

KAJIAN PERANAN ORIENTASI WIRUSAHA DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEBERHASILAN USAHA UMKM DI KOTA MALANG

Oleh: Ita Rifiani Permatasari, Ayu Sulasari *)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara deskriptif peranan faktor-faktor dalam keberhasilan usaha , yaitu variabel Orientasi Wirausaha dan Inovasi Produk terhadap Keberhasilan Usaha, dengan subyek Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) bidang kuliner di Kota Malang.

Penelitian ini melibatkan 100 UMKM yang bergerak dibidang Kuliner di Kota Malang. Analisis penelitian menggunakan metode deskriptif kuantitatif, untuk menganalisis peranan variabel Orientasi Wirausaha dan Inovasi Produk terhadap keberhasilan usaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pemilik UMKM Kuliner adalah kaum muda, dengan usia maksimal 35 tahun berjumlah 66 orang (66%), dengan pendidikan SMA – Sarjana sebanyak 99 orang atau 99%, artinya anak muda dengan pendidikan tinggi sudah tidak ragu-ragu lagi memilih menjadi wirausaha sebagai pilihan profesinya.

Deskripsi dari orietasi wirausaha menggambarkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM Kuliner, sudah mempunyai orientasi wirausaha yang baik. Hasil penilaian terhadap variabel inovasi produk menggambarkan bahwa pelaku UMKM kuliner sudah memiliki pemahaman yang baik akan pentingnya inovasi produk.). Hasil penilaian terhadap keberhasilan usaha menggambarkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM kuliner meyakini bahwa usaha yang sedang berjalan sudah memiliki keberhasilan cukup tinggi.

Kata Kunci: Orientasi Wirausaha, Inovasi Produk, Keberhasilan Usaha, UMKM Kuliner

Abstract

This study aims to examine descriptively the role of factors in business success, namely the Entrepreneurial Orientation and Product Innovation variables for Business Success, with the subject of Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) focusing on the culinary field in Malang.

This study involved 100 UMKM engaged in the Culinary field in Malang. Research analysis using quantitative descriptive methods, to analyze the role of the Entrepreneurial Orientation and Product Innovation variables on business success.

The results showed that the majority of Culinary UMKM owners were young people, with a maximum age of 35 years totaling 66 people (66%), with high school education, 99 people as a graduate or 99%, meaning that young people with higher education had no doubt. choose to become an entrepreneur as a choice of profession.

The description of the entrepreneurial orientation illustrates that most of the culinary UMKM, already have a good entrepreneurial orientation. The results of the assessment of product innovation variables illustrate that culinary UMKM do have a good understanding of the importance of product innovation. The assessment results of business success illustrate that the majority of culinary UMKM entrepreneurs believe that the ongoing business already has quite high success.

Keywords: Entrepreneurial Orientation, Product Innovation, Business Success, Culinary UMKM

1. Pendahuluan

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki potensi yang besar dalam meningkatkan taraf hidup rakyat

banyak. Kontribusi UKM dalam penyediaan lapangan kerja dan Produk Domestik Bruto (PDB) juga sangat signifikan

*) Ita Rifiani Permatasari, Ayu Sulasari adalah dosen Polinema

Dari segi kuantitatif, jumlah seluruh pelaku usaha di Indonesia pada tahun 2009 (angka sementara) menunjukkan mencapai 52.769.280 unit. Dari jumlah tersebut, sebanyak 99,99% atau 52.764.603 unit usaha di antaranya adalah UKM. Kontribusi UKM dalam penyediaan lapangan kerja dan Produk Domestik Bruto (PDB) juga sangat signifikan. UKM yang jumlahnya dominan tersebut menyediakan 97,30% lapangan kerja dan menyumbang PDB sebesar 56,52% (BI, 2014). Uraian di atas menunjukkan bahwa UKM memiliki potensi yang positif untuk mengatasi permasalahan ekonomi yang dihadapi oleh masyarakat secara langsung, dan juga pemerintah sebagai pihak yang berkepentingan dengan masalah perekonomian daerah.

