

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BUDAYA: RAS, PERKEMBANGAN TEKNOLOGI DAN LINGKUNGAN GEOGRAFIS (LITERATURE REVIEW PERILAKU KONSUMEN)

Nauval Ramadhani<sup>1</sup>, Ridwan Nur Pangestu<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Email: [nauvalramadhani9910@gmail.com](mailto:nauvalramadhani9910@gmail.com)

<sup>2</sup>Mahasiswa Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Email: [rdwnnp06@gmail.com](mailto:rdwnnp06@gmail.com)

Korespondensi Penulis: Nauval Ramadhani<sup>1</sup>

**Abstrak:** Peran budaya dalam manajemen pemasaran, khususnya di bidang perilaku konsumen. Beberapa aspek budaya diselidiki dan dianalisis dengan kombinasi latar belakang teoritis dalam konteks nyata. Artikel ini mereview Faktor-faktor yang mempengaruhi Faktor-faktor yang mempengaruhi budaya, yaitu: Ras, Perkembangan Teknologi dan Lingkungan Geografis, suatu studi literatur Perilaku Konsumen. Tujuan penulisan artikel ini guna membangun hipotesis pengaruh antar variabel untuk digunakan pada riset selanjutnya. Hasil artikel literature review ini adalah: 1) Ras berpengaruh terhadap budaya; 2) Perkembangan Teknologi berpengaruh terhadap budaya; dan 3) Lingkungan Geografis berpengaruh terhadap budaya.

**Kata Kunci:** Budaya, Ras, Perkembangan Teknologi dan Lingkungan Geografis

### PENDAHULUAN

#### Latar Belakang Masalah

Manusia bersikap dan berperilaku tidak terlepas dari nilai-nilai yang mereka anut, baik itu nilai spiritual (keagamaan) maupun nilai-nilai sosial dan budaya. Nilai-nilai sosial dan budaya tersebut merupakan hasil interaksi antara individu dengan anggota masyarakat lainnya, yang kemudian mewujudkan dalam berbagai bentuk budaya seperti artefak, seni, upacara-upacara, bahasa, ataupun values. Nilai-nilai yang diyakini tersebut akan menentukan apa yang dianggap baik dan buruk oleh seseorang, dan masyarakat di sekitarnya, sehingga menjadi referensi dalam bersikap, dan bertingkah laku

Dalam konteks pemasaran, budaya dapat dilihat sebagai suatu aspek makro yang berpengaruh pada pengambilan keputusan individual konsumen. Sesungguhnya dampak budaya terhadap pemasaran bukan hanya berlaku pada sisi konsumen saja, namun juga dapat berpengaruh pada kebijakan perusahaan atau pemasar. Perusahaan ketika menentukan suatu kebijakan berdasarkan pemahaman mereka atas budaya masyarakat dan budaya perusahaan. Namun demikian, pada pembahasan ini lebih ditekankan pada pengaruh budaya pada perilaku konsumen, yang artinya dari sudut pandang perilaku konsumen saja.

Dalam contoh nyata kita mungkin menemukan bagaimana masyarakat Indonesia menerima budaya lain, mengadopsinya dalam bentuk konsumsi atas ide, konsep, dan pemilikan benda-benda. Kita bisa melihat seberapa banyak masyarakat Indonesia yang menggunakan celana jin, rok mini, mengkonsumsi fast food seperti Hamburger, KFC, ataupun Pizza Hut yang identik dengan budaya barat khususnya budaya Amerika. Demikian juga masyarakat Indonesia mulai banyak menggunakan atraksi kesenian Barongsai, dalam setiap kegiatan karnaval yang diadakan di berbagai kota di Indonesia. Gambaran bagaimana budaya bisa mempengaruhi perilaku sesungguhnya sesuatu yang sulit untuk diamati, karena budaya adalah suatu yang bersifat dinamis dan intangible.

Dalam kondisi yang dinamis, menjadi lebih sulit untuk melihat siapa mempengaruhi apa dan bagaimana mereka mempengaruhinya. Hal ini bisa terjadi karena dalam budaya aspek orisinalitas sulit ditemukan. Misalkan kita ingin melihat bagaimana pengaruh budaya Bali dalam perilaku Belanja. Kontek budaya menjadi sulit untuk tentukan karena Budaya Bali juga dipengaruhi oleh Budaya Jawa, dan Budaya Jawa pun juga dipengaruhi oleh budaya yang lain. Yang kedua, budaya tidak selalu tampak, dan sulit untuk diukur. Nilai-nilai budaya, dan asumsi dasar adalah variabel yang susah untuk diamati. budaya tetaplah suatu yang sulit dipahami, berwajah banyak (multifaceted), sehingga cenderung sulit untuk dipahami dan digunakan secara penuh. Juga sulit untuk memastikan bahwa konsumen ketika melakukan proses pengkonsumsian produk, juga selalu disertai dengan pertimbangan budaya, atau karena alasan-alasan lain yang lebih teknis. Namun dengan mencoba memaparkan beberapa gambaran dan kejadian yang terjadi dan mencoba mengkombinasikan antara teori dan realitas yang terjadi dalam pengamatan penulis, dicoba dipaparkan peranan budaya dalam pemasaran.

Artikel ini membahas pengaruh Ras, Perkembangan Teknologi, dan Lingkungan Geografis terhadap Faktor-faktor yang mempengaruhi budaya, suatu studi literature review dalam bidang Perilaku Konsumen

### **Rumusan Masalah.**

Berdasarkan latar belakang, maka dapat di rumuskan permasalahan yang akan dibahas guna membangun hipotesis untuk riset selanjutnya yaitu:

- a) Apakah Ras berpengaruh terhadap Ras ?.
- b) Apakah Perkembangan Teknologi berpengaruh terhadap Ras ?.
- c) Apakah Lingkungan Geografis berpengaruh terhadap Faktor-faktor yang mempengaruhi budaya ?.

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **Faktor-faktor yang mempengaruhi budaya**

Budaya merupakan penentu keinginan dan tingkah laku yang tercermin dari cara hidup, kebiasaan dan tradisi dalam permintaan akan bermacam-macam barang dan jasa. Hal ini berbeda dengan perilaku konsumen lainnya karena tidak ada homogenitas dalam kebudayaan itu sendiri. (Kotler, 2012). “budaya” atau “kebudayaan (bahasa jawa: kabudayaan)” mempunyai persamaan terminologi dengan kata “kultur” (dari bahasa Jerman), “cultuur” (dari bahasa Belanda), dan “culture” (dari bahasa Inggris) yang ke semuanya mempunyai arti hasil/buah dari peradaban manusia. Kata “kultur” tersebut (diadopsi secara utuh dalam bahasa Indonesia) berakar dari bahasa Latin “cultura”, perubahan dari “colere” yang berarti usaha untuk memelihara dan memajukan budi/akal/jiwa. (Arief, 2015).

