemikiran para dosen dalam menuangkan ide-gagasan dari sudut keilmuan yang dimilikinya. Disamping memberikan contoh dan inspirasi kepada mahasiswa untuk terdorong mengembangkan gagasan-pemikirannya yang jernih, bersih, kritis dalam memperjuangkan nilai-nilai kebenaran yang bersifat universal. Tidak terjebak pada pemikiran gagasan yang bersifat pragmatis, jangka pendek.

Terima kasih kepada para penulis yang sudah berkontribusi tulisannya sehingga terwujud menjadi sebuah buku. Juga pada *editor, co editor, reviewer*, penerbit yang sudah mempublikasikan buku ini, semoga mendapat balasan yang setimpal dari-Nya.

Surabaya, 18 Januari 2024

Dekan FEB UMSurabaya,



Dr. Mochammad Mockhlas, S.Si., MM  
NIDN. 0706097101

# DAFTAR ISI

Halaman

			Hal
1	Prof. Anis Eliyana	PERAN MOTIVASI INTRINSIK TERHADAP DIGITALISASI DI TEMPAT KERJA: <i>PERSPEKTIF TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL</i> Anis Eliyana	1
2	Soni Harsono	MENCIPTAKAN KEPUASAN, LOYALITAS DAN <i>CUSTOMER CITIZENSHIP BEHAVIOR (CCB)</i> DENGAN PERAN <i>SERVICE ORIENTED CITIZENSHIP BEHAVIOR (SOCB)</i> DAN KUALITAS LAYANAN DI PERBANKAN. Soni Harsono	21
3	Prof. Didin Fatihudin	MEKANISME PERDAGANGAN MELALUI MEDIA SOSIAL ERA DIGITALISASI EKONOMI INDONESIA Didin Fatihudin, Rieska Maharani, Rina Maretasari, Ikbar Luqyana	45
4	Fitri Nuraini	KELEBIHAN DAN KEKURANGAN TRANSAKSI <i>ONLINE (ECOMMERCE)</i> Fitri Nuraini	59
5	Soedarmanto	PENILAIAN INVESTASI ALAT BONGKAR MUAT Soedarmanto, Nur Widyawati, Annisa Balqis Artnasoni	73
6	Nurullaili Mauliddah	STUDI KOMPARASI LAYANAN <i>BUY NOW PAY LATER</i> YANG MENJADI TREN TRANSAKSI MILLENIAL DAN GEN Z Nurullaili Mauliddah, Asyidatur Rosmaniar, Mutia Arfiani	83

7	Tyasha Ayu Melynda Sari	<i>CASHLESS SOCIETY</i> PADA DIGITALISASI KEUANGAN PERUSAHAAN Tyasha Ayu Melynda Sari	104
8	Fauzie Senoaji	DIGITALISASI PEMASARAN UMKM DALAM PENGUATAN EKONOMI INKLUSIF MASYARAKAT KECIL INDONESIA Fauzie Senoaji, Ratih Mekar Sari	122
9	Muhammad Anang Firmansyah	MODEL BISNIS DIGITALISASI Muhammad Anang Firmansyah	139
10	Mochamad Mochklas	ERA DIGITALISASI: PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH MELALUI PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA Mochamad Mochklas	163
11	Adhar Putra Setiawan	TANTANGAN PAJAK PADA INDUSTRI DIGITAL INDONESIA Adhar Putra Setiawan	184
12	Marista Oktaviani	TRANSFORMASI DIGITAL TERWUJUD DALAM <i>CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY</i> PERUSAHAAN Marista Oktaviani, Budi Wahyu Mahardhika	200
13	Prof. Didin Fatihudin.	JASA PENGIRIMAN UANG-TRANSFER ANTAR BANK -JASA KEUANGAN LAIN UNTUK Mendukung Digitalisasi Ekonomi di Indonesia Didin Fatihudin, Dwi Songgo Panggayudi, Anita Roosmawarni	216
14	Muhammad Alhakim Danurwindo	MENGUKUR KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KUALITAS PELAYANAN, PENGGUNAAN APLIKASI PLN MOBILE, DAN PROMOSI Muhammad Alhakim Danurwindo, Siti Salbiyah, Rosyidin Sulthoni Ramadhan	227

15	Gita Desipradani	DIGITALISASI, AKUNTABILITAS DAN TRANSPARANSI DANA KAMPANYE PEMILU 2024 Gita Desipradani, Halimatus Sa'diyah	245
16	Dina Novita	KONTROL PERILAKU KARYAWAN DALAM ORGANISASI Dina Novita	263
17	Ali Imaduddin Futuwwah	PEMASARAN HALAL DAN DIGITALISASI PADA GENERASI Z DI INDONESIA Ali Imaduddin Futuwwah	271
18	Anggita Nurhayati	MENGOPTIMALKAN POTENSI DIGITAL UNTUK KEBERLANGSUNGAN PERUSAHAAN Anggita Nurhayati, Fahreza Febianti Kartikasari, Muhammad Akmal Sholahuddin	283

# **CASHLESS SOCIETY PADA DIGITALISASI KEUANGAN PERUSAHAAN**

**Tyasha Ayu Melynda Sari<sup>1</sup>, Zeni Rusmawati<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Email: tyasha.ayu.ms@umsurabaya.ac.id

## **PENDAHULUAN**

Era industry digital 4.0 sedang menuju dukungan Masyarakat 5.0. Teknologi terus berkembang dan manusia dimudahkan dalam setiap kegiatannya. Perubahan akan dirasakan terus-menerus seiring waktu. Akibat perkembangan teknologi, produk-produk hasil *artificial intelligence* selalu menghadirkan sisi positif dan negatif (Marlina et al., 2020). Konsep *society* 5.0 adalah untuk membangun masyarakat ketika perkembangan ekonomi dan solusi atas permasalahan dapat diraih, serta setiap orang dapat menikmati hidup yang berkualitas. Komponen utamanya adalah manusia yang mampu menciptakan nilai baru melalui perkembangan teknologi dapat meminimalisir adanya kesenjangan pada manusia dan masalah ekonomi dikemudian hari. Memang rasanya sulit dilakukan di negara berkembang seperti Indonesia, namun bukan berarti tidak bisa dilakukan karena saat ini negara Jepang sudah membuktikannya sebagai negara dengan teknologi yang paling maju (Sugiono, 2020).

Teknologi dan pengembangan kemampuan baru menjadi kunci untuk menghadapi tantangan dan meningkatkan efisiensi serta pengalaman pelanggan

(Ardiansyah, 2023). Oleh karena itu, bisnis dengan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi tidak hanya memiliki konsumen yang senang, namun juga menghasilkan lebih banyak pendapatan. Lembaga keuangan dapat menawarkan pengalaman konsumen yang lebih baik dan lebih individual berkat transformasi digital. Nasabah dapat mengakses rekeningnya, melakukan transaksi, dan memperoleh informasi secara *real-time* dengan menggunakan aplikasi perbankan digital. Chatbots dan asisten virtual juga dapat digunakan untuk menawarkan bantuan pelanggan yang responsif dan harga terjangkau. Selain itu, perusahaan dapat menawarkan saran untuk produk dan layanan yang memenuhi persyaratan dan minat pelanggan mereka berkat analisis data yang lebih canggih.

Perkembangan teknologi menjadikan Indonesia menuju transformasi digital bagi sektor perekonomian terutama keuangan. Transformasi digital di sektor keuangan dapat mempercepat dan meningkatkan kegunaan layanan melalui otomatisasi sistem. Kemajuan teknologi yang telah hadir di dunia keuangan pun telah memacu transaksi menjadi lebih *cashless* dan memberikan nilai efisiensi yang tinggi bagi dunia usaha.

## **TELAAH PUSTAKA**

### **Transformasi Digital Bagi Perusahaan**

Industri 4.0 mendorong perusahaan untuk melakukan transformasi digital, termasuk perusahaan. Digitalisasi penting dilakukan agar perusahaan mampu melakukan efisiensi dalam proses bisnis dan produksi serta menghasilkan produk berkualitas. Beberapa manfaat dapat diperoleh diantaranya proses produksi saling terintegrasi, biaya operasional berkurang karena automasi proses produksi, kontrol kualitas produk bisa dilakukan secara cepat dan akurat, dan pendataan produk bisa dilakukan secara otomatis.

Digital akan membuat perusahaan dapat beradaptasi dengan perubahan ekstrem di masa depan. Contohnya, perubahan pasar akibat pandemi Covid-19. Transformasi digital merupakan isu besar yang berpengaruh dalam setiap aspek kehidupan, termasuk sektor finansial. Oleh karenanya, para pelaku industri berupaya untuk mempercepat proses transformasi digital sektor keuangan. Pengaruh perkembangan teknologi melalui digitalisasi memaksa para perusahaan untuk terus beradaptasi, salah satunya melalui transformasi digital. Transformasi digital adalah bagian proses dari transformasi bisnis. Transformasi digital mampu meningkatkan kinerja perusahaan maupun individu dengan mengubah cara bisnis yang dilakukan baik menjalankan bisnis skala menengah hingga besar. Efisiensi kerja menjadi harga mahal untuk mengoptimalkan pendapatan. Melalui transformasi digital, perusahaan mendapatkan cara pandang baru dalam mengelola perusahaan, mengoptimalkan operasional perusahaan, dan mengubah model bisnis lebih efisien. Jadi transformasi digital adalah transformasi bisnis di era modern.

Pada pengertiannya, transformasi digital sektor keuangan merupakan upaya pengelolaan finansial dengan mengandalkan ekosistem digital serta teknologi terbaru. Penerapan transformasi digital sektor keuangan yang efektif akan memberikan banyak manfaat, termasuk di antaranya adalah:

- Meningkatkan efisiensi
- Mengurangi tingkat kesalahan
- Mengoptimalkan alokasi tenaga kerja
- Mempercepat proses yang perlu dijalani

Berikut ini beberapa alasan mengapa transformasi digital sangat penting untuk keberlangsungan bisnis:

1. Mampu Beradaptasi Dengan Perubahan Perilaku Konsumen

Kemajuan teknologi serta transformasi digital saat ini telah membawa perubahan pada perilaku konsumen. Perubahan yang paling mendasar adalah minat konsumen untuk berbelanja secara langsung dengan mendatangi toko telah berkurang. Saat ini sebagian besar konsumen lebih cenderung melakukan transaksi *online* karena lebih praktis dan efisien. Hanya dengan *smartphone* yang terhubung dengan koneksi internet, konsumen dapat membeli berbagai kebutuhan mereka. Tidak perlu mengkhawatirkan jalanan yang macet, cuaca buruk atau menunggu lama saat antri.

Agar bisnis tetap berjalan dengan lancar, pebisnis tentu harus melakukan transformasi digital untuk dapat beradaptasi dengan perubahan tersebut. Misalnya dengan membuat toko *online* dan mengoptimalkan pemasaran produk atau jasa dengan *digital marketing*. Saat ini sudah banyak pebisnis yang membuat *website* atau memanfaatkan *marketplace* seperti Tokopedia, Lazada dan Shopee untuk membuka toko *online*.

2. Meningkatkan Kepuasan Konsumen

Transformasi digital memudahkan konsumen untuk memperoleh informasi terkait dengan produk atau jasa yang ditawarkan tanpa batasan waktu dan tempat. Pelayanan pun juga dapat dilakukan lebih optimal, baik dalam proses transaksi pembelian, pengiriman, atau komplain atas kendala yang mungkin terjadi maupun cara mengatasinya. Sehingga dengan adanya transformasi digital maka mampu meningkatkan kepuasan bagi konsumen.

