

PEMAHAMAN TRANSPARANSI INFORMASI MELALUI PERMAINAN *LEMON MARKET THEORY* BAGI SISWA/I SMA KATOLIK RICCI 1

Verawati¹, Rusi², Metio Alberto³

¹Jurusan Akuntansi, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: verawati@fe.untar.ac.id

²Jurusan Akuntansi, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: rusi.125220090@stu.untar.ac.id

³Jurusan Akuntansi, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: metio.125220101@stu.untar.ac.id

ABSTRACT

Quality information is the basis for making the right decisions. However, quality information is not always available to access, giving rise to information asymmetry between one party and another. Information asymmetry that occurs between one party and another can cause disputes. In order to overcome the problem of information asymmetry, quality information transparency is needed. PKM partners is SMA Katolik Ricci 1. The problem faced by partners is the possibility of students making wrong decisions due to the wrong sorting of quality information and not being careful in conveying information to other parties. The solution and method used is to provide training on understanding information transparency through the lemon market theory game to class X students of SMA Katolik Ricci 1. The training was held face-to-face at SMA Katolik Ricci 1 classroom. The training included games and theoretical explanations. The lemon market theory game is given at the beginning of the training so that students can be directly involved and easily understand the material. After that, a theoretical explanation regarding information asymmetry, information transparency, and information quality was given. At the end of the training, a questions and answers session were held to find out how the students responded to the training that had been provided. The result of PKM is that students understand the importance of information and how to filter and utilize quality information. From the results of the questionnaire, 94.5% of students considered the topic of information asymmetry and information transparency were interesting, 93.5% of students were able to understand the material well, and 95.75% of students experienced increased insight after participating in the training. In addition, through this training, students will be encouraged to get used to providing quality and reliable information.

Keywords: *Information, Information Asymmetry, Information Transparency, Quality Information*

ABSTRAK

Informasi yang berkualitas merupakan dasar dalam pengambilan keputusan yang tepat. Namun, informasi yang berkualitas tidak senantiasa tersedia untuk diakses, sehingga menimbulkan asimetri informasi antara satu pihak dan pihak lainnya. Asimetri informasi yang terjadi antara satu pihak dan pihak lainnya dapat menyebabkan terjadinya perselisihan. Guna mengatasi masalah dari adanya asimetri informasi, maka diperlukan transparansi informasi yang berkualitas. Mitra PKM adalah SMA Katolik Ricci 1. Permasalahan yang dihadapi oleh mitra adalah kemungkinan siswa salah dalam mengambil keputusan akibat salah memilih informasi yang berkualitas dan tidak berhati-hati dalam menyampaikan informasi kepada pihak lain. Solusi dan metode yang digunakan adalah dengan memberikan pelatihan mengenai pemahaman transparansi informasi melalui permainan *lemon market theory* kepada para siswa kelas X SMA Katolik Ricci 1. Pelatihan diadakan secara tatap muka di ruang kelas SMA Katolik Ricci 1. Pelaksanaan pelatihan mencakup permainan dan pemaparan teori. Permainan *lemon market theory* diberikan di awal pelatihan supaya siswa dapat terlibat langsung dan mudah memahami materi. Setelah itu, pemaparan teori mengenai asimetri informasi, transparansi informasi, dan kualitas informasi diberikan. Pada akhir pelatihan, diadakan sesi tanya jawab untuk mengetahui bagaimana tanggapan para siswa atas pelatihan yang telah diberikan. Hasil dari PKM berupa pelatihan ini adalah siswa memahami pentingnya informasi serta bagaimana menyaring dan memanfaatkan informasi yang berkualitas. Berdasarkan hasil kuesioner, 94,5% siswa menganggap bahwa topik mengenai asimetri informasi dan transparansi informasi merupakan topik yang menarik, 93,5% siswa dapat memahami materi yang disampaikan dengan baik, dan 95,75% siswa memiliki peningkatan wawasan setelah mengikuti pelatihan. Selain itu, melalui pelatihan ini para siswa akan terdorong untuk terbiasa dalam memberikan informasi yang berkualitas dan terpercaya.