Setiap budaya terdiri sub budaya yang lebih kecil memberikan lebih banyak ciri – ciri dan sosialisasi khusus bagi anggotanya. Sub budaya terdiri dari bangsa, agama, kelompok ras, dan daerah geografis. Banyak sub budaya yang membentuk segmen pasar penting dengan merancang produk dan program pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

Suatu perusahaan membuat produk sesuai dengan daerah dimana produk tersebut dipasarkan. Menurut (Kotler dan Keller, 2007) lima dimensi budaya diidentifikasi sebagai berikut:

- a) Power distance/ jarak kekuasaan, menyangkut tingkat kesetaraan masyarakat dalam kekuasaan. Jarak kekuasaan yang kecil menunjukkan masyarakat yang setara.
- b) Individualism vs collectivism, menyangkut ikatan di masyarakat, pada masyarakat yang individual setiap pihak diharapkan mengurus dirinya sendiri dan keluarganya secara mandiri.
- c) Masculinity vs femininity, menyangkut perbedaan gaya antara dua jenis kelamin. Pada pria yang ditonjolkan adalah ketegasan dan kompetitif, sedangkan pada wanita adalah kesopanan dan perhatian.
- d) Uncertainty avoidance/ penghindaran ketidakpastian, menyangkut rasa nyaman suatu budaya terhadap ketidakpastian.
- e) Long-term orientation/ orientasi jangka panjang, menyangkut pola pikir masyarakat.

Dalam masyarakat orientasi jangka Panjang yang ditonjolkan adalah status, sikap hemat, dan ketekunan dan memiliki rasa malu yang tinggi. (Wirawan, 2009) karakter tertentu yang dimiliki suatu organisasi sehingga membedakan suatu organisasi dengan organisasi lainnya. Karakteristik tersebut dibagi dalam beberapa tingkat antara lain: Inovasi dalam pengambilan risiko: tingkat mendorong karyawan untuk bersikap inovatif dan berani dalam mengambil risiko; Perhatian secara detail: tingkat tuntutan terhadap karyawan untuk mampu memperlihatkan ketepatan, analisis, dan perhatian terhadap detail; Orientasi terhadap hasil: tingkat tuntutan kepada manajemen untuk memusatkan perhatian pada hasil daripada teknik dan proses yang digunakan untuk memperoleh hasil tersebut; Orientasi kepada individu: tingkat keputusan manajemen dalam mempertimbangkan akibat hasil terhadap individu dalam organisasi; Orientasi terhadap kelompok: tingkat aktivitas pekerjaan yang diatur dalam kelompok; Agresivitas: tuntutan kepada orang-orang dalam organisasi agar agresif dan bersaing; Stabilitas: tingkat penekanan aktivitas organisasi dalam mempertahankan status quo dibandingkan pertumbuhan (Robins, 2002)

Faktor-faktor yang mempengaruhi budaya ini sudah banyak di teliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Kusherdiana, 2020), (Bangun, 2012), (Syafirah et al., 2017), (Mariani Shosana Giantara & Santoso, 2014), dan (Santoso & Purwanti, 2013)

## Ras

Kelas sosial mengacu pada pengelempokan orang yang sama dalam perilaku mereka berdasarkan posisi ekonomi di pasar. Kelompok status mencerminkan suatu harapan komunitas akan gaya hidup dikalangan masing-masing kelas dan juga estimasi sosial yang positif atau negatif mengenai kehormatan yang diberikan kepada masing-masing kelas. (Setiadi, 2003). Semua masyarakat memiliki strata sosial. Stratifikasi tersebut terkadang berbentuk sistem kasta dimana anggota kasta yang berbeda dibesarkan dengan peran tertentu dan tidak dapat mengubah keanggotaan kasta mereka. Stratifikasi lebih sering ditemukan dalam bentuk kelas sosial. kelas sosial merupakan pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hierarkis dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan perilaku yang serupa. (Kotler, 2005)

Kelas sosial ialah suatu realitas sosial yang penting, bukan hanya sekedar suatu konsep teoritis saja, tetapi juga mengelompokkan mereka atas :

- a) kekayaan dan penghasilan. Bahwa kekayaan dan penghasilan merupakan determinan kelas sosial yang penting disebabkan oleh perannya dalam memberikan gambaran tentang latar belakang keluarga dan cara hidup seseorang.

b) pekerjaan. Pekerjaan merupakan salah satu indikator terbaik untuk mengetahui cara hidup seseorang, sehingga secara tidak langsung pekerjaan merupakan indikator terbaik untuk mengetahui kelas sosial seseorang.

c) Pendidikan dianggap lebih penting karena tidak hanya melahirkan keterampilan kerja melainkan juga melahirkan perubahan mental, selera, minat, tujuan, cara berbicara dan perubahan dari keseluruhan cara hidup seseorang (Horton, 1999)

Faktor sosial adalah perilaku pembeli yang dipengaruhi oleh faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga serta peranan dan status sosial konsumen. Adapun indikator yang digunakan antara lain:

a) kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok acuan juga mempengaruhi perilaku dan konsep pribadi seseorang. Kelompok acuan menciptakan tekanan untuk mengikuti kebiasaan kelompok yang mungkin mempengaruhi pilihan produk dan merek aktual seseorang.

b) keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan ia telah menjadi obyek penelitian yang luas. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Pengaruh yang lebih langsung terhadap perilaku pembelian sehari-hari adalah keluarga prokreasi yaitu pasangan dan anak-anak.

c) peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Masing-masing peran menghasilkan status, sebagai contoh manajer penjualan memiliki status yang lebih tinggi daripada pegawai kantor (Kotler, 2005)

Ras sudah banyak diteliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Ilham & Hermawati, 2018), (Santoso & Purwanti, 2013), (Maunah, 2015), dan (Ghoni & Bodroastuti, 2012)

### **Perkembangan Teknologi**

E-Commerce atau Electronic commerce adalah proses pelaksanaan transaksi bisnis seperti: distribusi, pembelian, penjualan, dan pelayanan yang dilakukan secara elektronik melalui jaringan komputer terutama internet dan juga jaringan eksternal. E-Commerce merupakan lingkungan digital yang memungkinkan transaksi komersial terjadi didalam banyak organisasi dan individu (Kabanda, 2011)

E-commerce diartikan sebagai penggunaan satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik (Huniati et al, 2009)

Perkembangan Teknologi, menurut (Byrd, 2000) Fleksibilitas Teknologi Informasi merupakan Kesiagaan dan kemampuan Infrastruktur TI mempermudah menyebarkan atau mendukung yang tersedia dengan berbagai variasi perangkat keras, lunak, teknologi komunikasi, data dan sebagainya untuk berkomitmen dengan komponen teknis fisik maupun personel.