### 3. Lebih Menghemat Waktu dan Biaya

Dalam mengaplikasikan teknologi digital untuk bisnis, perusahaan akan memperoleh banyak keuntungan dari sisi efisien waktu dan penghematan biaya pengeluaran. Misalnya jika Anda memiliki bisnis dengan cabang yang tersebar di beberapa kota, maka pengiriman dokumen antar cabang bukan lagi menjadi suatu masalah. Data atau dokumen dapat dengan mudah di *share* melalui Google Drive.

Pengaplikasian teknologi digital juga bisa memungkinkan bagi bisnis kecil dapat menjangkau target pasar yang luas. Apabila sebelumnya pemasaran hanya dilakukan dengan membayar iklan di televisi atau media cetak, kini pemasaran dapat dilakukan secara *online*. Misalnya dengan membuat *website*, bisnis kecil juga memiliki kesempatan untuk memasarkan produk atau jasanya ke seluruh Indonesia.

### 4. Upaya yang Efektif dan Efisien

Setelah terjadinya transformasi digital, semua sistem akan terkomputerisasi dan terintegrasi. Pelayanan terhadap konsumen dan pemasaran dapat berjalan lebih optimal. Kemungkinan *human error* juga dapat diminimalisir. Hal ini merupakan upaya yang efektif dan efisien. Tidak hanya waktu dan biaya, tetapi juga tenaga.

### 5. Mengurangi Risiko Kecurangan Internal

Pengembangan Informasi Teknologi (IT) beserta segala sistem yang terkomputerisasi dan terintegrasi merupakan bentuk dari transformasi digital. Hal itu dapat mengurangi risiko kecurangan yang terjadi di internal perusahaan. Setiap ada data informasi dan laporan akan terekam dalam *database* serta ada sistem keamanan yang membuat akses pada data penting hanya terbatas pada orang yang punya otoritas.

## 6. Meningkatkan Nilai Saing dan Profit

Tidak dapat dipungkiri dengan perkembangan teknologi saat ini, ada lebih banyak tantangan yang harus dihadapi dalam menjalankan suatu bisnis. Salah satunya adalah ketatnya persaingan antar bisnis. Laju bisnis di era digital ini bergerak dinamis dan sangat cepat. Agar tidak kalah dalam persaingan antar bisnis atau setidaknya bisa bertahan di pasar, sebagai pebisnis harus meningkatkan nilai daya saing dengan melakukan transformasi digital sehingga dapat meningkatkan keuntungan.

### **METODE-LINGKUP KAJIAN**

#### **Digitalisasi Keuangan**

Penerapan digitalisasi memberikan kemudahan bagi pemilik usaha, karena dapat mengurangi resiko terjadinya kesalahan perhitungan, kerusakan atau kehilangan dokumen keuangan, mempercepat waktu penyusunan dan mengevaluasi hasil keuangan usaha dimanapun berada. Pemilik usaha tidak diharuskan memiliki latar belakang pendidikan bidang akuntansi.

Menganalisis laporan keuangan sangatlah penting untuk dilakukan agar data keuangan bisnis atau perusahaan dapat dimanfaatkan dalam mendukung keputusan yang akan diambil baik oleh manajemen maupun pihak eksternal yang mempunyai kepentingan terhadap perusahaan. Laporan keuangan juga memiliki fungsi sebagai alat komunikasi antara data keuangan atau aktivitas keuangan perusahaan dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan data atau aktivitas perusahaan tersebut. Laporan keuangan terdiri dari neraca, laporan laba/rugi, dan laporan perubahan modal. Setiap analisa laporan dituntut untuk menyajikan datanya lebih baik dan cepat kepada para pengambil keputusan.

Risiko dan peluang teknologi perlu diidentifikasi dan dipahami dengan baik oleh kalangan profesi di tengah tren IT global, agar dunia bisnis dapat bertumbuh dengan aman dan optimal. Berdasarkan perspektif peluang teknologi ada konsep *big data* dan analisa risiko sementara dalam perspektif risiko teknologi berkembang dinamika *cyber security*. Oleh karena itu harus dimanfaatkan dan dimaksimalkan dari segi digital. Digitalisasi keuangan digunakan untuk minimalisir kehilangan data, mengidentifikasi keadaan neraca bisnis secara lebih akurat dan mudah, menciptakan uang menjadi digital sehingga lebih praktis digunakan, serta memberikan kemudahan dalam melakukan pencatatan atau pembukuan keuangan perusahaan.

Perusahaan perbankan dan industri jasa keuangan berupaya mewujudkan transformasi digital di sektor keuangan, yaitu :

1. *Blockchain*

Teknologi Blockchain dapat mempercepat proses keuangan bagi perusahaan. Selain itu, perusahaan dapat memotong biaya yang terkait dengan administrasi database.

2. *Real-Time Data Visualization*

Sektor keuangan menerapkan transformasi digital melalui penggunaan teknologi berbasis *cloud* yang didukung oleh arsitektur perangkat lunak yang ramah pengguna. Dengan menggunakan teknologi ini, pengguna dapat langsung berkomunikasi dengan pemangku kepentingan mengenai tren dan data terkini. Korporasi menghasilkan banyak uang dari keuntungan ini.

### 3. Automasi Proses

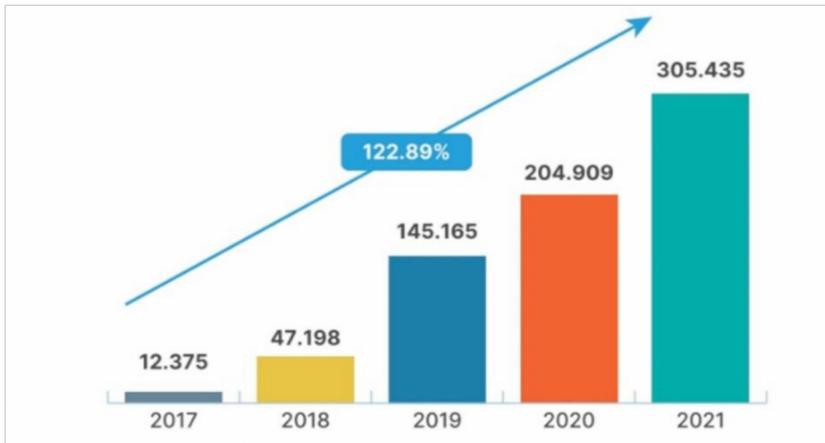
Banyak proses dalam sistem keuangan konvensional yang monoton dan berulang. Teknologi yang canggih dapat memudahkan penyelesaian kegiatan tersebut dengan lebih cepat.

### 4. Teknologi AI

Sektor keuangan dapat memperoleh manfaat besar dari teknologi kecerdasan buatan (AI). Ini dapat digunakan oleh perusahaan untuk menilai data keuangan. Jika didukung oleh fakta yang dapat dipercaya, analisis AI dapat menghasilkan prosedur pengambilan keputusan yang paling efektif untuk perusahaan.

## **Adaptasi Keuangan Perusahaan**

Adanya kemudahan transaksi digital dan banyak provider yang menyediakan layanan tersebut, maka tak ada alasan lagi bagi perusahaan maupun korporasi untuk tidak melakukan digitalisasi sistem keuangannya. Berdasarkan data survei digital oleh *Standard Chartered* pada Agustus 2020, diketahui bahwa 80% masyarakat di Indonesia mengharapkan untuk sepenuhnya tidak lagi menggunakan uang tunai, dan mereka berharap transisi ini terjadi pada tahun 2025.



**Gambar 1.** Perkembangan Penggunaan Pembayaran Digital  
*Sumber: Bank Indonesia, 2023*

Berdasarkan Gambar 1 menjelaskan bahwa perkembangan penggunaan pembayaran digital dari tahun 2017-2021 mengalami kenaikan signifikan sebesar 122,89 persen. Hal tersebut menunjukkan bahwa terjadi transformasi digital yang telah berkembang pesat. Perusahaan menjadi salah satu sektor yang harus mengimplementasikan perkembangan digital sebagai salah satu faktor berdaya saing.

Banyak manfaat yang didapat oleh perusahaan apabila menambah sistem keuangannya secara digital yang terintegrasi untuk meneruskan kegiatan operasinya dengan efektif, selain juga terus menggunakan metode penagihan yang sudah dimiliki perusahaan. Selain itu, berdasarkan data dari Google, Temasek dan Bain & Company, sejak awal pandemi telah ada sekitar 21 juta konsumen digital baru di Indonesia, dan 99 persen di antaranya berniat untuk terus menggunakan layanan digital. Artinya, ini merupakan pasar potensial baru bagi para perusahaan. Selain itu, 96% pelaku

usaha digital juga kini menerima pembayaran digital, dan 28% dari mereka berpendapat bahwa mereka tidak dapat selamat dari dampak pandemi bila tanpa platform digital.

Bagi perusahaan yang ingin beralih ke digital dalam hal penagihan kas atau menerima pembayaran, bisa mencoba menggunakan solusi *Straight2Bank Pay* (S2B Pay) dari *Standard Chartered*. Solusi ini dapat menjadi sistem koleksi uang tunggal perusahaan yang secara digital menerima pembayaran atau melakukan penagihan dana menggunakan berbagai macam metode, seperti pembayaran tunai, dompet digital, transfer bank, maupun menggunakan kartu kredit dan debit. Perusahaan tidak perlu lagi membuka rekening di berbagai bank atau menyiapkan sistem transaksi dengan masing-masing mitra, sehingga bisa mengurangi biaya operasional, menghemat waktu dan mengurangi risiko kejahatan siber yang dapat meningkat bila terlalu banyak dilakukan integrasi sistem dengan pihak luar. *S2B Pay* juga dapat meningkatkan penjualan *online* dengan memperluas jangkauan ke seluruh kota di Indonesia, bahkan hingga luar negeri.

Para pelanggan perusahaan juga diuntungkan karena lebih banyak dari mereka yang kini lebih menyukai metode pembayaran digital bebas sentuhan. Setelah mengklik tautan pembayaran digital (dalam email, faktur digital, halaman *checkout* di situs, dan lain sebagainya), atau memindai kode QR (saat menerima pengiriman atau membayar di konter), pelanggan dengan mudah diarahkan ke halaman gerbang pembayaran *S2B Pay Standard Chartered* yang menunjukkan jumlah pembayaran tertentu yang perlu dilakukan, serta berbagai opsi untuk metode pembayaran. Sementara itu, *Standard Chartered* juga melihat pentingnya perusahaan untuk mendigitalkan tidak hanya sistem penagihannya,

tapi juga sistem pembayarannya. *Standard Chartered* menawarkan *Virtual Account Payment* (VAP) sebagai solusi tunggal pembayaran perusahaan.