Kata Kunci: Informasi, Asimetri Informasi, Transparansi Informasi, Kualitas Informasi

1. PENDAHULUAN

Informasi merupakan data yang telah diproses yang dapat memberikan nilai lebih sehingga dapat meningkatkan proses pengambilan keputusan dan menyebabkan pengguna informasi tersebut



melakukan tindakan tertentu (Hall, 2019). Oleh karena informasi merupakan dasar dalam pengambilan keputusan, maka informasi yang diperoleh harus dipastikan kualitasnya. Informasi yang berkualitas memiliki beberapa karakteristik, yaitu (1) *relevant*, (2) *reliable*, (3) *complete*, (4) *timely*, (5) *understandable*, (6) *verifiable*, dan (7) *accessible* (Romney & Steinbart, 2018). Relevan berarti informasi yang diperoleh sesuai dengan keputusan yang akan diambil. Dapat diandalkan berarti informasi yang diperoleh bebas dari kesalahan. Lengkap berarti informasi yang diperoleh tidak menghilangkan aspek penting dari peristiwa yang terjadi. Tepat waktu berarti informasi yang diperoleh sesuai dengan waktu pengambilan keputusan. Dapat dipahami berarti informasi yang diperoleh disajikan dalam bentuk yang berguna. Dapat diverifikasi berarti informasi yang diperoleh dapat dibuktikan kebenarannya oleh 2 pihak yang berbeda. Dapat diakses berarti informasi tersebut tersedia pada saat dibutuhkan.

Harapannya adalah semua pihak akan menyajikan informasi yang lengkap setiap saat. Namun, pada kenyataannya informasi tersebut tidak semuanya diungkapkan. Asimetri informasi adalah suatu kondisi dimana satu pihak memiliki informasi yang lebih banyak dan lebih lengkap dibandingkan pihak lainnya sehingga dapat disebutkan sebagai kegagalan informasi (Amanda, 2022; Hayes, 2024). Perbedaan informasi ini menyebabkan terjadinya kesenjangan informasi antara kedua pihak tersebut. Sebagai contoh, pihak penjual merupakan pihak yang memiliki lebih banyak informasi mengenai produk yang mereka jual dibandingkan pihak pembeli. Jika masalah asimetri informasi tidak segera diatasi pada pasar ekonomi antara penjual dan pembeli, maka lama kelamaan akan terjadi masalah lemon. Masalah lemon ini dicetuskan oleh George Akerlof, dimana informasi terbatas yang dimiliki oleh pembeli menyebabkan penjual dengan produk berkualitas tinggi akan keluar dari pasar, sehingga pada pasar yang ada hanya tersisa penjual dengan produk berkualitas rendah (Chen, 2024).

George Arthur Akerlof merupakan peneliti dan penulis artikel *The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism*, yang dipublikasikan di *Quarterly Journal of Economics* pada tahun 1970. Artikel tersebut menganalisis pasar dengan asimetri informasi dan memenangkan penghargaan Nobel Ekonomi pada tahun 2001. Akerlof meneliti pada bursa mobil bekas, dimana mobil pada bursa mobil bekas dapat dikategorikan menjadi mobil dengan kualitas baik dan mobil dengan kualitas tidak baik (Rialdi et al., 2021). Mobil dengan kualitas tidak baik ini disebut dengan istilah lemon di Amerika. Calon pembeli tidak mengetahui mobil mana yang memiliki kualitas baik dan mana yang tidak. Dengan demikian, calon pembeli akan berusaha untuk mendapatkan harga terendah terlepas dari kualitas mobil bekas tersebut. Penjual yang mengetahui dengan pasti bahwa mobil bekas yang dijualnya memiliki kualitas yang baik tidak akan bersedia untuk menjual mobil bekasnya dengan harga lebih rendah. Kondisi ini lama kelamaan akan menyebabkan penjual mobil bekas dengan kualitas baik akan keluar dari pasar. Dengan demikian, yang tersisa di pasar hanyalah mobil bekas dengan kualitas yang tidak baik.