E-commerce dalam e-ticketing technique terbagi menjadi empat dimensi, antara lain: 1) Customer technical support, berhubungan dengan layanan/dukungan yang diberikan oleh perusahaan travel agent secara pribadi agar konsumen mudah dalam bertransaksi bisnis dengan perusahaan. 2) Infrastructure berhubungan dengan segala fasilitas yang disediakan untuk mempermudah konsumen dalam bertransaksi bisnis dengan perusahaan 3) Data security berhubungan dengan jaminan keamanan data pribadi konsumen selama berhubungan bisnis dengan perusahaan (Qteishat et al, 2014)

Perkembangan teknologi memberikan kemudahan, efisiensi, dan peningkatan produktivitas (Nanang Martono, 2011). Beberapa hal yang dijanjikan teknologi antara lain:

- a) Teknologi menjanjikan perubahan. Setiap inovasi baru akan melahirkan banyak sekali perubahan pada sebuah rakyat. Ibarat sebuah subsistem, kehadiran teknologi baru menjadi subsistem baru dalam masyarakat akan membawa banyak sekali konsekuensi, subsistem lain dalam sistem tadi mau nir mau wajib mengikuti keadaan dampak kehadiran teknologi tadi misalnya analisisnya Parson. Teknologi niscaya akan mengubah pola kegiatan keseharian individu, misalnya seseorang remaja. Misalnya kehadiran televisi pada tempat tinggal bisa mengakibatkan munculnya agenda baru setiap hari, terdapat jadwal menonton program favorit yang sebelumnya nir terdapat. Jadwal mandi, jadwal makan, jadwal belajar, hingga jadwal tidur akan diubah sesuai menggunakan jadwal program pada televisi.
- b) Teknologi menjanjikan kemajuan. Teknologi merupakan simbol kemajuan. Siapa saja yg sanggup mengakses teknologi, maka dia akan mengalami sedikit atau poly kemajuan pada bentuk apa pun. Seorang remaja nir akan ketinggalan berita mana kala dia menggenggam sebuah teknologi. Teknologi sudah mensugesti gaya hayati seseorang remaja & bahkan teknologi jua sudah sebagai gaya hayati itu sendiri.
- c) Teknologi menjanjikan kemudahan. Teknologi memang diciptakan buat menaruh kemudahan bagi individu, misalnya kaum remaja, waktu mereka membutuhkan sebuah berita, mereka relatif mencarinya lewat google search atau alamat website yg lainnya. Apalagi ketika ini fasilitas internet bisa ditemukan pada handphone, seseorang remaja bisa mengakses internet kapan saja waktu mereka membutuhkannya.
- d) Teknologi menjanjikan peningkatan produktivitas. Perusahaan akbar poly memanfaatkan teknologi buat alasan efisiensi & peningkatan produktivitas daripada wajib mempekerjakan energi kerja insan yg memakan poly aturan buat menggaji mereka. Teknologi jua bisa menaikkan laba perusahaan denga berlipat ganda. Teknologi jua bisa dimanfaatkan menjadi indera kontrol buat mengevaluasi kinerja seseorang.
- e) Teknologi menjanjikan kecepatan. Berbagai pekerjaan bisa diselesaikan menggunakan cepat manakala kita memanfaatkan teknologi. Keberadaan personal komputer akan membantu pelajar meningkatkan kecepatan menuntaskan tugas belajar mereka.
- f) Teknologi menjanjikan popularitas. Manusia menggunakan mudahnya timbul pada layar kaca melalui internet. Situs You Tube poly dipakai para remaja buat mengunggah video mereka. Mereka bisa bergaya, narsis, menampakkan & mempromosikan paras & penampilan mereka pada internet, menggunakan berbekal kamera & modem buat bisa mengupload rekaman gambar mereka. Mereka bisa bergaya sesuka mereka & rakyat pada semua global bisa menggunakan gampang menonton aksi mereka. Bahkan video yg menyimpang berdasarkan nilai & kebiasaan yg berlaku pada masyarakat pun kadang mereka unggah lewat internet hanya buat memperoleh popularitas.

Menurut Soelaiman dalam bukunya Nanang Martono (2011) ada empat perubahan kecenderungan berpikir yang diakibatkan oleh perkembangan teknologi, antara lain : 1) tumbuhnya reifikasi, yaitu anggapan bahwa yang semakin luas dalam kenyataan harus diwujudkan dalam bentuk-bentuk lahiriah dan diukur secara kuantitatif. 2) manipulasi, yaitu kemampuan manipulasi yang tinggi bagi kerangka berpikir manusia yang disebabkan kemampuan teknologi dalam mengubah dan mengolah benda-benda alamiah menjadi sesuatu yang bersifat artifisial demi memenuhi kepentingan manusia. 3) fragmentasi, yaitu adanya spesialisasi dalam pembagian kerja yang akhirnya menuntut profesionalisme dalam dunia kerja. 4) individualisme, yang dicirikan dengan semakin renggangnya ikatan seseorang dengan masyarakatnya dan semakin besarnya peranan individu dalam tingkah laku kehidupan sehari-hari.

Adapun keuntungan dari rencana strategi Teknologi Informasi, yaitu: A) Perencanaan strategis Teknologi Informasi dapat mempromosikan konsistensi antara strategi bisnis dan item konstruksi sistem informasi perusahaan seperti kecepatan, arah, serta kemampuan

memperbaiki perusahaan untuk mengendalikan Teknologi Informasi dan peningkatan daya saing perusahaan. B) Perusahaan dapat memutuskan apa yang harus difokuskan dan kinerja masa depan pengembangan usaha. Hal ini juga dapat menghindari fenomena bahwa produsen Teknologi Informasi tidak bertanggung jawab mengganggu perusahaan untuk meluncurkan informasi skala besar denganteknologi dalam mengejar keuntungan mereka sendiri. C) Perencanaan strategis Teknologi Informasi mempromosikan pemimpin eksekutif untuk mencapai konsensus pada ideologi, kunci mengarahkan bidang aplikasi dan faktor penentu keberhasilan sistem informasi. D) Perencanaan strategis Teknologi Informasi dapat membantu staf Teknologi Informasi dan staf aplikasi untuk mengetahui apa yang harus mereka miliki di masa depan, seperti pengetahuan, keterampilan, dan kriteria memilih teknologi. E) Perencanaan strategis Teknologi Informasi dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan kemampuan meningkatkan pendapatan investasi Teknologi Informasi dan mengurangi risiko secara efektif. (Nurdin & H.Ali, 2019)

Perkembangan teknologi sudah banyak di teliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Nuvriasari, 2012), (Loven & Elyawati, 2019), (Putri, 2022) (Astuti & Rps, 2018), dan (Nurdin & H.Ali, 2019)

### **Lingkungan Geografis**

Lingkungan Geografis menurut (I Gede Putu Eka Suryana, 2019) adalah tempat yang menyediakan berbagai sumberdaya sekaligus permasalahan dalam menghadapi pembangunan yang berkelanjutan. Berbagai cara telah diupayakan oleh ilmuwan terkait dengan upaya pelestarian lingkungan, khususnya lingkungan geografis. Isu-isu terkait permasalahan lingkungan global pun sebenarnya sejak lama. Namun penurunan kondisi lingkungan terjadi di berbagai tempat di beberapa belahan dunia. Perspektif global mengajarkan kita berpikir secara global dan bertindak secara lokal. Pelajaran yang dapat kita petik dari hal tersebut adalah nilai-nilai kearifan lokal yang beberapa berasal dari warisan budaya yang diperoleh secara turun temurun dapat dijadikan bahan, pedoman yang mungkin saja relevan untuk diterapkan saat ini.