Melalui *Virtual Account Payment* (VAP), perusahaan tidak perlu membuka banyak rekening untuk proyek atau kantor cabang yang berbeda-beda sehingga akan merapikan sistem keuangan dari perusahaan tersebut. Meskipun berupa rekening virtual, perusahaan masih bisa mengelompokkan penggunaan VAP-nya berdasarkan proyek atau kantor cabang yang menggunakannya. *Standard Chartered* sebagai pelopor solusi VAP memberikan keunikan tersendiri bagi proposisi yang mana VAP ini masih dapat dioperasikan mirip dengan akun fisik normal. Nasabah-nasabah perusahaan yang menggunakan solusi VAP ini dapat menetapkan matriks otorisasi mereka sendiri atau matriks pengguna untuk mengakses setiap VAP secara berbeda sesuai dengan tujuannya. Hal tersebut dapat menghasilkan struktur akun klien perusahaan yang lebih ramping, transparansi, serta dengan kontrol dan efisiensi yang lebih baik. Tentunya hal ini juga akan sejalan dengan strategi digitalisasi, yang mana rekonsiliasi akan dilakukan secara otomatis.

Bagi perusahaan yang memiliki banyak kantor cabang di seluruh Indonesia maupun hingga ke luar negeri, solusi *Virtual Account Payment* bisa menjadi pilihan untuk memudahkan transaksi keuangan di kantor-kantor cabang. Perusahaan bisa mengoptimalkan manajemen keuangannya dengan memantau semua pergerakan uang. Selain itu, perusahaan juga bisa lebih mencapai efisiensi biaya, mengurangi risiko uang yang hilang, dan memudahkan administrasi. Meskipun jumlah transaksi uang elektronik di Indonesia cukup tinggi, nyatanya perputaran uang tunai atau kartal di Indonesia masih terbilang tinggi diikuti dengan

tantangan dan risiko yang ada. Menurut Bank Indonesia, hingga Oktober 2021 jumlah uang kartal yang diedarkan (UYD) naik 5,9 persen menjadi Rp854,3 triliun. Artinya, masih banyak masyarakat dan perusahaan yang menggunakan uang tunai untuk membayar sesuatu. Bagi perusahaan besar yang masih menerima pembayaran uang tunai, muncul lagi suatu permasalahan baru, yaitu menyetorkan uang tunai tersebut ke bank. Untuk itu, *Standard Chartered* menghadirkan *Cash Deposit Machine* (CDM) yang memudahkan perusahaan untuk melakukan setoran uang. Menariknya, *Cash Deposit Machine* bisa diletakkan di kantor atau lokasi khusus bagi perusahaan yang membutuhkan.

Keuntungan dari menggunakan *Cash Deposit Machine* antara lain melakukan setoran dan *settlement* dalam jumlah banyak secara cepat dan tepat, mengurangi Sumber Daya Manusia dan biaya operasional untuk memindahkan uang dari perusahaan ke bank, serta meningkatkan efektivitas manajemen keuangan. *Cash Deposit Machine* memiliki kemampuan untuk menerima berbagai jenis uang dalam setiap transaksi, yaitu uang kertas atau logam. Uang yang disetorkan akan secara langsung masuk ke rekening perusahaan, dan mengurangi aktivitas penghitungan uang secara manual hingga 75 persen karena mesin secara otomatis menghitung jumlah uang yang disetorkan. Perkembangan digital di sektor keuangan bagi Perusahaan memberikan kemudahan pada internal dan eksternal Perusahaan. Faktor internal di gambarkan dengan kemudahan dalam proses pengelolaan keuangan, sedangkan secara eksternal akan memudahkan para konsumen dalam melakukan transaksi. Hal tersebut juga dapat menjadikan perusahaan sebagai daya saing dibandingkan para pesaingnya. Adanya anjuran untuk menjaga jarak aman dan untuk bekerja dari rumah di

tengah pandemi COVID-19, banyak perusahaan Indonesia dapat mengambil manfaat dari solusi penagihan dana dan pengelolaan keuangan secara digital yang terintegrasi, seperti yang ditawarkan *Standard Chartered*, untuk meneruskan kegiatan operasinya dengan efektif di masa kini, serta meraih peluang yang ditawarkan ekonomi digital di masa mendatang.

### ***Cashless Society***

*Cashless society* atau Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) merupakan transaksi pembayaran non tunai yang memperhatikan aspek efisiensi, keamanan, keandalan, inklusif, dan mengutamakan kepentingan nasional. Adanya *cashless society* ini didukung oleh tingginya penggunaan APMK (Alat Pembayaran Menggunakan Kartu) dan tingginya jumlah uang elektronik beredar. Mendukung *cashless society*, generasi Z telah menggunakan digital payment sebesar 79,4% (Ramadanti and Nawir, 2021).

*Cashless Society* memang memiliki hubungan erat dengan digitalisasi. Oleh karena itu, milenial sebagai generasi yang melek akan teknologi dan hidup ditengah *internet of things* dianggap lebih dapat menyesuaikan diri dengan budaya baru, seperti membayar secara non-tunai. Apalagi, membayar secara non-tunai ini juga sifatnya sangat praktis dan mudah. Tentu sajalah ini sesuai dengan karakteristik dari generasi milenial yang suka segala sesuatunya itu praktis dan bisa dikerjakan melalui ponsel pintar.

Perkembangan ini semakin memudahkan orang maupun perusahaan untuk melakukan berbagai macam transaksi bisnis khususnya perdagangan. Bank Indonesia sendiri bekerjasama dengan beberapa instansi terkait menggalakkan transaksi non tunai yang bertujuan untuk mendorong masyarakat untuk mengurangi transaksi dengan menggunakan uang tunai (*cashless society*).

Bank Indonesia bekerjasama dengan perbankan dan juga pemerintah untuk mewujudkan *cashless society*, yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan *instrument* non tunai. Sehingga berangsur-angsur terbentuk suatu komunitas atau masyarakat yang lebih menggunakan instrument non tunai dalam melakukan transaksi atas kegiatan ekonominya. Dari segi efisiensi, ini mampu menekan anggaran yang dikeluarkan setiap tahunnya untuk mencetak uang. berikut ini beberapa perilaku milenial yang telah berubah akibat kemajuan teknologi (Rif'ah, 2019):

a. Milenial tidak suka jika dompet mereka tebal

Kaum milenial terkenal dengan anti ribet. Mereka lebih suka membawa uang seperlunya saja, cukup buat makan, nonton dan parkir. Sehingga bisa dikatakan dompet mereka tipis. Walau begitu, bukan berarti bahwa pengeluaran mereka tidak besar. Sebenarnya milenial cukup konsumtif menggunakan uangnya. Bagi milenial, solusi untuk tidak terlampaui konsumtif adalah dengan gaya hidup *cashless society*. Pasalnya, mereka mengaku lebih boros jika membawa uang tunai dalam jumlah besar. Tidak hanya itu, dompet yang tebal juga dinilai tidak praktis karena bentuk fisiknya yang terlalu memakan tempat di tas atau di kantong celana. Dari survei yang dilakukan kepada orang-orang usia produktif.

b. Milenial mengandalkan gadget untuk bertransaksi

Generasi milenial sangat mengandalkan gadget untuk bertransaksi. Mereka lebih memilih menggunakan sistem pembayaran non-tunai, dari pembayaran dengan kartu kredit atau kartu debit, hingga sistem teknologi perbankan digital seperti

e-money atau e-wallet. Apalagi dengan kehadiran kartu debit, segala sesuatu memang terasa lebih mudah dalam hal transaksi. Sistem pembayaran tersebut sangat digemari oleh para milenial yang anti ribet, karena bisa menggunakannya dalam transaksi langsung tanpa perlu repot membawa uang tunai.

- c. Mobile banking dan internet banking dianggap sudah ketinggalan zaman

Pada awal mobile banking dan internet banking muncul, produk keuangan nontunai ini banyak digunakan. Sistem perbankan elektronik yang dianggap sangat modern dan sangat memudahkan transaksi tanpa perlu ke ATM atau bank. Namun kini, kedua jenis produk tersebut justru sudah mulai ditinggalkan. Penyebabnya karena muncul produk yang lebih mutakhir yakni e-money dan e-wallet. Para milenial tidak perlu lagi membawa token atau mengingat password, dan tidak perlu lagi melakukan serangkaian prosedur transaksi seperti yang ada pada *internet banking* dan *mobile banking*. Kemudahan yang dirasakan, cenderung lebih nyaman bertransaksi secara digital atau *gadget payment*. Sebab, selain mudah digunakan, juga lebih aman.

- d. Meski suka transaksi non-tunai, milenial tetap punya banyak produk keuangan

Meski tidak begitu suka melakukan transaksi secara tunai, milenial tetap mengenal dan memiliki berbagai jenis produk keuangan. Bahkan produk keuangan yang paling banyak dimiliki oleh para milenial adalah tabungan konvensional. Selanjutnya produk keuangan seperti asuransi, leasing, kartu kredit, deposito, serta KPR juga

cukup diminati oleh para milenial. Popularitas produk keuangan ini juga semakin mencuat karena kebutuhan milenial untuk mempersiapkan masa depannya. Entah itu untuk asuransi kesehatan, properti, jaminan pensiun, dan tabungan darurat. Semakin banyak kebutuhan yang muncul seiring berjalannya waktu, kemungkinan semakin banyak pula produk keuangan yang dimilikinya.

- e. Ada pertimbangan khusus untuk COD ketika transaksi untuk barang-barang tertentu

Meski milenial paling malas membawa uang tunai dalam jumlah banyak dan lebih memilih melakukan transaksi secara digital, namun ada kalanya mereka mempertimbangkan untuk membayar secara tunai, khusus untuk transaksi-transaksi tertentu. Sebagai contoh ketika membeli barang-barang yang membutuhkan pengecekan khusus. Konsumen memilih untuk melakukan transaksi *cash on delivery* (COD) untuk memastikan barang yang dibeli tidak akan mengecewakan. Metode pembayaran seperti ini masih menjadi preferensi mereka karena adanya wabah penipuan barang *e-commerce* yang bisa saja terjadi. Mereka rela mengambil uang sesuai jumlah yang harus mereka bayar, dibandingkan harus transfer sebelumnya namun barang yang diterima rusak atau cacat. Itulah mengapa peran uang tunai sebagai bagian dari aktivitas transaksi milenial sehari-hari tidak bisa dihilangkan.

## KESIMPULAN

Industri 4.0 mendorong perusahaan untuk melakukan transformasi digital, termasuk perusahaan. Digitalisasi penting dilakukan agar perusahaan mampu melakukan efisiensi dalam proses bisnis dan produksi serta menghasilkan produk berkualitas. Banyak manfaat yang didapat oleh perusahaan apabila menambah sistem keuangannya secara digital yang terintegrasi untuk meneruskan kegiatan operasinya dengan efektif, selain juga terus menggunakan metode penagihan yang sudah dimiliki perusahaan. Adanya kemudahan transaksi digital dan banyak provider yang menyediakan layanan tersebut, maka tak ada alasan lagi bagi perusahaan maupun korporasi untuk tidak melakukan digitalisasi sistem keuangannya. *Cashless Society* memang memiliki hubungan erat dengan digitalisasi. Oleh karena itu, milenial sebagai generasi yang melek akan teknologi dan hidup ditengah *internet of things* dianggap lebih dapat menyesuaikan diri dengan budaya baru, seperti membayar secara non-tunai. Apalagi, membayar secara non-tunai ini juga sifatnya sangat praktis dan mudah. Tentu sajahal ini sesuai dengan karakteristik dari generasi milenial yang suka segala sesuatunya itu praktis dan bisa dikerjakan melalui ponsel pintar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, W. M. (2023). Peran Teknologi dalam Transformasi Ekonomi dan Bisnis di Era Digital. *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis*, 1(1), 5–15.
- Marlina, L. Pratama, H. (2020). Cashless Dan Cardless Sebagai Perilaku Transaksi Di Era Digital: Suatu Tinjauan Teoretis Dan Empiris. *Jurnal Co Management*, 3(2), 533–542.
- Ramadanti, H., and Nawir, J. (2021). Analisis Perilaku Keuangan Generasi Z Pada Cashless Society: Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Perilaku Keuangan, Cashless Society. *Jurnal Visionida*, 7(2), 96–109.
- Rif'ah, S. (2019). Fenomena Cashless Society Di Era Milenial Dalam Perspektif Islam. Al-Musthofa. *Journal of Sharia Economics*, 2(1), 1–14.
- Sugiono, S. (2020). Industri Konten Digital Dalam Perspektif Society 5.0 (Digital Content Industry in Society 5.0 Perspective). *JURNAL IPTEKKOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi)*, 22(2), 175–191.

Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.”

### **Fungsi Partai Politik**

Budiardjo (2004) menyatakan ada empat fungsi partai politik, yaitu komunikasi politik, sosialisasi politik, rekrutmen politik dan pengelolaan konflik. Penjabaran dari keempat fungsi tersebut, adalah sebagai berikut :

a. Sarana Komunikasi Politik.

Partai politik bertugas menyalurkan beragam aspirasi masyarakat dan menekan kesimpangsiuran pendapat di masyarakat. Keberadaan partai politik menjadi wadah penggabungan aspirasi anggota masyarakat yang senada (*interest aggregation*) agar dapat di rumuskan secara lebih terstruktur atau teratur (*interest articulation*). Selanjutnya, partai politik merumuskan aspirasi tersebut menjadi suatu usulan kebijaksanaan, untuk diajukan kepada pemerintah agar menjadi suatu kebijakan publik. Di sisi lain, partai politik bertugas membantu sosialisasi kebijakan pemerintah, sehingga terjadi suatu arus informasi berkesinambungan antara pemerintah dan masyarakat.

b. Sarana Sosialisasi Politik.

Dalam usahanya untuk memperoleh dukungan luas masyarakat, partai politik akan berusaha menunjukkan diri sebagai pejuang kepentingan umum. Oleh karena itu partai politik harus mendidik dan membangun orientasi pemikiran anggotanya (dan masyarakat luas) untuk sadar akan tanggungjawabnya sebagai warga negara. Proses tersebut dinamakan sosialisasi politik, yang wujud nyatanya dapat berbentuk ceramah penerangan, kursus kader, seminar dan lain-lain.

c. Sarana Rekrutmen Politik.

Partai politik memiliki fungsi untuk mencari dan mengajak orang yang berbakat untuk aktif berpolitik sebagai anggota partai politik tersebut (*political recruitment*). Hal ini merupakan suatu usaha untuk memperluas partisipasi politik. Selain itu, rekrutmen politik yang di arahkan pada generasi muda potensial menjadi sarana untuk mempersiapkan regenerasi kepemimpinan di dalam struktur partai politik.

d. Sarana Mengelola Konflik.

Partai politik bertugas mengelola konflik yang muncul di masyarakat sebagai suatu akibat adanya dinamika demokrasi, yang memunculkan persaingan dan perbedaan pendapat. Dengan demikian fungsi partai politik dalam kehidupan demokrasi di Indonesia, tidak boleh dianggap “remeh”. Partai politik menjadi “alat” yang digunakan dalam membangun Pemerintahan di Indonesia yang sesuai dengan amanat Undang-Undang Republik Indonesia Tahun 1945.

### **Komisi Pemilihan Umum (KPU)**

Dalam penyelenggaraan Pemilu, terdapat beberapa lembaga yang terlibat untuk menunjang kelancaran proses pemilu. Salah satu lembaga yang terlibat dan berperan besar adalah KPU atau Komisi Pemilihan Umum. menurut Pasal 1 Butir ke-6 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Pemilu, KPU atau Komisi Pemilihan Umum merupakan lembaga penyelenggara pemilu yang bersifat nasional, tetap, dan mandiri yang bertugas untuk melaksanakan pemilu. KPU memiliki visi dan misi tertentu untuk melancarkan penyelenggaraan pemilu. Berikut ini adalah visi dan misi KPU. *Visi* Menjadi Penyelenggara Pemilihan Umum yang Mandiri, Professional, dan Berintegritas untuk Terwujudnya Pemilu yang LUBER

JURDIL atau Langsung, Umum, Bebas, Rahasia, Jujur, dan Adil. *Misi*

1. Meningkatkan kualitas penyelenggaraan pemilu yang efektif dan efisien, transparan, akuntabel, serta aksesibel;
2. Meningkatkan integritas, kemandirian, kompetensi dan profesionalisme penyelenggara pemilu dengan mengukuhkan *code of conduct* penyelenggara pemilu;
3. Menyusun regulasi di bidang pemilu yang memberikan kepastian hukum, progresif, dan partisipatif;
4. Meningkatkan kualitas pelayanan pemilu untuk seluruh pemangku kepentingan;
5. Meningkatkan partisipasi dan kualitas pemilih dalam pemilu, pemilih berdaulat negara kuat; dan
6. Mengoptimalkan pemanfaatan kemajuan teknologi informasi dalam penyelenggaraan pemilu.

### **Penelitian Terdahulu**

Penelitian yang berkaitan dengan transparansi dan akuntabilitas keuangan partai politik mulai banyak dilakukan. Kholmi (2010) menyatakan secara empiris bahwa menurut persepsi konstituen akuntabilitas keuangan partai politik dalam kategori sedang dan rendah, baik pelaporan keuangan tahunan maupun pelaporan keuangan dana kampanye. Diperlukan upaya untuk mendorong partai politik meningkatkan akuntabilitas keuangan, antara lain adanya regulasi yang jelas dari pemerintah dan KPU, penegakan hukum yang efektif, adanya pengawasan atau kontrol keuangan partai politik dari tim independen, administrasi parpol yang tertib, parpol lebih terbuka atas dana kampanye, lebih meningkatkan peran akuntan, dan membangun kredibilitas parpol.

Hasil penelitian Novianti (2010) tentang pengukuran akuntabilitas politik KPU Kabupaten Situbondo pada Pelaksanaan Pilkada 2010, bahwa KPU sebagai lembaga yang bersifat Independen dalam melaksanakan kinerjanya harus tetap berpegang teguh pada aturan perundang-undangan yang ada dan diperlukan azas keterbukaan. Kholmi (2013) melakukan penelitian terhadap 5 partai politik di Malang, yaitu Partai Demokrat, PDI, Golkar, PKS, PAN, PKB, dan PPP, dan dapat disimpulkan bahwa pengurus partai politik sependapat untuk menerapkan tiga kategori akuntabilitas keuangan dalam mengelola organisasi partai politik, yaitu akuntabilitas keuangan tahunan; akuntabilitas keuangan dana kampanye; dan akuntabilitas keuangan dana bantuan APBD. Sebagian besar responden menjawab sangat setuju (47,26%) dan setuju (43,24%) adanya akuntabilitas keuangan partai politik, tetapi masih terdapat pengurus partai sangat tidak setuju (2,31%) atas akuntabilitas keuangan partai politik. Responden juga sangat tidak setuju jika partai melakukan penyusunan program dan rencana keuangan, partai membuat rekening khusus dana kampanye, dan partai memiliki rekening atas nama partai masing-masing prosentase jawaban responden 17,65%.

Rachmatie (2013) dengan penelitiannya tentang partai politik sebagai lembaga publik, tidak terkecuali dituntut melakukan pelayanan informasi terhadap publik yang ingin mengakses segala jenis informasi yang diatur oleh undang-undang. Namun, berdasarkan laporan ICW, betapa sulitnya partai politik memberikan informasi yang diminta oleh pihak ICW. Hasil penelitian Sugiwa (2014) mengungkap 5 partai politik dengan perolehan suara tertinggi di 5 kabupaten/kota di provinsi Bali memenuhi unsur kepatuhan ketepatan waktu pelaporan dan pelaporan sumbangan dana kampanye pada pemilu legislatif 2014.

Diputra (2015) penelitian ini menunjukkan bahwa; 1) KPU Kabupaten Bangli telah melaporkan pengelolaan anggaran hibah dalam pelaksanaan Pilkada Bangli tahun 2015 secara transparan dan akuntabel, 2) Pasangan Calon (Paslon) Bupati dan Wakil Bupati Bangli tahun 2015 sudah melaporkan dana kampanye secara transparan dan akuntabel sesuai dengan PKPU Nomor 8 Tahun 2015 yang dibuktikan dengan pemberian opini patuh dari KAP dan 3) Kendala yang dihadapi dalam proses pertanggungjawaban dari KPU adalah adanya transisi regulasi serta kurangnya pemahaman Paslon dalam membuat laporan dana kampanye.

Permadi (2015) menyatakan bahwa pemahaman pengurus partai politik di DPC PDIP Kota Mojokerto terhadap kewajiban pelaporan keuangan sesuai Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2011 tergolong sangat rendah. DPC PDIP Kota Mojokerto juga tidak menyajikan laporan keuangan sesuai pasal 39 Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2011 tentang partai politik. Dari segi transparansi dan akuntabilitas, partai politik belum menyajikan laporan keuangan yang dapat memenuhi kriteria tersebut.

Mufazzal (2017) hasil penelitiannya ini menunjukkan bahwa 5 partai politik dominan di Provinsi Aceh belum menerapkan standar transparansi sesuai dengan undang-undang tentang keterbukaan informasi publik, sedangkan dalam sisi akuntabilitas menunjukkan Partai Aceh dan Golkar telah menunjukan cukup baik, sedangkan Nasdem, Demokrat dan PAN masih jauh dari harapan.

## LINGKUP KAJIAN

Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan metode studi kepustakaan atau *literatur review*. *Literatur review* merupakan ikhtisar komprehensif

tentang penelitian yang sudah dilakukan mengenai topik yang spesifik untuk menunjukkan kepada pembaca apa yang sudah diketahui tentang topik tersebut dan apa yang belum diketahui, untuk mencari rasional dari penelitian yang sudah dilakukan atau untuk ide penelitian selanjutnya (Denney, A. S., & Tewksbury, 2013).

## **PEMBAHASAN**

### ***Akuntabilitas dan Transparansi Dana Kampanye***

Partai politik hendaknya bersifat akuntabel dan memiliki auditas internal maupun eksternal agar tidak terjadi *split personality* pimpinan atau anggota dengan masalah hukum, Elwood (1993). Sehingga partai politik bersih dari tuduhan korupsi, kolusi dan nepotisme. Kholmi (2010) menyatakan secara empiris bahwa menurut persepsi konstituen akuntabilitas keuangan partai politik dalam kategorisedangdanrendah,baikpelaporankeuangantahunan maupun pelaporan keuangan dana kampanye. Diperlukan upaya untuk mendorong partai politik meningkatkan akuntabilitas keuangan, antara lain adanya regulasi yang jelas dari pemerintah dan KPU, penegakan hukum yang efektif, adanya pengawasan atau kontrol keuangan partai politik dari tim independen, administrasi parpol yang tertib, parpol lebih terbuka atas dana kampanye, lebih meningkatkan peran akuntan, dan membangun kredibilitas parpol. Pandangan ini, membenarkan teori Elwood (1993) bahwa ketika akuntabilitas keuangan partai politik dalam kategori sedang bahkan rendah, maka perlu dipertanyakan apakah pimpinan atau anggota partai tersebut, sering mendapatkan tuduhan hukum (korupsi, kolusi dan nepotisme) atau tidak. Banyak kasus korupsi akhir-akhir ini terungkap, melalui media massa, Kepala Daerah selalu identik dengan kasus

“suap”. Hampir semua daerah di Indonesia, ada saja yang tertangkap Operasi Tangkap Tangan (OTT) yang semakin gencar dilakukan oleh Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK). Hal ini menjadi fenomena dan tanda tanya besar, benarkah partai politik yang merupakan “penghasil” pimpinan maupun kepala daerah, merupakan sarang korupsi? Akibat rendahnya tingkat akuntabilitas keuangan partai politik ?