Guna mengatasi masalah yang ditimbulkan dari asimetri informasi, maka semua pihak yang bertransaksi sebaiknya memberikan informasi secara lengkap. Selain itu, informasi yang diberikan secara lengkap juga diharapkan merupakan informasi yang jujur dan benar. Namun, pada kenyataannya, informasi yang diberikan dapat bersifat ambigu sehingga dapat menyesatkan penerima informasi. *Lemon market theory* juga dapat diasosiasikan sebagai biaya ketidakjujuran, dimana biaya ketidakjujuran tidak hanya sebesar kerugian yang dialami oleh pembeli saja, namun juga termasuk di dalamnya kerugian akibat terdorong keluarnya pemain bisnis yang jujur dari pasar yang ada (Chen, 2024). Belum lagi pada era digitalisasi saat ini, dimana informasi banyak tersebar di dunia maya, baik informasi yang benar maupun yang tidak benar. Kemudahan dalam mengakses informasi melalui internet dan sosial media pun juga dapat memberikan

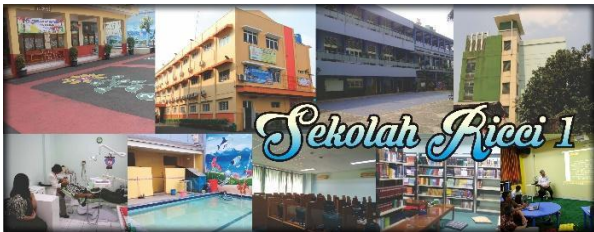
dampak negatif (Adhari & Naomi, 2023). Era digitalisasi juga mengakibatkan pergeseran kegiatan jual beli dari yang konvensional menjadi kegiatan perdagangan secara online, baik pada platform yang disediakan sendiri oleh pihak penjual, maupun pada platform pihak ketiga. Melalui kegiatan perdagangan online, semua pelaku bisnis dapat dengan mudah mencapai calon pelanggan dan juga sebaliknya calon pelanggan dapat dengan mudah melakukan perbandingan produk antara penjual yang ada dalam pasar online. Asimetri informasi juga dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam pasar *online* (Budiutono, 2023). Hal ini menyebabkan penyaringan informasi harus dilakukan atas setiap keputusan yang akan diambil.

Asimetri informasi tidak hanya terjadi pada pasar ekonomi saja, tetapi dapat juga terjadi pada berbagai bidang. Misalnya, asimetri informasi antara manajemen perusahaan yang menyusun laporan keuangan dan investor yang memanfaatkan informasi pada laporan keuangan tersebut; asimetri informasi antara perusahaan asuransi yang menawarkan produk asuransi dan calon nasabah asuransi; dan lain sebagainya. Oleh karena asimetri informasi dapat menyebabkan kerugian bagi salah satu pihak, maka diperlukan transparansi/keterbukaan informasi supaya kedua pihak dapat saling menguntungkan. Transparansi informasi adalah suatu keterbukaan informasi kepada masyarakat sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi tersebut. Menurut Paramita (2023), pembuatan materi ataupun penyampaian informasi haruslah informasi yang bermanfaat bagi masyarakat. Kualitas dari informasi yang diberikan juga perlu ditingkatkan supaya pihak yang mengakses informasi tersebut tidak salah dalam mengambil keputusan. Melalui transparansi informasi yang berkualitas, diharapkan tidak ada lagi pihak yang merasa dirugikan.