Suatu kawasan pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian perdesaan baik dari kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, keseharian, memiliki arsitektur bangunan dan struktur tata ruang desa yang khas, atau kegiatan perekonomian yang unik dan menarik serta mempunyai potensi untuk dikembangkannya berbagai komponen kepariwisataan, misalnya atraksi, akomodasi, makanan-minuman dan kebutuhan wisata lainnya (Hadi Wijoyo, 2012)

Dimensi atau indikator Lingkungan Geografis yaitu Menunjukkan tempat asal barang dan/atau produk. Lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia, atau kombinasi keduanya Faktor-faktor ini memberikan produk reputasi, kualitas, dan karakteristik khusus. Dan/atau produk yang dihasilkan. (JDewi Sulistianingsih, 2017).

Menurut (Arindah, 2009) Ekowisata dapat dilihat dari tiga perspektif : 1) pertama ekowisata sebagai produk, merupakan semua atraksi yang berbasis pada sumberdaya alam. 2) Kedua ekowisata sebagai pasar, merupakan perjalanan yang diarahkan pada upaya-upaya pelestarian lingkungan. 3) Ketiga, ekowisata sebagai pendekatan pengembangan, artinya ekowisata merupakan metode pemanfaatan dan pengelolaan sumberdaya pariwisata secara ramah lingkungan Tidak hanya sumber daya alam, tetapi juga kombinasi dengan faktor manusia Ketiga unsur tersebut membentuk suatu barang yang disebut indikasi geografis. Indikasi Geografis adalah hukum masyarakat dimana indikasi itu ditemukan Geografi. (Alfons dan Maria, 2010).

Lingkungan Geografis sudah banyak di teliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Suryana & Antara, 2019), (Andayani et al., 2017), dan (Bahari & Ashoer, 2018)

**Tabel 1: Penelitian terdahulu yang relevan**

No	Author (tahun)	Hasil Riset terdahulu	Persamaan dengan artikel ini	Perbedaan dengan artikel ini
1	(Surahman, 2013)	Ras, Perkembangan Teknologi dan Lingkungan Geografis berpengaruh positif dan signifikan terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Budaya	Perkembangan Teknologi & Lingkungan Geografis berpengaruh terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Budaya	Ras berpengaruh terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Budaya
2	(Batubara, 2017)	Ras & Lingkungan Geografis berpengaruh positif dan signifikan terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Budaya	Perkembangan Teknologi berpengaruh terhadap	Ras berpengaruh terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Budaya
3	(Yohanes Rante, 2010)	Ras, Perkembangan Teknologi dan Lingkungan Geografis berpengaruh positif dan signifikan terhadap Faktor-Faktor yang mempengaruhi budaya	Ras & Lingkungan Geografis berpengaruh terhadap Faktor-Faktor yang mempengaruhi Budaya	Perkembangan Teknologi berpengaruh terhadap budaya
.4	(Juditha, 2015)	Ras, Perkembangan Teknologi dan Lingkungan Geografis berpengaruh positif dan signifikan terhadap Faktor-faktor yang mempengaruhi budaya	Perkembangan Teknologi & Lingkungan Geografis berpengaruh terhadap Faktor-faktor yang mempengaruhi budaya	Ras berpengaruh terhadap Faktor-faktor yang mempengaruhi budaya
.5	(Mahdayeni et al., 2019), (Maulana, 2019)	Ras & Lingkungan Geografis berpengaruh positif dan signifikan terhadap Faktor-Faktor yang mempengaruhi Budaya	Perkembangan Teknologi berpengaruh terhadap Budaya	Ras berpengaruh terhadap Faktor-faktor yang mempengaruhi budaya
6	(Gosal et al., 2017)	Ras, Perkembangan Teknologi dan Lingkungan Geografis berpengaruh positif dan signifikan terhadap Faktor-Faktor yang mempengaruhi Budaya	Ras & Lingkungan Geografis berpengaruh terhadap Faktor-Faktor yang mempengaruhi Budaya	Perkembangan Teknologi berpengaruh terhadap Budaya

\*minimal 6 artiel = 3 hipotesis x 2 artikel, rata kiri

\*Ket variabel: Faktor-faktor yang mempengaruhi budaya=Kinerja karyawan; Ras= Perceived Organizational Support (POS); Perkembangan Teknologi= Komunikasi; dan Lingkungan Geografis= Gaya kepemimpinan.

## METODE PENELITIAN

Metode penulisan artikel ilmiah ini adalah dengan metode kualitatif dan kajian pustaka (Library Research). Mengkaji teori dan hubungan atau pengaruh antar variabel dari buku-buku dan jurnal baik secara *off line* di perpustakaan dan secara *online* yang bersumber dari Mendeley, Scholar Google dan media online lainnya.

Dalam penelitian kualitatif, kajian pustaka harus digunakan secara konsisten dengan asumsi-asumsi metodologis. Artinya harus digunakan secara induktif sehingga tidak mengarahkan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Salah satu alasan utama untuk melakukan penelitian kualitatif yaitu bahwa penelitian tersebut bersifat eksploratif, (Ali & Limakrisna, 2013).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan Kajian teori dan penelitian terdahulu yang relevan maka pembahasan artikel *literature review ini* dalam konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia adalah:

### 1. Pengaruh Ras terhadap budaya

Faktor social menurut (Anoraga,, 2000) merupakan sekelompok individu yang mampu mempengaruhi perilaku individu ketika melakukan suatu tindakan berdasarkan kebiasaan. Faktor sosial tersebut terdiri dari kelompok afinitas, peran keluarga, dan status. Kelompok afinitas adalah kelompok-kelompok yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi pembeli Sikap dan perilaku orang Anggota keluarga juga dapat memiliki pengaruh yang kuat pada perilaku pembeli Ada dua jenis keluarga dalam kehidupan pembeli: keluarga sebagai sumber orientasi orang tua; dan keluarga sebagai sumber keturunan, yaitu suami istri dan anak-anaknya. Kedudukan seseorang dalam setiap kelompok dapat dijelaskan berdasarkan fungsi dan statusnya. Setiap fitur mempengaruhi perilaku pembelian seseorang.