Tidak semua partai politik pada saat pelaksanaan Pemilihan Umum Legislatif (Pileg) mau terbuka terhadap pengelolaan dana kampanyenya, padahal setiap partai politik wajib melakukan transparansi dan akuntabilitas keuangan partainya terhadap publik. Hal ini didukung pernyataan Rachmatie (2013) tentang partai politik sebagai lembaga publik, tidak terkecuali dituntut melakukan pelayanan informasi terhadap publik yang ingin mengakses segala jenis informasi yang diatur oleh undang-undang. Namun, berdasarkan laporan *Indonesia Corruption Watch* (ICW), betapa sulitnya partai politik memberikan informasi yang diminta oleh pihak ICW. Partai politik menyelenggarakan beberapa fungsi, Bastian (2007:151) pertama, partai politik sebagai sarana komunikasi politik. Partai politik menyalurkan aneka ragam pendapat dan aspirasi masyarakat serta mengaturnya sedemikian rupa, sehingga kesimpangsiuran pendapat dalam masyarakat menjadi berkurang. Kedua, partai politik sebagai sarana sosialisasi politik. Sosialisasi politik diartikan sebagai proses sikap dan orientasi seseorang terhadap fenomena politik dalam mengikuti kecenderungan masyarakatnya. Selain itu, sebagai pelaku pendidikan politik bagi anggotanya dan masyarakat luas, warga negara republik Indonesia juga sadar akan hak dan kewajibannya dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara.

Terkait dengan fungsi partai politik sebagai pelaku pendidikan politik bagi anggota nya dan masyarakat luas, sampai hari ini, masih belum dapat terlaksana dengan baik. Citra partai politik di masyarakat dan kepercayaan masyarakat terhadap partai politik pasca reformasi, masih rendah. Terbukti dengan banyaknya masyarakat yang melakukan gerakan “Golput” atau tidak mencoblos pada saat Pemilu Legislatif, Pemilihan Kepala Daerah, bahkan Pemilihan Presiden. Bagi masyarakat, siapapun pemimpinnya, tidak akan merubah nasib mereka. Anggapan masyarakat ini tentu saja boleh dikatakan benar, karena banyak partai politik yang gagal melakukan salah satu fungsinya, yaitu fungsi partai politik sebagai sarana komunikasi politik. Banyak partai politik lupa menyalurkan aneka ragam pendapat dan aspirasi masyarakat, ketika menjadi pemenang dalam Pemilu. Banyak anggota partai yang setelah menjadi anggota DPR, Kepala Daerah maupun Presiden, “mencederai” hati nurani masyarakat yang telah memilihnya, dengan melakukan korupsi, kolusi dan nepotisme. Akuntabilitas partai politik menjadi indikator penting agar tingkat kepercayaan masyarakat terhadap partai politik semakin meningkat, dan mengurangi adanya “Golput” dalam setiap pelaksanaan pemilu. Akuntabilitas partai politik menurut pandangan Bastian (2017) merupakan pertanggungjawaban keuangan organisasi partai politik, sebagai suatu entitas yang menggunakan dana publik yang besar, harus transparan sehingga pertanggungjawaban keuangan merupakan hal yang tidak dapat ditawar lagi. Hal ini didukung penelitian Kholmi (2013) yang melakukan penelitian terhadap 5 partai politik di Malang, yaitu Partai Demokrat, PDI, Golkar, PKS, PAN, PKB, dan PPP, yang dapat disimpulkan bahwa pengurus partai politik sependapat untuk menerapkan tiga kategori akuntabilitas keuangan dalam mengelola organisasi partai

politik, yaitu akuntabilitas keuangan tahunan; akuntabilitas keuangan dana kampanye; dan akuntabilitas keuangan dana bantuan APBD. Sebagian besar responden menjawab sangat setuju (47,26%) dan setuju (43,24%) adanya akuntabilitas keuangan partai politik, tetapi masih terdapat pengurus partai sangat tidak setuju (2,31%) atas akuntabilitas keuangan partai politik. Responden juga sangat tidak setuju jika partai melakukan penyusunan program dan rencana keuangan, partai membuat rekening khusus dana kampanye, dan partai memiliki rekening atas nama partai masing-masing prosentase jawaban responden 17,65%. Dalam penelitian Kholmi partai politik hanya “sepakat” saja dengan adanya aturan tentang akuntabilitas keuangan partai politik, tetapi dalam pelaksanaannya, masih sebagian kecil responden dalam penelitian tersebut menolak.

### ***Digitalisasi Dana Kampanye***

#### **Sistem Informasi Kampanye dan Dana Kampanye (SIKADEKA)**

Dana kampanye telah diatur dalam Peraturan KPU (PKPU) Nomor 18 Tahun 2023. Dalam aturan ini tercatat bahwa sumber dana awal kampanye dapat diperoleh dari sumbangan perorangan maupun kelompok, perusahaan, dan/atau badan usaha non-pemerintah. Sikadeka merupakan sistem informasi berbasis web yang digunakan untuk membantu dalam mengelola kegiatan kampanye, pelaporan dana kampanye dan audit dana kampanye peserta Pemilu tahun 2024. Pengadaan Sikadeka KPU ini dilakukan untuk mendukung kelancaran jalannya pemilu. Di samping itu, keberadaan sikadeka ini juga menunjukkan keterbukaan informasi terkait penyelenggaraan tahapan pemilu, khususnya pada saat kampanye.

**Peraturan KPU No. 18 Tahun 2023 Bab IX Pasal 105  
tentang Dana Kampanye Pemilihan Umum mengatur :**

- (1) Dalam pelaksanaan tahapan pelaporan Dana Kampanye, KPU, KPU Provinsi, KPU Kabupaten/Kota, Peserta Pemilu dan KAP dengan memanfaatkan teknologi informasi berupa Sikadeka yang berpedoman pada Peraturan Komisi ini.
- (2) Peserta Pemilu menggunakan Sikadeka sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dalam menyusun dan menyampaikan Laporan Dana Kampanye.
- (3) KPU, KPU Provinsi, KPU Kabupaten/Kota sebagaimana dimaksud pada ayat (1), menggunakan Sikadeka dalam penerimaan Laporan Dana Kampanye, serta pelaksanaan pengadaan KAP.
- (4) KAP sebagaimana dimaksud pada ayat (1) menggunakan Sikadeka dalam penerimaan Laporan Dana Kampanye dan penyampaian hasil audit Laporan Dana Kampanye.

**Peraturan KPU No. 18 Tahun 2023 Bab IX Pasal 106  
tentang Dana Kampanye Pemilihan Umum mengatur :**

- (1) KPU membuka akses Sikadeka untuk Pasangan Calon dan Partai Politik tingkat pusat yang telah mengajukan surat permohonan pembukaan akses Sikadeka kepada KPU melalui Sikadeka.
- (2) KPU Provinsi membuka akses Sikadeka untuk Calon Anggota DPD yang telah mengajukan surat permohonan pembukaan akses Sikadeka kepada KPU Provinsi melalui Sikadeka.
- (3) Surat permohonan pembukaan akses Sikadeka sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dibuat dengan menggunakan formulir CONTOH SURAT PERMOHONAN PEMBUKAAN AKSES SIKADEKA PESERTA PEMILU.

- (4) Ketentuan mengenai formulir CONTOH SURAT PERMOHONAN PEMBUKAAN AKSES SIKADEKA PESERTA PEMILU sebagaimana dimaksud pada ayat (3) tercantum dalam Lampiran XXIV yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Komisi ini.
- (5) KPU dan KPU Provinsi mengirimkan persetujuan permohonan pembukaan akses Sikadeka kepada Pasangan Calon, Partai Politik tingkat pusat, dan Calon Anggota DPD melalui surat elektronik yang tercantum pada surat permohonan pembukaan akses Sikadeka dengan menggunakan formulir MODEL-PERSETUJUAN AKSES SIKADEKA PESERTA PEMILU.
- (6) Ketentuan mengenai formulir MODEL-PERSETUJUAN AKSES SIKADEKA PESERTA PEMILU sebagaimana dimaksud pada ayat (5) tercantum dalam Lampiran XXV yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Komisi ini.

**Peraturan KPU No. 18 Tahun 2023 Bab IX Pasal 107 tentang Dana Kampanye Pemilihan Umum mengatur :**

- (1) KAP yang melakukan audit Laporan Dana Kampanye mengajukan permohonan akses Sikadeka kepada KPU.
- (2) Permohonan akses Sikadeka sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dibuat dengan menggunakan formulir CONTOH SURAT PERMOHONAN PEMBUKAAN AKSES SIKADEKA KAP.
- (3) Ketentuan mengenai formulir CONTOH SURAT PERMOHONAN PEMBUKAAN AKSES SIKADEKA KAP sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) tercantum dalam Lampiran XXVI yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Komisi ini.

- (4) KPU mengirimkan persetujuan permohonan pembukaan akses Sikadeka kepada KAP melalui surat elektronik yang tercantum pada surat permohonan pembukaan akses Sikadeka dengan menggunakan formulir MODEL-PERSETUJUAN AKSES SIKADEKA KAP.
- (5) Ketentuan mengenai formulir MODEL-PERSETUJUAN AKSES SIKADEKA KAP sebagaimana dimaksud pada ayat (4) tercantum dalam Lampiran XXVII yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Komisi ini.

**Peraturan KPU No. 18 Tahun 2023 Bab IX Pasal 108 tentang Dana Kampanye Pemilihan Umum mengatur :**

- (1) KPU memberikan akses pembacaan data Laporan Dana Kampanye yang ada pada Sikadeka kepada: a. Bawaslu; b. Bawaslu Provinsi; c. Bawaslu Kabupaten/Kota; d. lembaga negara yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang pencegahan dan pemberantasan tindak pidana pencucian uang; dan e. lembaga negara yang berwenang dalam pemberantasan tindak pidana korupsi.
- (2) Akses pembacaan data Laporan Dana Kampanye yang ada pada Sikadeka sebagaimana dimaksud pada ayat (1), diberikan setelah ada pengajuan permohonan akses Sikadeka kepada KPU.
- (3) KPU mengirimkan persetujuan permohonan pembukaan akses pembacaan data Sikadeka melalui surat elektronik yang tercantum pada surat permohonan pembukaan akses pembacaan data Sikadeka dengan menggunakan formulir MODEL-PERSETUJUAN AKSES SIKADEKA PEMANGKU KEPENTINGAN.
- (4) Ketentuan mengenai formulir MODEL-PERSETUJUAN AKSES SIKADEKA PEMANGKU KEPENTINGAN sebagaimana dimaksud pada ayat (3) tercantum dalam Lampiran XXVIII yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Komisi ini.