Mitra PKM adalah para siswa kelas X SMA Katolik Ricci 1 yang beralamat di Jl. Kemenangan III No. 47, RT.3/RW.2, Glodok, Taman Sari, Jakarta Barat. SMA Katolik Ricci 1 berdiri sejak tahun 1962 dan kini berada di bawah naungan Yayasan Pendidikan Ricci. SMA Katolik Ricci 1 didirikan oleh Pastor Leitenbauer dan memiliki karakter unggul yang membentuk akronim nama sekolah RICCI, yaitu *Respect, Integrity, Caring, Citizenship, dan Initiative*. Profil SMA Katolik Ricci 1 dapat dilihat pada Gambar 1. Kepala sekolah SMA Katolik Ricci 1 saat kegiatan PKM dilaksanakan adalah Bapak Riki Rahardja Wirja, S.Si.

Gambar 1

Profil SMA Katolik Ricci 1

	
Logo Sekolah Ricci	Foto Sekolah Ricci 1
Sumber: https://smaricci1.sekolahricci.sch.id/	Sumber: https://www.sekolahricci.sch.id/

Berdasarkan data yang diperoleh dari Kemdikbud yang diakses pada laman <https://sekolah.data.kemdikbud.go.id/>, siswa kelas X SMA Katolik Ricci 1 tahun ajaran 2023/2024 berjumlah 58 siswa. Permasalahan yang dihadapi oleh mitra PKM adalah bagaimana memberikan pemahaman kepada para siswa mengenai pentingnya informasi, bagaimana perbedaan informasi antara satu pihak dengan pihak lainnya dapat mengakibatkan perselisihan,



bagaimana cara mengatasi perbedaan informasi yang terjadi, dan bagaimana menyaring dan memanfaatkan informasi yang berkualitas. Melalui pemahaman atas informasi yang berkualitas ini, para siswa diharapkan akan menjadi terbiasa untuk memeriksa terlebih dahulu informasi yang mereka terima sebelum informasi tersebut diteruskan kepada pihak lain ataupun digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Pemahaman mengenai asimetri dan transparansi informasi ini pun akan berguna dalam memahami bagaimana pasar ekonomi tercipta dan bagaimana caranya mempertahankan keberlangsungan bisnis di kemudian hari. Selain itu, melalui pelatihan ini dapat mendorong para siswa untuk terbiasa dalam memberikan informasi yang berkualitas dan terpercaya.

2. METODE PELAKSANAAN PKM

Kegiatan PKM yang dilakukan adalah memberikan pelatihan kepada siswa/i SMA Katolik Ricci 1 supaya mereka dapat memahami apa yang dimaksud dengan asimetri informasi, apa dampak dari asimetri informasi, bagaimana mencegah terjadinya asimetri informasi, pentingnya transparansi/keterbukaan informasi, dan pentingnya informasi yang berkualitas dalam pengambilan keputusan. Pelatihan dilaksanakan secara luring di ruang kelas SMA Katolik Ricci 1. Kegiatan PKM ini dilaksanakan oleh tim yang terdiri 1 (satu) dosen dan 2 (dua) mahasiswa. Keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan PKM ini dapat menambah pengalaman mereka dalam bentuk pengajaran di SMA. Selain itu, mahasiswa juga diajarkan untuk terbiasa menyalurkan pengetahuan yang mereka miliki guna membimbing generasi yang lebih muda sehingga pengetahuan yang mereka dapatkan selama perkuliahan dapat memberikan dampak bagi orang lain. Gambar 2 menjelaskan tahapan pelaksanaan PKM yang dilakukan.

Gambar 2

Tahapan Pelaksanaan PKM



Kegiatan PKM diawali dengan melakukan koordinasi dan wawancara dengan Kepala Sekolah dan Guru Akuntansi SMA Katolik Ricci 1. Setelah itu, tim PKM akan melakukan persiapan pelaksanaan PKM. Persiapan yang dilakukan antara lain, menyiapkan materi dan membuat lembar kerja permainan *lemon market theory*. Setelah persiapan selesai, tahapan selanjutnya adalah pelaksanaan PKM dengan memberikan pelatihan transparansi informasi bagi siswa/i SMA Katolik Ricci 1. Pada tahapan pelatihan ini, tim PKM mengadakan permainan *lemon market theory* terlebih dahulu kepada para siswa supaya para siswa dapat ikut terlibat secara langsung sehingga memudahkan dalam memahami materi yang akan disampaikan. Setelah permainan *lemon market theory* selesai dilakukan, tim PKM menyampaikan makna dari permainan yang baru dilakukan serta memberikan pemahaman mengenai pentingnya transparansi informasi dalam kegiatan sehari-hari, dalam kegiatan bisnis, maupun dalam

kegiatan pelaporan keuangannya. Kemudian, di akhir pelatihan diadakan sesi tanya jawab kepada para siswa dan bagaimana tanggapan mereka atas pelatihan yang telah mereka dapatkan.

0. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan yang diberikan kepada para siswa kelas X SMA Katolik Ricci 1 adalah pemahaman atas transparansi informasi melalui permainan *lemon market theory*. Kegiatan pelatihan dilaksanakan secara tatap muka pada tanggal 20 Maret 2024 di ruang kelas SMA Katolik Ricci 1. Tujuan dari diadakannya pelatihan ini adalah untuk memberikan pemahaman kepada para siswa akan pentingnya informasi yang disampaikan secara lengkap dan benar, apa dampak yang terjadi apabila terdapat perbedaan informasi antara satu pihak dan pihak lainnya, apa dampak dari informasi tidak terpercaya yang dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan, dan pentingnya kehati-hatian dalam menyaring informasi yang tersedia. Gambar 3 merupakan foto-foto pada saat pelatihan dilakukan.

Gambar 3

Foto Kegiatan Pelatihan



Pelatihan dimulai dengan membagikan lembar kerja permainan *lemon market theory* kepada para siswa. Lembar kerja permainan berisikan tabel 6x10 (6 kolom dan 10 baris). Pada baris pertama berisi informasi mengenai penjual yang ada, sedangkan pada kolom pertama berisi informasi yang disediakan oleh masing-masing penjual. Para siswa bertindak sebagai calon pembeli yang akan membeli dari sekian banyak penjual yang ada pada pasar *online*. Informasi mengenai penjual dibacakan secara bertahap dan pada setiap kondisi informasi, para siswa diminta untuk mengambil keputusan terkait 2 pilihan penjual yang mereka pilih berdasarkan informasi yang ada. Para siswa memilih dengan memberikan tanda pada lembar kerja yang telah dibagikan di awal. Setelah semua kondisi informasi disampaikan, pada baris terakhir, para siswa akan diminta untuk menganalisis secara keseluruhan, manakah 2 pilihan penjual yang akan dipilih berdasarkan gabungan seluruh informasi yang ada. Pada akhir sesi permainan, salah satu siswa dimintakan pendapatnya atas setiap keputusan yang diambil serta makna dari permainan yang dilakukan. Setelah permainan selesai dilakukan, tim PKM menyampaikan materi kepada para siswa (lihat Tabel 1). Materi yang disampaikan adalah *lemon market theory* yang mendasari permainan yang telah dilakukan. Selain itu, dijelaskan pula mengenai asimetri informasi, transparansi informasi, dan apa saja karakteristik informasi yang berkualitas yang dapat meningkatkan pengambilan keputusan.



Tabel 1

Materi Pelatihan Transparansi Informasi

Materi	Tujuan
Permainan <i>lemon market theory</i>	Siswa terlibat langsung dalam pengambilan keputusan pembelian pada penjual di pasar <i>online</i> berdasarkan informasi yang tersedia
<i>Lemon market theory</i>	Siswa mengetahui siapa pencetus teori ini, apa yang dimaksud dengan masalah lemon, dan bagaimana aplikasinya dalam kegiatan jual beli
Asimetri informasi	Siswa mengetahui apa yang dimaksud dengan asimetri informasi dan dampak apa yang ditimbulkan dari adanya asimetri informasi
Transparansi informasi	Siswa mengetahui apa yang dimaksud dengan transparansi informasi dan manfaatnya
Informasi yang berkualitas	Siswa mengetahui apa saja karakteristik dari informasi yang berkualitas

Pada akhir pelatihan, para siswa mengisi kuesioner mengenai pelatihan yang telah diikuti. Kuesioner yang diberikan terdiri dari 3 pertanyaan dengan skala 1 – 4. Skala 1 tidak menarik dan skala 4 sangat menarik. Hasil kuesioner dari kegiatan pelatihan yang dilakukan dapat dilihat pada Tabel 2 dengan total responden sebanyak 54 siswa.