Upaya pemerintah/masyarakat dalam mengembangkan budaya terhadap berbagai ras adalah dengan memberikan pendidikan multikultural kepada masyarakat nya multikulturalisme berkenaan dengan budaya, merujuk pada keragaman yang ada, berkenaan dengan tindakan spesifik pada respon terhadap keragaman tersebut (Parenk, 1997)

Menurut (Dr.H.Sutirna, S.Pd., M.Pd, 2021) faktor penyebab keragaman suku bangsa dan budaya bangsa Indonesia, yaitu : (1) Letak wilayah Indonesia yang strategis, Indonesia terletak di antara Samudra Pasifik dan Samudra Hindia serta antara benua Asia dan Australia, 2) Keadaan negara kepulauan Republik Indonesia yang terdiri dari ribuan pulau membuat sulit bagi orang-orang dari pulau yang berbeda untuk mengidentifikasi, (3) Perbedaan kondisi alam, perbedaan kondisi alam seperti daerah pesisir, pegunungan, daerah subur, padang rumput, dll. Laut menyebabkan perbedaan dalam masyarakat. (4) Status transportasi dan komunikasi. Kemajuan transportasi dan komunikasi mendukung pertukaran budaya dari berbagai daerah di Indonesia. (5) Penerimaan masyarakat terhadap perubahan, sikap masyarakat terhadap hal-hal baru, termasuk budaya baru dari luar negeri, mempengaruhi keragaman masyarakat Indonesia.

Untuk mengambil manfaat dari perbedaan budaya untuk saling melengkapi. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian dari Lavie et al (2012) dimana para mitra dapat meningkatkan kinerja aliansi dengan menggunakan struktur tata kelola sesuai dengan perbedaan organisasi yang teridentifikasi. Manajernya serta para staf akan menghadapi konflik yang beragam. Dengan meningkatnya tekanan terhadap organisasi untuk berkolaborasi dan saling berbagi kapabilitas, maka konflik yang dihadapi meningkat pada tataran organisasi, nasional dan batasan budaya. Selain itu, mereka juga dituntut untuk menyelesaikan konflik tersebut dengan cepat dan konstruktif. Sehingga manajemen keragaman budaya menjadi salah satu hal mendasar supaya aliansi tetap berjalan. Budaya organisasi yang kuat dapat mengurangi dampak negatif dari gap budaya (Eriksson & Hagg, 2016). Sehingga dalam sebuah aliansi perlu dibentuk adanya budaya baru pada organisasi baru yang sehingga gap budaya tidak akan terlihat. Oleh karena itulah para manajer harus memahami perbedaan budaya secara mendalam dan dapat menerapkan strategi yang sesuai dengan identitas masing-masing individu di dalam kelompok untuk memastikan hubungan yang harmonis dalam kerangka organisasi untuk meraih tujuan organisasi (Sultana et al, 2013).

Ras berpengaruh terhadap Faktor-faktor yang mempengaruhi budaya, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Anoraga, 2000:227), (Hanafy, 2015), (Dr.H.Sutirna, S.Pd., M.Pd, 2021), dan (Agustina & Mahfudz, 2020)

## 2. Pengaruh Perkembangan Teknologi terhadap Budaya

Perkembangan Teknologi berpengaruh terhadap Faktor-faktor yang mempengaruhi budaya, dimana dimensi atau indikator Ras Menurut (Nasikun, 2003) disebutkan beberapa karakteristik berikut sebagai sifat-sifat dasar dari suatu masyarakat majemuk, yaitu:

- a) terjadinya segmentasi ke dalam bentuk kelompok-kelompok yang seringkali memiliki sub-kebudayaan yang berbeda satu sama lain
- b) memiliki struktur sosial yang terbagi-bagi ke dalam lembaga-lembaga yang bersifat nonkomplementer
- c) kurang mengembangkan konsensus di antara para anggotanya terhadap nilai-nilai yang bersifat dasar
- d) secara relatif seringkali mengalami konflik-konflik di antara kelompok yang satu dengan yang lain
- e) secara relatif integrasi sosial tumbuh di atas paksaan (coercion) dan saling ketergantungan dalam bidang ekonomi
- f) adanya dominasi politik oleh suatu kelompok atas kelompok-kelompok yang lain.

Salah satu faktor yang menyebabkan pendistribusian barang kurang meluas karena belum melakukan pemasaran online. Hal ini dikarenakan dalam praktiknya masih kurang maksimal, sehingga hasil yang didapat pun kurang maksimal. Kurangnya pengetahuan sampai dengan adaptasi terhadap internet dan perkembangan teknologi menjadi tantangan dan masalah yang harus dihadapi (Susanti et al., 2020). Hal tersebut berpengaruh terhadap dimensi atau indikator faktor-faktor yang mempengaruhi budaya budaya sebagai keseluruhan dimensi seperti pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, hukum, adat istiadat, dan kemampuan-kemampuan atau kebiasaan-kebiasaan lain yang diperoleh anggota-anggota suatu masyarakat, budaya menghasilkan jawaban-jawaban khususnya sendiri terhadap tantangan-tantangan hidup seperti kelahiran, pertumbuhan, hubungan-hubungan sosial, dan bahkan kematian., (Dedy Mulyana, 2001).

Untuk meningkatkan Faktor-faktor yang mempengaruhi budaya dengan memperhatikan Ras, maka hal yang harus dilakukan adalah memperhatikan pembelajaran atau usaha pemerintah ke pada masyarakat dengan upaya menanamkan pendidikan Multikultural. Pendidik Multikultural sebagai usaha untuk menumbuhkan dan mengembangkan potensi-potensi bawaan, baik jasmani maupun rohani, sesuai dengan nilai-nilai yang ada dalam masyarakat dan kebudayaan. Multikultural diartikan sebagai keragaman kebudayaan, aneka kesopanan. Sedangkan secara terminologi, pendidikan multikultural dapat diartikan sebagai pendidikan mengenai keragaman kebudayaan.maka kurikulum pendidikan multikultural seharusnya mencakup subjek-subjek seperti: toleransi; tema-tema tentang perbedaan etno-kultural dan agama; bahaya diskriminasi: penyelesaian konflik dan mediasi; HAM: demokratis dan pluralitas; kemanusiaan universal dan subjek-subjek lain yang relevan. dimana masyarakat (Musa Asy'arie, 2010).

Perkembangan Teknologi berpengaruh terhadap Faktor-faktor yang mempengaruhi budaya, apabila Perkembangan Teknologi di persepsikan baik oleh pelanggan / konsumen maka ini akan meningkatkan kualitas untuk melihat keanekaragaman budaya sebagai realitas dalam kehidupan bermasyarakat. Kearifan yang demikian akan terwujud jika seseorang membuka diri untuk menjalani kehidupan bersama dengan melihat realitas plural sebagai keniscayaan hidup yang kodrati, baik dalam kehidupan pribadinya maupun kehidupan masyarakat yang lebih kompleks .Faktor-faktor yang mempengaruhi budaya, (Choirul Mahfud, 2006).