Pergeseran perubahan gaya hidup masyarakat terutama kaum muda, yang lebih senang “nongkrong”, menghabiskan waktu, bahkan mengerjakan tugas-tugas kuliah di restoran atau *cafe*, menyebabkan tumbuh menjamur restoran dan *cafe*, di kota Malang, dan sebagian besar pemilik restoran dan *cafe* ini adalah wirausaha muda. Hal ini juga menunjukkan adanya pergeseran keinginan yang besar dari kaum muda untuk berwirausaha.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Murtamaji (2005), Permatasari (2014) terhadap UKM, memperlihatkan ketahanan usaha pengusaha pengrajin kecil disebabkan oleh adanya faktor dari dalam diri pengusaha pengrajin antara lain: kemauan yang kuat dari dalam diri mereka sendiri, keuletan dalam melakukan kegiatan usahanya, kemandirian yang

kuat, kemampuan dalam menghadapi dan mengatasi masalah, dan adanya dorongan untuk maju/berprestasi. Hal-hal yang telah diteliti tersebut merupakan bagian dari karakteristik wirausahawan

Perubahan-perubahan lingkungan, khususnya lingkungan ekonomi membuat sebagian pengusaha kecil dan menengah terpaksa gulung tikar. Namun sebagian pengusaha masih dapat bertahan hidup karena mereka mampu mengantisipasi perubahan itu, dengan melakukan inovasi produk untuk mencapai tingkat daya saing yang kompetitif. Inovasi yang tinggi baik itu inovasi proses maupun inovasi produk akan meningkatkan kemampuan UKM akan menciptakan produk yang lebih berkualitas. Kualitas produk yang tinggi akan meningkatkan keunggulan bersaing dalam UKM yang pada akhirnya berdampak pada kinerja UKM itu sendiri. (Elfahmi dan Jatmika, 2017)

Keberhasilan usaha kecil terutama sangat ditentukan oleh individu pengusaha itu sendiri selain lingkungan eksternal. Artinya sampai sejauh mana pengusaha kecil itu mampu mengelola, membenahi secara tepat dan optimal potensi internalnya di samping memiliki kehandalan dalam membaca peluang, beradaptasi dan mampu mengantisipasi secara cermat terhadap fluktuasi lingkungan eksternal seperti perubahan pasar, selera konsumen, perubahan harga, bahan baku perkembangan teknologi, perubahan kebijakan maupun iklim ekonomi dan kondisi politik lainnya. (Sugidarma, 2004)

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka peneliti akan mengkaji secara deskriptif variabel orientasi wirausaha dan inovasi produk terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Kuliner di Kota Malang.

2.Kajian Pustaka

2.1.Orientasi Wirausaha.

Untuk memulai sebuah bisnis dibutuhkan keberanian seseorang dalam mengambil segala jenis risiko, segala kemungkinan baik itu risiko kegagalan maupun risiko keberhasilan harus dihadapi untuk menjalankan sebuah bisnis. Menurut Nickels *et al.* (2012) kewirausahaan (*entrepreneurship*) adalah menerima segala jenis risiko ketika memulai dan menjalankan sebuah bisnis. Wirausahawan (*entrepreneur*) adalah seorang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil risiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang dan menggabungkan sumber-sumber daya yang diperlukan (Zimmerer *et al.*, 2012:4).

2.2 Inovasi Produk..

Inovasi dalam suatu bisnis dinilai amat penting, karena ini merupakan alat pendukung dalam menghadapi persaingan dengan industri lain atau perusahaan lain. Sebuah inovasi biasanya lahir dari proses terbentuknya ide, lalu menjadi sebuah konsep, sehingga muncul penemuan baru. Buchari (2014) mengatakan bahwa inovasi berarti mengamati konsumen untuk menemukan dan memuaskan konsumennya dengan memberikan produk yang baru.

Dari hasil kajian di negara maju menunjukkan bahwa UKM adalah sumber dari inovasi produksi dan teknologi, pertumbuhan wirausaha yang kreatif dan inovatif dapat menciptakan tenaga kerja yang terampil dan fleksibilitas proses produksi untuk menghadapi perubahan permintaan pasar yang cepat dan persaingan yang semakin ketat.

2.3. Keberhasilan Usaha

Menurut Day (1990) dalam Purwanti (2012) *performance outcomes* (keberhasilan) perusahaan meliputi: (1) *satisfaction* (kepuasan) artinya semakin banyak pihak-pihak yang merasa terpuaskan oleh keberhasilan perusahaan itu, seperti pelanggan, pemilik saham, karyawan, pemberi pinjaman, pemasok dan pemerintah. 2.*loyalty* (loyalitas), menyangkut kesetiaan pelanggan terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga mereka tidak berpindah dalam pembelian pada produk perusahaan lain. 3. *Market share* (pangsa pasar) dalam ini sejauh mana perusahaan tersebut mampu untuk terus meningkatkan dan memperluas pangsa pasarnya bahkan menjadi pemimpin pasar, dan (4) *profitability* (peningkatan pendapatan) , suatu perusahaan dikatakan berhasil dalam usahanya dan menunjukkan kinerja yang baik jika secara bertahap terus memperlihatkan peningkatan profit yang baik jika secara bertahap terus memperlihatkan peningkatan profit yang signifikan. Selanjutnya Day (1990) dalam Purwanti (2012) menyebutkan bahwa *performance outcomes* yang menunjukkan tercapainya pertumbuhan dan keuntungan dipengaruhi oleh *positions of advantage* yang

meliputi: nilai pelanggan yang superior dan biaya yang relatif rendah. Selain itu positions of advantage juga menentukan *source of advantage* yang meliputi : keahlian yang yang superior, sumber-sumber yang superior dan sistem kendali yang superior. Namun demikian *source of advantage* akan terwujud bila ada investasi terus menerus yang diambil dari *performance outcomes*.