Tabel 2

Kuesioner Pelatihan

No.	Pertanyaan	Skor
1	Apakah topik pelatihan ini menarik?	3,78
2	Seberapa paham mengenai materi yang disampaikan?	3,74
3	Apakah pelatihan ini bermanfaat dalam menambah wawasan Anda?	3,83

Berdasarkan hasil kuesioner pada Tabel 2 Pertanyaan 1, dapat disimpulkan bahwa topik pelatihan menarik bagi para siswa dengan nilai 3,78 dari total skor 4. Dengan demikian, sebanyak 94,5% siswa menganggap bahwa topik mengenai asimetri informasi dan transparansi informasi merupakan topik yang menarik. Berdasarkan hasil kuesioner pada Tabel 2 Pertanyaan 2, 93,5% siswa dapat memahami dengan baik materi yang disampaikan dengan nilai 3,74 dari total skor 4. Hal ini juga membuktikan bahwa pelatihan yang dimulai dengan permainan terlebih dahulu akan lebih bermanfaat dalam memahami materi yang disampaikan. Berdasarkan hasil kuesioner pada Tabel 2 Pertanyaan 3, wawasan para siswa juga bertambah setelah mengikuti pelatihan ini dengan nilai 3,83 dari total skor 4 (95,75%).

Pelatihan pemahaman atas asimetri dan transparansi informasi yang diberikan kepada para siswa kelas X SMA Katolik Ricci 1 berjalan dengan baik dan memuaskan. Para siswa peserta pelatihan dapat memahami dengan baik materi yang diberikan. Melalui pelatihan yang dimulai dengan kegiatan permainan, siswa menjadi terlibat langsung dalam proses pengambilan keputusan sederhana. Melalui keterlibatan langsung dalam proses pengambilan keputusan, siswa menjadi lebih paham apa pentingnya informasi yang berkualitas untuk mengambil keputusan terbaik. Siswa juga memahami bahwa informasi yang tersedia dan mudah diakses pada jaman sekarang ini harus dipelajari lebih lanjut kebenarannya karena informasi yang berbeda akan menghasilkan keputusan yang berbeda pula. Melalui pemahaman atas bagaimana informasi bekerja, para siswa akan menjadi terbiasa untuk memeriksa terlebih dahulu informasi yang mereka terima sebelum informasi tersebut diteruskan kepada pihak lain ataupun digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan.

Manfaat lainnya yang diterima siswa dari kegiatan pelatihan ini adalah siswa mengetahui bagaimana pasar ekonomi tercipta, apa yang diharapkan oleh pembeli dan penjual pada pasar ekonomi, dan kondisi seperti apa yang menyebabkan transaksi ekonomi terjadi. Pemahaman ini didapatkan dari permainan *lemon market theory* dimana siswa ikut terlibat langsung dalam memilih penjual berdasarkan informasi yang diberikan. Melalui pemahaman ini, siswa diajak untuk berpikir kritis dan melihat dari sisi yang berbeda, bahwa apa yang mereka inginkan sebagai pembeli merupakan hal-hal yang harus disediakan oleh penjual. Sehingga ketika mereka tertarik dalam menjalankan bisnis, mereka mengetahui bagaimana caranya mempertahankan keberlangsungan bisnis di kemudian hari, yaitu dengan memberikan apa yang pelanggan inginkan dan tentunya disertai dengan transparansi informasi yang berkualitas.