Perkembangan Teknologi berpengaruh terhadap Faktor-faktor yang mempengaruhi budaya, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Saddam et al., 2020), (Wardhani, et al., 2020), (Cahyono & Iswati, 2017), (Hudani, 2020), dan (Khairuddin, 2018)

### 3. Pengaruh Lingkungan Geografis terhadap Budaya

Lingkungan Geografis berpengaruh terhadap Faktor-faktor yang mempengaruhi budaya, dimana dimensi atau indikator Ras Sering kali ras diartikan sebagai suatu sistem yang mengklasifikasikan perbedaan anatara orang-orang kaukasian, negroid, dan ras mongoloid. Meskipun demikian, dalam ilmu genetika modern, perbedaan semacam itu ditolak. Dalam perkembangan kini, sebagai akibat migrasi yang luas, identitas ras itu menjadi makin tidak jelas karena terjadi perkawinan antar ras yang membuat manusia menampilkan ras tertentu yang berbeda dengan ras asli nya, (Alo liliweri, 2005).

Masalah yang sangat ekstrim berpengaruh terhadap dimensi atau indikator Faktor-faktor yang mempengaruhi budaya determinan paling fundamental dari keinginan dan perilaku

konsumen. Sub-budaya, sub budaya terdiri dari kebangsaan, agama, kelompok ras, dan daerah geografis. Banyak sub-budaya yang membentuk segmen pasar penting, dan pemasar sering merancang produk dan program pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka, (Kotler, 2005).

Lingkungan dan masyarakat merupakan dua konsep yang memiliki keterkaitan secara fungsional dalam konteks ekologi dan ekosistem. Berdasarkan sudut pandang (view point) yang berbeda, telaah empiris telah menghasilkan suatu sintesa tentang hubungan masyarakat dengan lingkungannya. Menurut kaum deterministis, lingkungan alam menentukan corak kehidupan masyarakat, kaum posibilistik memandang lingkungan sebagai faktor yang berpengaruh, sedangkan kaum optimistik teknologi memiliki keyakinan akan kemampuan IPTEK untuk mendayagunakan potensi lingkungan. Berdasarkan ketiga pandangan tersebut, maka keberadaan masyarakat dalam lingkungannya bergantung pada tingkat kemampuan yang dimilikinya. Secara konsepsional bahwa manusia merupakan faktor dominant terhadap lingkungannya (man ecological dominant concept) telah menampakkan fenomena kehidupan masyarakat yang variatif dan disparitas antar wilayah dan antar masyarakat. Beragamnya aktivitas, perbedaan tingkat kesejahteraan, dan dinamika perubahan masyarakat adalah merupakan konsekuensi logis dari konsep tersebut. Masyarakat dengan aktivitasnya menjadi fenomena yang memberikan warna dominan terhadap suatu ruang geografis. Di mana, aktivitas masyarakat tersebut pada hakikatnya adalah merupakan respons terhadap stimulus yang berasal dari lingkungannya. Manusia sebagai individu dalam kolektifitasnya membentuk tatanan kehidupan bermasyarakat. Menurut Sumaatmadja (1996:15), manusia sebagai mahluk hidup berada di tengah-tengah manusia lainnya (lingkungan sosial), dalam konteks budaya (lingkungan budaya), dan alam semesta (lingkungan alam). Ketiga lingkungan tersebut merupakan tiga faktor yang memiliki jalinan hubungan secara fungsional.

Adimihardja (1993:1) mengemukakan bahwa manusia, kebudayaan, dan lingkungan merupakan tiga faktor yang saling jalin menjalin secara integral. Keberadaan masyarakat dengan lingkungannya merupakan satu kesatuan yang utuh. Namun demikian, keberadaan masyarakat dengan kebudayaannya telah banyak turut serta mempengaruhi kondisi lingkungan hidup. Bagaimanakah menjaga keutuhan hubungan masyarakat dengan lingkungannya dan terjaganya keseimbangan sehingga lingkungan menjadi sumber kelangsungan hidup masyarakat secara berkelanjutan.

Upaya untuk meningkatkan Faktor-faktor yang mempengaruhi budaya dengan memperhatikan Lingkungan Geografis, maka yang harus dilakukan oleh masyarakat adalah dengan menanamkan/mempelajari wawasan perspektif global untuk memandang secara global dan bertindak menggunakan kearifan lokal merupakan pilihan yang tepat. Berdasarkan hal tersebut menjadi dasar yang kuat untuk menelusuri lebih lanjut mengenai hubungan desain produk seni, khususnya seni/budaya yang secara potensial menyimpan berbagai pesan

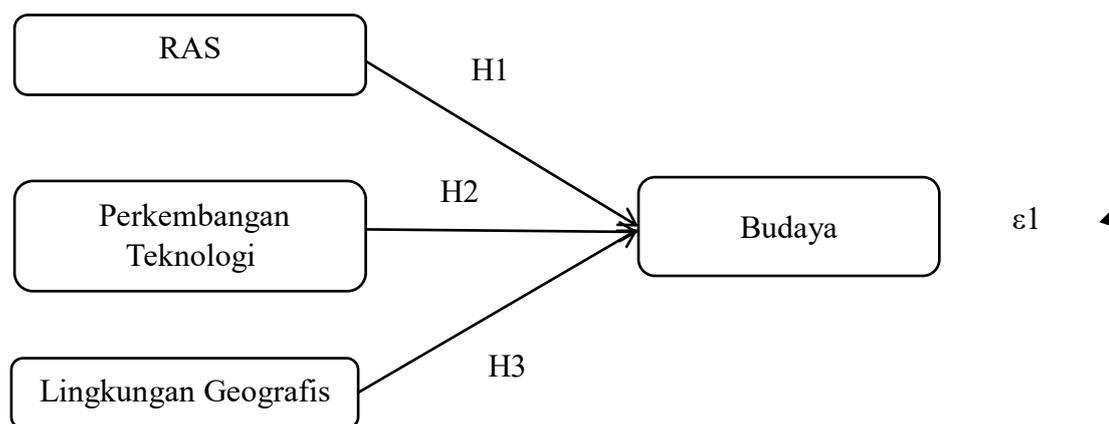
yang dapat digunakan mengatasi permasalahan yang sifatnya global maupun local untuk menggali nilai-nilai pelestarian lingkungan geografis. (Soemarwoto, 1983).

Lingkungan Geografis berpengaruh terhadap Faktor-faktor yang mempengaruhi budaya, apabila Ras di persepsikan baik oleh pelanggan / konsumen maka ini akan dapat meningkatkan kualitas kearifan lokal, termasuk hukum adat, nilai-nilai budaya dan kepercayaan yang ada sebagian bahkan sangat relevan untuk diaplikasikan ke dalam proses pembangunan kesejahteraan masyarakat. Kebudayaan dari suatu daerah diharapkan mampu menarik perhatian dari masyarakat local maupun mancanegara untuk mengenal ragam budaya dari tiap provinsi di Indonesia yang memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Faktor-faktor yang mempengaruhi budaya, (Yesiningrum, 2015).