## **Peraturan KPU No. 18 Tahun 2023 Bab IX Pasal 109 tentang Dana Kampanye Pemilihan Umum mengatur :**

- (1) KPU mengumumkan informasi penerimaan dan pengeluaran Dana Kampanye Peserta Pemilu.
- (2) Pengumuman sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan setiap hari secara berkala melalui laman KPU.

### **KESIMPULAN**

Dengan menggunakan Sistem Informasi Kampanye dan Dana Kampanye (SIKADEKA), informasi tentang kontribusi dana kampanye dapat dicatat dan diverifikasi secara transparan, mengurangi risiko praktik korupsi atau pengaruh yang melanggar hukum dalam proses politik. Selain itu, juga dapat digunakan untuk memperkuat transparansi dalam pengelolaan anggaran publik. Dengan mencatat secara terbuka setiap transaksi keuangan di Sistem Informasi Kampanye dan Dana Kampanye (SIKADEKA), publik dapat melacak pengeluaran publik dan memastikan anggaran digunakan secara efektif, akuntabel dan transparan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Afriyadi, T. 2008. *Konsep tentang Akuntabilitas dan Implementasinya di Indonesia*. Pusat Data Depkominfo.
- Bastian, I. 2007. *Akuntansi untuk LSM dan Partai Politik*. Erlangga. Jakarta.
- Denney, A. S., & Tewksbury, R. (2013). How to write a literature review. *Journal of criminal justice education*, 24(2), 218-234.
- Diputra, A., A. Yuniarta, dan E. Sujana. 2017. Transparansi dan akuntabilitas penggunaan anggaran hibah pilkada dan laporan dana kampanye pasangan

calon bupati dan wakil bupati bangli tahun 2015 (Studi pada komisi pemilihan umum (KPU) kabupaten Bangli). *e-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Akuntansi Program S1* 8(2).

Ellwood, S. 1993. *Parish and Town Councils : Financial Accountability and Management. Local Government Studies* 19: 368-386.

Indonesia Corruption Watch. 2014. Kajian Tentang Pelaporan Awal Dana Kampanye Partai Politik Pemilu 2014: KPU Perlu Tegas Atas Buruk Laporan Dana Kampanye Partai Politik. <http://antikorupsi.org>.

Kholmi, M. 2008. Persepsi Mahasiswa Akuntansi terhadap Akuntabilitas dan Transparansi Keuangan Partai Politik. *Ekonomika-Bisnis. Jurnal Penelitian dan Pemikiran* 01(02): 215-226.

Kholmi, M. 2010. Persepsi konstituen terhadap akuntabilitas keuangan partai politik (Studi di kota Malang). *Jurnal Akuntansi Multiparadigma* 1(2).

Kholmi, M. 2013. Persepsi Pengurus Partai terhadap Akuntabilitas Keuangan Partai Politik. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan* 3(1): 363-371.

KPU Kembali Wajibkan Peserta Pemilu 2024 Laporan Sumbangan Dana Kampanye – Ditjen Politik dan Pemerintahan Umum Kemendagri RI

Mardiasmo. 2006. Pewujudan Transparansi dan Akuntabilitas Publik Melalui Akuntansi Sektor Publik : Suatu Sarana Good Governance. *Jurnal Akuntansi Pemerintah* 2(1): 1-17.

- Mahmudi. 2015. *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. Edisi Ketiga. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Mufazzal. dan Z. Abidin. 2017. Transparansi Dan Akuntabilitas Bantuan Dana Keuangan Partai Politik Dari APBA (Studi Kasus Lima Partai Politik Dominan Di Parlemen Aceh Tahun Anggaran 2014). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah* 2(2): 406-427.
- Novianti, A., Suryono, dan A. Imam Hanafi. 2015. Akuntabilitas politik komisi pemilihan umum daerah pada pelaksanaan pilkada 2010 kabupaten Situbondo. *JISIP : Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 4(3).
- Peraturan KPU No. 18 Tahun 2023 Tentang Peraturan dana Kampanye
- Permadi, B. dan IB. Riharjo. 2015. Pandangan pengurus partai terhadap transparansi dan akuntabilitas dalam pelaporan keuangan partai politik. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* 4(7).
- Rachmiate, A., O. Hasbiansyah, E. Khotimah, dan D. Ahmadi. 2013. Strategi Komunikasi Politik dan Budaya Transparansi Partai Politik. *MIMBAR* 29(2): 123-132.
- Sugiwa, I., PM. Arifah, dan HK. Farobi. 2015. Analisa tingkat kepatuhan pelaporan dana kampanye partai politik peserta pemilu berdasarkan hasil audit laporan dana kampanye di provinsi Bali pada Pemilu Legislatif 2014. *EKONOMI DAN BISNIS* 14(1): 35-40.

## BIOGRAFI PENULIS

3. **Prof.Dr.Dra.Ec.Anis Eliyana,M.Si.** Guru besar/Profesor tetap FEB Universitas Airlangga minat bidang MSDM pada program studi Manajemen. Alumni S1 Manajemen Universitas Negeri Jember. S2 Magister Sains Management dan S3 Manajemen Sumberdaya Manusia dari Universitas Airlangga juga. Banyak menulis buku ber ISBN dan artikel yang dimuat di jurnal nasional/internasional bereputasi. Pemakalah dan presenter di berbagai forum nasional internasional.
4. **Dr.Drs.Soni Harsono.,M.Si.** Lahir di Muara Teweh Kalimantan Tengah pada tahun 1965. Saat ini merupakan staf pengajar program studi manajemen dan Program Magister Manajemen di Universitas Hayam Wuruk (UHW) Perbanas d/h Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Perbanas Surabaya dengan jabatan akademik Lektor Kepala dengan bidang ilmu yang ditekuni adalah Manajemen Pemasaran. Pernah menjabat sebagai Ketua Pusat Penelitian dan pengabdian kepada Masyarakat (PPPM) STIE Perbanas 2012-2018, Wakil Ketua Bidang Kerjasama, Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat di STIE Perbanas Surabaya (2018-2021) dan Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Kerjasama dan Penelitian/Pengabdian Masyarakat (2021-2023). Menyelesaikan pendidikan formal S1 di Fakultas Ekonomi Universitas Palangka Raya tahun 1990, S2 tahun 2000 dan S3 pada tahun 2012 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Surabaya. Aktif diberbagai organisasi antara lain Pengurus Bidang III Pusat Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) 2018- 2021 dan 2021-2024, Ketua Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia Cabang Surabaya Koordinator Jawa Timur periode 2023-2026 selain itu juga Ketua

Yayasan Penerbitan Berkat Surabaya, anggota dari IMARC, IAMURE, HRD Perbanas Club. Beberapa kali memperoleh Hibah penelitian dari Ristekdikti antara lain sebagai ketua: penelitian dosen pemula, penelitian Fundamental, penelitian dasar unggulan perguruan tinggi (PDUPT) dan penelitian terapan unggulan perguruan tinggi (PTUPT), Riset Grand Bank Indonesia (RGI) serta aktif dalam berbagai kegiatan survey yang dilakukan oleh Bank Indonesia Surabaya. Beberapa karya yang telah ditulis antara lain: An Empirical study on the implementation of S-OCB, Servqual, Satisfaction, Loyalty and CCB in Banking Industries. Journal of System and Management Sciences (JSMS).Scopus Q3 ; Service-Oriented Organizational Citizenship Behavior; Service Quality and Customer Citizenship Behavior: Comparison of Implementation and Evaluation From the Perspective of Bank Customers ; Positive Impact of Service Quality and SOCB: Implementation and Evaluation From The Perspective of Banking Employees and Customers. Penulis saat ini dapat dihubungi melalui email: [soni@perbanas.ac.id](mailto:soni@perbanas.ac.id).

5. **Prof. Dr. Drs. Didin Fatihudin S.E., M.Si.** Lahir di Kuningan Jabar. Profesor ekonomi, alumni S2 Manajemen, S3 Ekonomi Universitas Airlangga. S1 Manajemen UWP/Universitas Siliwangi. Pengajar pada FEB, peneliti pada LPPM, Reviewer Riset nasional-internasional, Reviewer jurnal nasional-internasional, asesor BKD. Minat riset ekonomi regional, keuangan, investasi dan marketing. Riset fokus pada keuangan regional, investasi dan literasi keuangan. Riset terapan terakhir Literasi keuangan dan inklusi keuangan Nelayan, Pedagang dan Petani Garam rakyat di Kab.Cirebon(jabar), Kab.Pati(jateng) dan Kab. Sampang(Jatim-Madura) yang diarahkan agar memiliki dana pensiun DPLK perbankan. 1, S2, dan S3. Menulis 15 buku ber ISBN e-mail ; [didin.fatihudin@fe.um-surabaya.ac.id](mailto:didin.fatihudin@fe.um-surabaya.ac.id)

6. **Rieska Maharani, SE., MM.** Lahir di Surabaya, Jawa Timur dan menempuh pendidikan S1 Akuntansi di Universitas Trunojoyo Madura. S2 Magister Manajemen di Universitas Narotama. Sebelum berkarir didunia pendidikan, sejak tahun 2009 penulis bekerja sebagai tenaga Keuangan di Perusahaan pengemasan ekspor di Surabaya. Saat ini penulis adalah dosen tetap Asisten Ahli di FEB UMSurabaya. Adapun bidang ilmu yang ditekuninya tentang Pajak, Manajemen Keuangan, Manajemen Risiko, Analisa Laporan Keuangan. Beberapa karya yang telah ditulisnya adalah: *Tourism Industry Bankruptcy Analysis of Impact Covid-19*. *Pemberdayaan Ketahanan dan Keamanan Pangan Melalui Urban Farming di Masa Pandemi Covid-19*.
7. **Rina Maretasari, SM, M.SM.** Lahir di Surabaya, Jawa Timur dan menempuh pendidikan S1 Manajemen di Universitas Airlangga. S2 Ilmu Manajemen di Universitas Airlangga. Saat ini penulis adalah dosen tetap Asisten Ahli di FEB UMSurabaya. Adapun bidang ilmu yang ditekuninya tentang Manajemen Sumber Daya Manusia.
8. **Ikbar Luqyana, SE.,M.Ak.** lahir di Surabaya, alumni S1 Akuntansi STIE Perbanas, S2 Akuntansi Universitas Airlangga. Lebih suka bekerja secara profesional. Pernah bekerja pada beberapa perusahaan swasta perdagangan dan produksi. Mendirikan perusahaan usaha mandiri. Fokus pada auditor internal perusahaan. Minat tulisan pada bidang Audit dan Akuntansi Syariah.
9. **Fitri Nuraini, M.Ak.,CTA.,ACPA.** Lahir di Surabaya, Jawa Timur dan menempuh pendidikan S1 Akuntansi di UPN Veteran Jawa Timur. S2 Magister Akuntansi di UPN Veteran Jawa Timur. Lulus Ujian Sertifikasi Kompetensi CTA dan ACPA. Saat ini penulis adalah dosen tetap prodi Akuntansi, Lektor di FEB UMSurabaya. Adapun bidang ilmu yang ditekuninya tentang Akuntansi Keuangan.