4. KESIMPULAN

Setiap individu pasti mengambil keputusan, dimana setiap keputusan yang diambil memerlukan informasi yang mendasarinya. Informasi pada jaman sekarang dapat dengan mudah diakses dimana saja dan kapan saja. Perkembangan internet dan jaringan komunikasi memudahkan penyebaran informasi secara lebih cepat. Banyaknya informasi yang tersedia mengharuskan setiap pengambil keputusan untuk berhati-hati dalam memilih informasi mana yang terpercaya dan mana yang tidak. Seperti koin dengan 2 sisi yang berbeda, selain harus berhati-hati dalam menyaring informasi, informasi yang disebarluaskan pun haruslah informasi yang terpercaya dan tidak menyesatkan penerimanya. Pelatihan yang diberikan kepada siswa kelas X SMA Katolik Ricci 1 adalah pemahaman atas asimetri dan transparansi informasi melalui permainan *lemon theory*. Melalui permainan pengambilan keputusan membeli barang secara *online* mengajarkan kepada para siswa bahwa informasi yang berbeda akan menghasilkan keputusan yang berbeda pula. Para siswa memahami akan pentingnya informasi dan kemampuan untuk menyaring informasi dalam pengambilan keputusan. Sebanyak 94,5% siswa menganggap bahwa topik mengenai asimetri informasi dan transparansi informasi merupakan topik yang menarik, 93,5% siswa dapat memahami materi yang disampaikan dengan baik, dan 95,75% siswa memiliki peningkatan wawasan setelah mengikuti pelatihan. Selain itu, para siswa juga mengetahui bahwa tidak cukup dengan hanya berhati-hati dalam memilih informasi saja, namun mereka juga harus berhati-hati dalam menyebarkan informasi. Terlebih pada kemajuan teknologi dimana semua informasi sudah tersedia secara elektronik, baik di internet maupun sosial media, yang memerlukan kehati-hatian dalam pemanfaatannya.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgment*)

Keberhasilan dan berjalan lancarnya kegiatan PKM tidak lepas dari dukungan berbagai pihak, sehingga tim PKM menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Tarumanagara sebagai instansi yang memberikan sarana dan dana
2. SMA SMA Katolik Ricci 1 yang telah bersedia menjadi mitra PKM
3. Mahasiswa serta rekan sejawat dan seprofesi yang telah membantu pelaksanaan serta memberikan saran dan masukan

REFERENSI

- Adhari, A., & Naomi, S. (2023). Eksistensi Milenial Dalam Menangkal Hoax. *Jurnal Serina Abdimas*, 1(3), 1207–1214. <https://doi.org/10.24912/jsa.v1i3.26216>
- Amanda, C. (2022, December 5). *Asymmetric Information*. <https://Finance.Binus.Ac.Id/2022/12/Asymmetric-Information-Lecturenotes/>.
- Budiutono, S. (2023). Analisis Asimetris Informasi: Perilaku Konsumen Pada Pasar Online. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, VII(2), 645–658.



- Chen, J. (2024, February 13). *The Problem of Lemons: Buyer vs. Seller*. <https://www.investopedia.com/terms/l/lemons-problem.asp>.
- Hall, J. A. (2019). *Accounting Information Systems* (10th ed.). Cengage Learning, Inc.
- Hayes, A. (2024, April 29). *Adverse Selection: Definition, How It Works, and The Lemons Problem*. Investopedia.
- Paramita, S. (2023). Pelatihan Pengelolaan Instagram Jurnalisme Online Bagi Remaja Pasca Gemba Bumi di Ciherang. *Jurnal Serina Abdimas*, 1(4), 1728–1734. <https://doi.org/10.24912/jsa.v1i4.28481>
- Rialdi, R., P. W. E., & Yustien, R. (2021). Analisis Perubahan Harga dan Volume Transaksi Saham Sebelum dan Sesudah Kasus Covid-19 (Studi Kasus pada PT Unilever Tbk). *Jambi Accounting Review (JAR) JAR*, 2(3), 384–396. <https://online-journal.unja.ac.id/JAR/>
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2018). *Accounting Information Systems* (Fourteenth). Pearson.