Lingkungan Geografis berpengaruh terhadap Faktor-faktor yang mempengaruhi budaya, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Alo liliwari, 2005), (Ghoni & Bodroastuti, 2012), (Suryana & Antara, 2019), (Ningrum, 2016), dan (Yessiningrum et al., 2015)

### Conceptual Framework

Berdasarkan rumusan masalah, kajian teori, penelitian terdahulu yang relevan dan pembahasan pengaruh antar variabel, maka di perolah rerangka berfikir artikel ini seperti di bawah ini.



**Figure 1: Conceptual Framework**

Berdasarkan gambar conceptual framework di atas, maka: Ras, Perkembangan Teknologi, dan Lingkungan Geografis berpengaruh terhadap Faktor-faktor yang mempengaruhi budaya.

Selain dari tiga variabel exogen ini yang mempengaruhi Faktor-faktor yang mempengaruhi budaya, masih banyak variabel lain yang mempengaruhinya diantaranya adalah:

- a) Religi: (Rustiyanti, 2020), (Marnelly, 2018), (Suprihardjo, 2016),
- b) Sosial: (Yanuarita & Haryati, 2021), (Gea, 2011), (Susanti et al., 2017),
- c) Mode: (Russanti, 2007), (Faiz, 2016), (Mulyana, 2000),
- d) Pendidikan: (Sari & Ali, 2019), (Ali & Sardjijo, 2017), (Chauhan et al., 2019),
- e) Kreativitas: (Prayetno & Ali, 2020), (Widayati et al., 2020),
- f) Organization: (Sari & Ali, 2019), (Ali, 1926), (Masydzulhak et al., 2016), (Prayetno & Ali, 2017), (Saputra & Ali, 2022).

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan teori, artikel yang relevan dan pembahasan maka dapat di rumuskan hipotesis untuk riset selanjutnya:

1. Ras berpengaruh terhadap budaya.

Upaya pemerintah/masyarakat dalam mengembangkan budaya terhadap berbagai ras itu dengan upaya memberikan pendidikan multikultural kepada masyarakatnya multikulturalisme berkenaan dengan keragaman budaya sangat berdampak/berpengaruh positif.

2. Perkembangan Teknologi berpengaruh terhadap Budaya.

Perkembangan Teknologi dalam pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, hukum, adat istiadat, dan kemampuan-kemampuan atau kebiasaan-kebiasaan lain yang diperoleh anggota-anggota suatu masyarakat, budaya menghasilkan jawaban-jawaban khususnya sendiri terhadap tantangan-tantangan hidup seperti kelahiran, pertumbuhan, hubungan-hubungan sosial, dan bahkan kematian sangat berpengaruh terhadap budaya.

3. Lingkungan Geografis berpengaruh terhadap Budaya.

Lingkungan alam menentukan corak kehidupan masyarakat, kaum posibilistik memandang lingkungan sebagai faktor yang berpengaruh, sedangkan kaum optimistik teknologi memiliki keyakinan akan kemampuan IPTEK untuk mendayagunakan potensi lingkungan. Maka didalam lingkungan, masyarakat harus meningkatkan kualitas kearifan lokal, termasuk hukum adat, nilai-nilai budaya dan kepercayaan yang ada sebagian bahkan sangat relevan untuk diaplikasikan ke dalam proses pembangunan kesejahteraan masyarakat.

### Saran

Berdasarkan Kesimpulan di atas, maka saran pada artikel ini adalah bahwa masih banyak faktor lain yang mempengaruhi Faktor-faktor yang mempengaruhi budaya, selain dari Ras, Perkembangan Teknologi, dan lingkungan geografis pada semua tipe dan level organisasi atau perusahaan, oleh karena itu masih di perlukan kajian yang lebih lanjut untuk mencari faktor-faktor lain apa saja yang dapat mempengaruhi Faktor-faktor yang mempengaruhi budaya selain yang variabel yang di teliti pada artikel ini. Faktor lain tersebut seperti Religi, Sosial dan Mode

## DAFTAR RUJUKAN

- Agustina, R., & Mahfudz. (2020). Peran Manajemen Keragaman Budaya Dalam Kinerja Organisasi Non Profit Berbasis Aliansi (Studi Kasus Pada Jakarta Centre for Law Enforcement Cooperation). *Diponegoro Journal of Economics*, 9(1), 25–42. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jme/article/view/31488/25638>
- Andayani, A. A. I., Martono, E., & Muhamad, M. (2017). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Sosial Budaya Wilayah (Studi Di Desa Wisata Penglipuran Bali). *Jurnal Ketahanan Nasional*, 23(1), 1. <https://doi.org/10.22146/jkn.18006>
- Astuti, A. P., & Rps, A. Nu. (2018). Teknologi Komunikasi Dan Perilaku Remaja. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 3(1). <https://doi.org/10.20961/jas.v3i1.17452>
- Available Online: <https://dinastirev.org/JEMSI> Page 51. (2019). 1 (September), 51–59. <https://doi.org/10.31933/JEMSI>
- Bahari, A. F., & Ashoer, M. (2018). *4839-11381-2-Pb*. 5(1), 69–78.
- Bangun, W. (2012). Budaya Organisasi: Dampaknya Pada Peningkatan Daya Saing Perusahaan. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 8(1), 38–49.
- Batubara, S. M. (2017). Kearifan Lokal Dalam Budaya Daerah Kalimantan Barat (Etnis