Beberapa buku yang telah dipublish dan ditulisnya adalah Akuntansi Keuangan Menengah I (Berdasarkan SAK ETAP), Modul Pratikum Pengantar Akuntansi I, dan Kewirausahaan dan Pembukuan (Sebuah Kajian Pengabdian Masyarakat). Beberapa karya yang telah ditulisnya adalah: Motivasi Belajar Mahasiswa Akuntansi Sebelum dan Sesudah Menjadi Perguruan Tinggi Negeri (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Akuntansi Angkatan 2012 UPN "Veteran" Jawa Timur), Pencatatan Akuntansi Pada Usaha Peternakan Ayam Petelur (Studi Kasus Usaha Peternakan Ayam Petelur di Kecamatan Sugio Lamongan), Analisis Perbedaan Persepsi Akademisi Akuntansi Terhadap Penerapan Mata Kuliah Akuntansi Syariah (Studi Kasus pada Universitas Muhammadiyah Surabaya), Kecerdasan Emosional, Kecerdasan Intelektual dan Kecerdasan Spiritual Terhadap Pemahaman Akuntansi Dasar Dengan Motivasi sebagai Variabel Moderating, Persepsi Mahasiswa Akuntansi Terhadap Pentingnya Akuntansi Forensik sebagai Pengajaran Akuntansi di Universitas (Studi Kasus pada Universitas Muhammadiyah Surabaya), Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM dan Koperasi Dalam Menghadapi AEC (Asean Economic Community) -Studi Telaah Kepustakaan, Pengaruh Kebijakan Perusahaan Terhadap Etos Kerja Karyawan Dengan Kompensasi Sebagai variabel Intervening (Studi Kasus Karyawan KAP Drs.Chandra Dwiyanto di Surabaya), Variabel Berpengaruh Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Kota Surabaya, The Effect of Academic Service Quality on Student Satisfaction Faculty of Economics and Business, Univeristy Muhammadiyah Surabaya, Pengaruh Kecerdasan Intelektual, Perilaku Belajar Dan Ketersediaan Sarana Pendidikan Terhadap Pemahaman Akuntansi Keuangan Menengah Dengan Motivasi Sebagai Variabel Moderating, Analysis of Accounting Information System for Raw Material in PT

Jadimas Gresik , Motivation And Its Effect On Women's Lecturer Performance In University of Muhammadiyah Surabaya, Social Accounting and Tax Accountability: An Interpretive Study of the Majapahit Empire, dan Analisis Hubungan Laba Akuntansi dan Komponen Arus Kas Dengan Harga Saham.

10. **Soedarmanto,SE,MM.** Lahir di Surabaya dan menempuh pendidikan S1 Universitas Padjadjaran Bandung. S2 STIMA IMMI Jakarta. Pengalaman bekerja PT. Dirgantara Indonesia selama 14 tahun. Saat ini penulis adalah Dosen Tetap STIAMAK. Adapun bidang ilmu yang ditekuninya tentang Manajemen Keuangan Perusahaan. Beberapa karya yang telah dituliskannya adalah: Buku Ajar Keuangan Bisnis, Buku Ajar Perpajakan Indonesia.
11. **Nurullaili Mauliddah,S.Pd.,M.SE.** Lahir di Kediri, Jawa Timur dan menempuh pendidikan S1 Pendidikan Ekonomi di UIN Maliki Malang. S2 Magister Ilmu Ekonomi di Universitas Airlangga. Sebelum berkarir didunia pendidikan, tahun 2014 penulis bekerja sebagai tenaga Analis Ekonomi di Bappeda Kota Surabaya. Saat ini penulis adalah dosen tetap Asisten Ahli di FEB UMSurabaya. Adapun bidang ilmu yang ditekuninya tentang Pengantar Ekonomi Mikro, Matematika Ekonomi, *Financial Technology*, Manajemen Keuangan. Beberapa karya yang telah dituliskannya adalah: *Return On Equity (ROE) dalam Memediasi antara Kepemilikan Manajerial dengan Modal Kerja (Working Capital)*. *Disparitas Pendapatan dan Pengembangan Ekonomi Lokal di Kota Surabaya*. *Income Inequality in East Java Province, Mediation of Financial Literacy in Predicting Risk Tolerance on Muhammadiyah Organization Members in East Java*

12. **Asyidatur Rosmaniar, SE., M.Pd.** Lahir di Surabaya, Jawa Timur dan menempuh pendidikan S1 Manajemen di Universitas Airlangga. S2 Magister Manajemen Pendidikan di Universitas Negeri Surabaya. Saat ini penulis adalah dosen tetap Asisten Ahli di FEB-UMSurabaya. Adapun mata kuliah yang diampu penulis antara lain Statistika Bisnis dan Ekonomi Koperasi
13. **Mutia Arfiani, M.Si.** Merupakan alumni S2 Universitas Syiah Kuala pada program studi Akuntansi. Saat ini adalah dosen tetap Asisten Ahli pada Politeknik Aceh. Adapun mata kuliah yang pernah diampu Akuntansi Syariah, Komunikasi Bisnis, Praktik Penganggaran, Manajemen Keuangan. Pernah menulis artikel publikasi diantaranya Cost Recovery Rate dan Pengendalian Biaya di Rumah Sakit: Studi kasus pada Rumah Sakit Pemerintah, Prosedur Pembiayaan Arrum Haji Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh, Analisis Biaya Diferensial Untuk Pengambilan Keputusan Membeli Atau Memproduksi Pakan Ternak Pada UD Nouza Tani Aceh Tenggara
14. **Tyasha Ayu Melynda Sari, SE., MA.** Lahir di Sidoarjo, Jawa Timur dan menempuh pendidikan Strata 1 Akuntansi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya (STIESIA), Magister Akuntansi di Universitas Airlangga. Saat ini penulis adalah dosen tetap di FEB UMSurabaya. Adapun bidang ilmu yang ditekuninya tentang Akuntansi Manajemen, Akuntansi Biaya, Studi Kelayakan Bisnis, Akuntansi Asuransi, Pegadaian, dan Pesantren. Beberapa karya yang telah ditulisnya adalah: *Tourism industry bankruptcy analysis of impact COVID-19 pandemic*, *Financial Resources And Corporate Performance*, Pemberdayaan Masyarakat Guna Menambah Nilai Ekonomi Warga Desa Pernajuh Bangkalan, Beburughen Becce'dalam Saloka Madura Sebagai Nasehat bagi Auditor, *Characteristic Board Of*

*Directors And Investment Opportunity Set On Firm Value, Tantangan Pemulihan Ekonomi, Bisnis, dan Keuangan Era Next Normal, Bahan ajar yaitu Buku Ajar Akuntansi Manajemen: Teori dan Praktik.*

15. **Fauzie Senoaji,SE,M.SEI.** Lahir di Surabaya dan menempuh pendidikan S1 Universitas Airlangga Manajemen, S2 Universitas Airlangga Sains Ekonomi Islam. Penulis sudah lama menekuni bidang pendidikan semenjak tahun 2009. Saat ini penulis adalah Dosen di Universitas Muhammadiyah Surabaya. Adapun bidang ilmu yang ditekuninya dibidang MSDM, Perbankan Keuangan dan untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti dibidang kepekarannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi dan juga Kemenristek DIKTI. Selain peneliti, penulis juga aktif menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi baik bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini. Atas dedikasi dan kerja keras dalam menulis buku. Beberapa karya yang telah dituliskannya adalah: *Akuntansi Perbankan Syariah, Keuangan Syariah (Konsep, Prinsip dan Implementasi), Pembangunan Sumber Daya Manusia Berkelanjutan: di Lengkapi dengan Analisis SWOT, Digitalisasi Pelayanan Publik, Manajemen Kompensasi, Ekonomi Dasar: Pemahaman Konsep.*
16. **Dr.Muhammad Anang Firmansyah,SE.,M.M.** Lahir di Surabaya dan menempuh pendidikan S1 Universitas Airlangga Manajemen, S2 STIE Mahardhika Surabaya Manajemen dan S3 pada Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya prodi Manajemen. Saat ini penulis adalah Dosen di Universitas Muhammadiyah Surabaya. Adapun bidang ilmu yang ditekuninya dibidang *Marketing*, penulis aktif sebagai peneliti dibidang kepekarannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah

dilakukan dipublikasikan melalui Buku dan Artikel Jurnal ilmiah diantaranya buku Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran), Pemasaran Produk dan Merek: *Planning & Strategy*, Pengantar Manajemen, Pengaruh Strategi *Marketing Mix* (Produk, Harga, Promosi Dan Distribusi) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Batik Di Surabaya serta masih banyak buku dan artikel lainnya.

17. **Dr.Mochamad Mochklas,S.Si.,MM.,** Lahir di Surabaya 6 September 1971, menyelesaikan pendidikan S1 di Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) Surabaya jurusan Fisika pada tahun 1997. Setelah lulus S1 pada tahun yang sama di terima di perusahaan PMA Singapura PT. GP Technology sebagai Supervisor Quality Control. Pada tahun 2000 pindah di perusahaan PMA Korea PT. Hilon Surabaya dengan jabatan terakhir Manager Produksi. Disela-sela bekerja di perusahaan pada tahun 2013 mampu menyelesaikan pendidikan S2 Magister Manajemen di Universitas Bhayangkara Surabaya. Setelah lulus S2 melanjutkan Pendidikan Doktor Ilmu Manajemen (S3) di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya dan lulus pada tahun 2016. Mulai tahun 2017 menjadi dosen tetap pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya. Saat ini menjabat sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, pada tahun 2018-2021 Plt. Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, tahun 2017-2018 menjabat Unit Penjamin Mutu jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
18. **Adhar Putra Setiawan,SE,M.Ak** Lahir di Surabaya dan menempuh pendidikan S1 Akuntansi di UMSurabaya. S2 Akuntansi di UWKS. Saat ini penulis sebagai Dosen FEB di UMSurabaya. Adapun bidang ilmu yang ditekuninya tentang Akuntansi Perpajakan. Beberapa karya yang telah ditulisnya berupa buku judul Tantangan

Pemulihan Ekonomi, Bisnis dan Keuangan Era Next Normal, sedangkan jurnal penelitian dengan judul Tax Avoidance Berbanding Dengan Kinerja Keuangan Mempengaruhi Corporate Governance Dan Capital Intensity, Literasi Keuangan dan Uang Saku Sebagai Keputusan Berinvestasi: Perilaku Keuangan, Peran Devidend Policy Pada Solvensi dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan, dll

19. **Marista Oktaviani,SE.,MM.** Lahir di Surabaya dan menempuh pendidikan S1 Akuntansi di UMM. S2 Manajemen di UMM. Saat ini penulis sebagai Dosen FEB di UMSurabaya. Adapun bidang ilmu yang ditekuninya tentang Manajemen Keuangan. Beberapa karya yang telah ditulisnya adalah: Buku dengan judul Perekayasaan Laba – Laporan Keuangan, Garda Nusantara, UMKM Membangun Desa Berpotensi sebagai Penggerak Perekonomian di Masa Pandemi, Mencari Peluang Dengan Mengalahkan Risiko : Wirausaha Bangkit, sedangkan jurnal penelitian dengan judul Literasi Keuangan dan Uang Saku Sebagai Keputusan Berinvestasi: Perilaku Keuangan, Peran Devidend Policy Pada Solvensi dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan, *Strategic to Increase Firm Value with Earning Per Share and Current Ratio*, dll.
20. **Budi Wahyu Mahardhika,SE.,ST.,MM.** Lahir di Jakarta dan menempuh pendidikan S1 Manajemen di UNAIR. S2 Manajemen di UNS. Saat ini penulis sebagai Dosen FEB di UMSurabaya. Adapun bidang ilmu yang ditekuninya tentang Manajemen Keuangan. Beberapa karya yang telah ditulisnya adalah: Buku dengan judul Pengantar Manajemen, Dasar-Dasar Pengelolaan Keuangan, Manajemen Keuangan, Manajemen Risiko, Studi Kelayakan Bisnis, Bank dan Fintech, Praktikum Kewirausahaan dan beberapa *Book Chapter*. Sedangkan jurnal penelitian terkait tentang penelitian di Bidang Manajemen Keuangan, Investasi dan Risiko.