- Melayu dan Dayak). *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 91–104.
- Cahyono, H., & Iswati, I. (2017). Urgensi Pendidikan Multikultural Sebagai Upaya Meningkatkan Apresiasi Siswa Terhadap Kearifan Budaya Lokal. *Elementary: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 3(1), 15. <https://doi.org/10.32332/elementary.v3i1.771>
- Faiz, F. (2016). Sufisme-Persia Dan Pengaruhnya Terhadap Ekspresi Budaya Islam Nusantara. *ESENSIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin*, 17(1), 1. <https://doi.org/10.14421/esensia.v17i1.1274>
- Gea, A. A. (2011). Enculturation Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Pembentukan Perilaku Budaya Individu. *Humaniora*, 2(1), 139. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i1.2966>
- Ghoni, A., & Bodroastuti, T. (2012). Pengaruh Faktor Budaya , Sosial , Pribadi Dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen ( Studi Pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang ) The Influence Of Factor Of Cultural , Social , Personality And Psychology On Customer Behavior S. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala*, 1–23.
- Gosal, J. A., Sitindjak, R. H. I., & Suryanata, L. (2017). Implementasi Konsep “Muni Papua Bageka Tota Kabo Wado Make” pada Interior Museum Negeri Provinsi Papua di Waena, Jayapura. *Intra*, 5(2), 391–399. <http://publication.petra.ac.id/index.php/desain-interior/article/view/5851>
- Hanafy, M. S. (2015). Pendidikan multikultural dan dinamika ruang kebebasan. *Diskursus Islam*, 3(1), 127. [http://journal.uin-alaududin.ac.id/index.php/diskursus\\_islam/article/view/198](http://journal.uin-alaududin.ac.id/index.php/diskursus_islam/article/view/198)
- Hudani, A. (2020). Pengaruh faktor budaya, faktor social, dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(2), 99–107. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i2.195>
- Ilham, & Hermawati. (2018). Pengaruh Faktor Kelas Sosial Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Pemilihan Pakaian Di Desa Lalego Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur. *Journal of Islamic Management And Bussines*, 1(1), 17–24.
- Juditha, C. (2015). Stereotip dan Prasangka dalam Konflik Etnis Tionghoa dan Bugis Makassar. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 12(1), 87–104. <https://doi.org/10.24002/jik.v12i1.445>
- Khairuddin, A. (2018). Epistemologi Pendidikan Multikultural Di Indonesia. *Ijtimaiyah*, 2(1), 1–20.
- Kusherdiana, R. (2020). Pengertian Budaya, Lintas Budaya, dan Teori yang Melandasi Lintas Budaya. *Pemahaman Lintas Budaya SPAR4103/MODUL 1*, 1–63.
- Loven, M. P. A., & Elyawati, J. (2019). Pengaruh Teknik E-Ticketing Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Niat Pembelian Ulang Dan Wom. 5(3), 1–15.
- Mahdayeni, M., Alhaddad, M. R., & Saleh, A. S. (2019). Manusia dan Kebudayaan (Manusia dan Sejarah Kebudayaan, Manusia dalam Keanekaragaman Budaya dan Peradaban, Manusia dan Sumber Penghidupan). *Tadbir: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 7(2), 154–165. <https://doi.org/10.30603/tjmpi.v7i2.1125>
- Mariani Shosana Giantara, & Santoso, J. (2014). Pengaruh Budaya, Sub Budaya, Kelas Sosial, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Perilaku Keputusan Pembelian Kue Tradisional Oleh Mahasiswa Di Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 2(1), 111–126.
- Marnelly, T. R. (2018). DINAMIKA SOSIAL BUDAYA MASYARAKAT MELAYU PESISIR (Studi Pengelolaan Madu Sialang di Desa Rawa Mekar Jaya). *Jurnal Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya*, 19(2), 149. <https://doi.org/10.25077/jaisb.v19.n2.p149-154.2017>
- Maulana, A. (2019). Analisis Motivasi Kelompok Jabatan pada Pejabat ASN di Kabupaten Indragiri Hilir (Analysis the Motivation Group of Job at Employee Region Indragiri

- Hilir). *Researchgate.Net*. [https://www.researchgate.net/profile/Agus-Maulana-6/publication/352544666\\_Analysis\\_the\\_Motivation\\_Group\\_of\\_Job\\_at\\_Employee\\_Region/links/60ce1a7f458515dc17950715/Analysis-the-Motivation-Group-of-Job-at-Employee-Region.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Agus-Maulana-6/publication/352544666_Analysis_the_Motivation_Group_of_Job_at_Employee_Region/links/60ce1a7f458515dc17950715/Analysis-the-Motivation-Group-of-Job-at-Employee-Region.pdf)
- Maunah, B. (2015). Stratifikasi Sosial dan Perjuangan Kelas dalam Perspektif Sosiologi Pendidikan. *Ta'allum: Jurnal Pendidikan Islam*, 3(1), 19–38. <https://doi.org/10.21274/taalum.2015.3.1.19-38>
- Mulyana. (2000). Perempuan Madura Pesisir Meretas Budaya Mode Produksi Patriarkate. *Jurnal Karsa*, 19(2).
- Ningrum, E. (2016). Pendayagunaan Lingkungan Bagi Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Geografi Gea*, 7(1). <https://doi.org/10.17509/gea.v7i1.1711>
- Nuvriasari, A. (2012). Peran Dukungan Organisasional, Kompetensi Teknologi Dan Lingkungan Eksternal Dalam Rangka Mendorong Pengadopsian E-Commerce Pada Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 16(2), 205–217. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol16.iss2.art6>
- Putri, V. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Infrastruktur Teknologi Informasi : Keuangan, Fleksibilitas Ti, Kinerja Organisasi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(3), 333–343. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i3.823>
- Russanti, I. (2007). Desain Kebaya Sunda Abad Ke-20 Studi Kasus di Bandung Tahun 1910-1980. *ITB Journal of Visual Art and Design*, 1(2), 196–210. <https://doi.org/10.5614/itbj.vad.2007.1.2.3>
- Rustiyanti, S. (2020). Folklor Candi Cangkuang: Destinasi Wisata Berbasis Budaya, Sejarah, Dan Religi. *Jurnal Budaya Etnika*, 2(2), 3–10. <https://jurnal.isbi.ac.id/index.php/etnika/article/view/1154>
- Saddam, S., Mubin, I., & SW, D. E. M. (2020). Perbandingan Sistem Sosial Budaya Indonesia Dari Masyarakat Majemuk Ke Masyarakat Multikultural. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 136–145.
- Santoso, D. T. T., & Purwanti, E. (2013). Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 Di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang. 6(12), 112–129.
- Suprihardjo, R. (2016). Pengembangan Kawasan Cagar Budaya Ampel sebagai Potensi Pariwisata Religi Di Surabaya. *Jurnal Penataan Ruang*, 11(1), 30. <https://doi.org/10.12962/j2716179x.v11i1.5213>
- Surahman, S. (2013). Dampak Globalisasi Media Terhadap Seni dan Budaya Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 2(1), 29–38.
- Suryana, I. G. P. E., & Antara, I. G. M. Y. (2019). Menggali Nilai-Nilai Pelestarian Lingkungan Geografis Pada Beberapa Desain Seni Pewayangan Bali. *Media Komunikasi Geografi*, 20(1), 56. <https://doi.org/10.23887/mkg.v20i1.17257>
- Susanti, G. A., Qomariah, N., & Anwar. (2017). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Cangkir Klasik Jember. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 2(2), 154–167.
- Syafirah, Mananeke, L., & Rotinsulu, J. J. (2017). Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Holland Bakery Manado. *Jurnal EMBA*, 5(2), 245–255.
- Wardhani, Krishna Dhiya., Susilorini, Retno, MI., & Agghita, Jata, Lintang., Ismail, A. (2020). Jurnal abdidas. *Jurnal Abdidas*, 1(3), 131–136.
- Yanuarita, H. A., & Haryati, S. (2021). Pengaruh Covid-19 Terhadap Kondisi Sosial Budaya Di Kota Malang Dan Konsep Strategis Dalam Penanganannya. *Jurnal Ilmiah Widya Sosiopolitika*, 2(2), 58. <https://doi.org/10.24843/jiwsp.2020.v02.i02.p01>