21. **Anita Roosmawarni,SE.,M.S.E.** Lahir di Probolinggo dan lulus S1 dari Prodi Ilmu Ekonomi di Universitas Brawijawa, S2 dari Prodi Magister Ilmu di Ekonomi Universitas Airlangga dan saat ini sedang menempuh S3 pada Prodi Doktor Ilmu Ekonomi di Universitas Airlangga. Saat ini penulis merupakan Dosen Tetap Asisten Ahli di FEB UMSurabaya. Pengampu mata kuliah Pengantar Ekonomi Mikro, Matematika Ekonomi, Ekonomi Moneter, Ekonomi Pembangunan, Manajemen Bank. Penerima Hibah ristekdikti tahun 2017. Pembicara pada visiting lecture di University Selangor (UNISEL) Malaysia. Penulis buku ajar Marketing Syariah dan Keiwausahaan (Dasar dan Konsep). Beberapa judul karya yang telah ditulisnya : Marketing Framework of Small & Medium Enterprises (SME's) Based on Marketing Mix Syariah, Model Pengembangan dan Pemetaan Potensi Jawa Timur Melalui Peranan Key Sector Kota/Kabupaten, Characteristic Analysis of Economy Growth of East Java Through Sectoral Approach, Analysis Of ROA, IOS, Tangibility Assets, Tax, Sales Growth And Its Effect On Capital Structure In Sub Sector Company Of Metal And Mineral Mining In Indonesia Stock Exchange.
22. **Dra.Siti Salbiyah,M.Kes.** Saat ini penulis adalah Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya, berdomisili di Surabaya. Beberapa karya yang telah ditulisnya adalah *Motivation And Its Effect On Women's Lecturer Performance In University of Muhammadiyah Surabaya*, *SSRG International Journal of Economics and Management Studies (IJEMS)*, 6(09), 48-55, *Theory Of Planned Behavior Terhadap Kinerja Mahasiswa dengan Mind Mapping sebagai Mediasi*. *Journal BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 18(1), 71-76, Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Tenaga Kependidikan Universitas Muhammadiyah Surabaya Tahun 2016. *BALANCE: Economic, Business,*

*Management and Accounting Journal*, 14(02), Implementasi Strategi Pemasaran Udang Vannamei Bagi Petani Tambak Di Desa Noreh Kecamatan Sreseh Kabupaten Sampang. *Balance Economics, Bussiness, Management and Accounting Journal*, 8(2), 133-144. Untuk artikel lainnya dapat dilihat pada Google Scholar berikut <https://shorturl.at/ahkV1>

23. **Muhammad Alhakim Danurwindo,SE.,MM.** Lahir di Surabaya dan menempuh pendidikan S1 Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya. S2 Prodi Magister Manajemen Universitas Pembangunan Nasional Jawa Timur. Pengalaman bekerja Sebagai Guru Ekstrakurikuler SD, Tenaga Administratif Fakultas, dan Dosen. Saat ini penulis adalah Dosen Tetap Universitas Muhammadiyah Surabaya. Adapun bidang ilmu yang ditekuninya tentang Manajemen Pemasaran dan Manajemen Strategik. Beberapa karya yang telah dituliskannya adalah Pengaruh *Word Of Mouth, Lifestyle* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Komunitas Red Koffiee Armina Daily. *Improvement: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 165-173, The Role of Perceived Usefulness, Customer Satisfaction, and Emotional Stability, to Continuance Intention of C2c Online Shop in Surabaya. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 109-122, Mediation of Financial Literacy in Predicting Risk Tolerance on Muhammadiyah Organization Members in East Java. *Sentralisasi*., 12(2), 46-59, *New Customer Journey: Fenomena Baru Perjalanan Keputusan Pembelian Konsumen Pasca Pandemi. Buku Tantangan Pemulihan Ekonomi, Bisnis dan Keuangan Era Next Normal.*
24. **Rosyidin Sulthoni Ramadhan,** Lahir di Bojonegoro, 13 Desember 1999 dan sedang menempuh pendidikan S1 di Universitas Muhammadiyah Surabaya. Pengalaman bekerja di PT PLN (Persero) Gardu Induk Surabaya Selatan, Sebagai Koordinator dan K3L, Saat ini penulis

adalah mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan sambil bekerja. Adapun bidang ilmu yang ditekuninya tentang Manajemen Pemasaran.

25. **Gita Desipradani,S.Pd.,MM.,MSA.** Lahir di Surabaya, Jawa Timur dan menempuh pendidikan S1 Pendidikan Ekonomi Akuntansi di Universitas Negeri Surabaya (UNESA). S2 Magister Manajemen Sumber Daya Manusia di STIE ABHI Surabaya dan Magister Sains Akuntansi di STIESIA Surabaya. Sebelum berkarir didunia pendidikan, penulis bekerja sebagai Sales Asuransi, Administrasi Logistik, Front Office dan Staf Akuntansi beberapa kantor di Surabaya . Saat ini penulis adalah dosen tetap Asisten Ahli di FEB UMSurabaya. Adapun bidang ilmu yang ditekuninya tentang Akuntansi Biaya, Akuntansi Manajemen, dan Akuntansi Sektor Publik. Beberapa karya yang telah ditulisnya adalah : Implementasi Standar Akuntansi Pemerintah Berbasis Akrual Berdasarkan PP No. 71 Tahun 2010 di Pemkot Surabaya, Financial Aid Accountability and Transparency Partai Amanat Nasional East Java, dan Variabel berpengaruh terhadap kualitas laporan keuangan Pemkot Surabaya.
26. **Halimatus Sa'diyah,SE.,M.Ak.** Lahir di Sumenep Jawa Timur dan menempuh pendidikan S1 Akuntansi di Universitas Muhammadiyah Surabaya. S2 Magister Akuntansi di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Saat ini penulis adalah dosen tetap di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSurabaya. Adapun bidang ilmu yang ditekuninya tentang Akuntansi Syariah, Akuntansi ZISW, dan Akuntansi Koperasi dan UMKM. Beberapa karya yang telah ditulisnya adalah: Akuntabilitas dan Transparansi Pengelolaan Dana Desa di Kecamatan Trenggalek Tahun 2017, Characteristic Board Of Directors And Investment Opportunity Set on Firm Value, dan Pemulihan Ekonomi Melalui Pendampingan Laporan Keuangan UMKM Wilayah Gunung Anyar Surabaya.

27. **Dr. Dina Novita, SE,MM.** Lahir di Surabaya, Jawa Timur dan menempuh pendidikan S1 Ekonomi Jurusan Manajemen di Univ.17 Agustus 1945 Surabaya, dilanjutkan menempuh Pendidikan S2 Magister Ilmu Ekonomi di Univ. 17 Agustus 1945 Surabaya dan saat ini penulis meneruskan doctoral (S3) Ilmu Ekonomi di Univ. 17 Agustus 1945 Surabaya. Penulis merupakan Dosen Dpk yang ditempatkan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya. Adapun bidang ilmu yang ditekuninya tentang Manajemen Sumber Daya Manusia, Perilaku Organisasi, Pengantar Manajemen, Pengantar Bisnis, dan Kewirausahaan. Beberapa karya yang telah ditulisnya adalah: Relationship between Eco Transformational Leadership, Eco Training, Employee Eco Behavior and Employee Eco Bahavior on Sustainable Corporate Performance of SMEs;

Peran Merek dan Packing dalam Penjualan Keripik Pisang Kekinian di Surabaya; Pengaruh Job Insecurity Dan Intention to Leave Terhadap Kinerja Karyawan Kontrak Di Dinas Tenaga Kerja Kota Surabaya; Strategi Pengembangan Studi Dalam Meningkatkan Perolehan Jumlah Mahasiswa Pada Perguruan Tinggi Swasta; Identification of Factors in Determining Strategy to Increase Competitiveness SMEs Written Batik Jetis in Sidoarjo Regency, Indonesia; Celebrity Endorser dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat pada Vaksin Covid-19.

28. **Ali Imaduddin Futuwah S.Sos., M.SM., CMA,** Lahir di Surabaya, 29 November 1993. Menempuh pendidikan S1 Manajemen Dakwah di STID Al-Hadid Surabaya. dan menyelesaikan S2 Magister Sains Manajemen Konsentrasi Manajemen Pemasaran di Universitas Airlangga. Pengalaman bekerja penulis diantaranya sebagai asisten riset dosen ketika menempuh studi S2

di UNAIR dan menjadi tim konsultan manajemen di EDP UNAIR. Saat ini penulis adalah Dosen Manajemen Pemasaran di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya, serta aktif sebagai pengurus Halal Center Universitas Muhammadiyah Surabaya di bagian penelitian dan pengabdian Masyarakat. Penulis juga berperan sebagai penyelia halal dan pendamping proses produk halal yang membantu para pelaku usaha untuk proses pendaftaran sertifikasi halal. Adapun bidang ilmu yang ditekuninya penulis di antaranya manajemen pemasaran, perilaku konsumen, pemasaran digital dan media sosial, dan pemasaran halal. Beberapa karya terakhir yang telah ditulis diantaranya, *The Relationship of Online Brand Community, Value Creation Practices, Brand Trust, and Brand Loyalty, Exploration of Mindful Learning Systems in Medical Education in the COVID-19 Pandemic Era*, dan *Behind the Viral of BTS Meal on Twitter: The Role of Fans Base Community in Promoting BTSmeal*. Selain itu penulis juga menulis Book chapter dengan judul *New Customer Journey: Fenomena Baru Perjalanan Keputusan Pembelian Konsumen Pasca Pandemi* serta Book chapter dan pengabdian masyarakat mengenai sertifikasi produk halal di antaranya Buku Pedoman Pelatihan Pendamping Pph (Proses Produk Halal), dan Pelatihan Pendamping PPH Halal Center UMSurabaya Untuk Mensukseskan Program Sertifikasi Halal Pemerintah.

29. **Anggita Nurhayati**, Mahasiswa yang menempuh perkuliahan pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang saat ini berada pada semester 5 dengan NIM 20211221115. Karya ilmiah yang pernah ditulis berjudul *Gaya kepemimpinan Demokratis Dalam Pengambilan Keputusan Di Rumah Sakit Aisyiyah Bojonegoro*.

30. **Fahreza Febianti Kartikasari**, Mahasiswa yang menempuh perkuliahan pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang saat ini berada pada semester 5 dengan NIM 20211221044. Karya ilmiah yang pernah ditulis berjudul Komunikasi Di Perusahaan Keluarga PT Indoraya Sekaye, Surabaya, Mengenai Pentingnya Komunikasi Untuk Mengatasi Permasalahan Yang Kerap Terjadi Dalam Sebuah Perusahaan Keluarga.
31. **Muhammad Akmal Sholahuddin**, Mahasiswa yang menempuh perkuliahan pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang saat ini berada pada semester 5 dengan NIM 20211221080. Karya ilmiah yang pernah ditulis berjudul Pentingnya *Human Relations* Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan Di Perusahaan.