3. Metodologi Penelitian.

Penelitian ini melibatkan 100 orang pemilik UMKM Kuliner. Metode Pengambilan sampel adalah *Purposive Random Sampling* dimana UMKM yang diteliti adalah pendiri usaha, berusia minimal 25 tahun, telah menjalankan usahanya minimal 3 tahun dan bersedia menjadi responden.

Analisis penelitian menggunakan metode *deskriptif kuantitatif*, untuk menganalisis peranan variabel Orientasi wirausaha, inovasi produk terhadap keberhasilan usaha UMKM kuliner di kota Malang.

4. Hasil Penelitian dan Bahasan

4.1 Karakteristik Sampel

Data penelitian diperoleh dari kuesioner yang telah didistribusikan kepada responden. Yang mempunyai usaha kuliner. Jumlah responden yang terlibat pada penelitian ini berjumlah 100 orang. Karakteristik responden pada penelitian ini terdiri atas jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan dan pengalaman menjadi wirausaha. Gambaran karakteristik responden berikut ini merupakan sebuah representasi dari populasi yang ada. Sedangkan karakteristik responden bisa berperan menjadi

sumber pembeda penilaian terhadap seluruh variabel yang diteliti. Berikut ini adalah karakteristik responden berdasarkan distribusi frekuensi.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa data karakteristik responden sebagian besar responden adalah laki-laki dengan jumlah 63 responden (63%), sedangkan untuk perempuan berjumlah 37 responden (37%). Data karakteristik responden berbasis usia, menunjukkan hingga usia 30 tahun sebanyak 55%, hal ini menunjukkan bahwa bisnis kuliner yang berkembang pesat di Malang adalah dimotori oleh anak-anak muda, disusul responden berusia lebih dari 30 tahun.

Tingkat pendidikan pelaku UMKM lebih banyak berada pada tingkat SMA hingga Sarjana, sebanyak 99%. Hal ini menunjukkan bahwa ada pergeseran paradigma, bahwa anak-anak muda berpendidikan sudah tidak ragu-ragu lagi memilih wirausaha sebagai pilihan profesinya, sedangkan pengalaman menjalankan usaha UMKM lebih banyak yang berada ditingkat pemula atau kurang dari 5 tahun yaitu sebanyak 57%.

4.2. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif ini dimaksudkan untuk mengetahui distribusi frekuensi jawaban responden dari hasil kuesioner yang telah disebarkan meliputi tiga variabel yaitu orientasi wirausaha, inovasi produk serta keberhasilan usaha. Analisis ini bersifat memberikan makna secara deskriptif dan kecenderungan variabel penelitian sesuai dengan data di lapangan. Dalam hal ini dasar interpretasi

skor tanggapan responden pada setiap variabel penelitian adalah nilai rata-rata dan distribusi frekuensi jawaban atas setiap butir pertanyaan.

Orietasi wirausaha yang terukur dari 14 butir item memiliki skor dengan kisaran 25-52 dengan rata-rata 43,80 (lebih besar dari nilai median = 35). Deskripsi dari orietasi wirausaha menggambarkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM Kuliner, sudah mempunyai orientasi wirausaha yang baik. Inovasi produk yang terukur dari 6 butir item memiliki skor dengan kisaran 7-24 dengan rata-rata 20,03 (lebih besar dari nilai median = 15). Hasil penilaian terhadap variabel inovasi produk ini menggambarkan bahwa pelaku UMKM kuliner sudah memiliki pemahaman yang baik akan pentingnya inovasi produk. Variabel keberhasilan usaha yang terukur dari 5 butir item memiliki skor dengan kisaran 7-16 dengan rata-rata 13,55 (lebih besar dari nilai median keberhasilan usaha=12,5). Hasil penilaian terhadap keberhasilan usaha menggambarkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM kuliner meyakini bahwa usaha yang sedang berjalan sudah memiliki keberhasilan cukup tinggi.

4.2.Orientasi Wirausaha

Orietasi wirausaha pelaku UMKM kuliner mencakup berani mengambil resiko, fleksibel, berorientasi tugas dan hasil, pencarian target pasar baru dan memperkenalkan produk baru dengan cepat. Pada instrumen pengukur orietasi wirausaha secara keseluruhan mengandung jawaban yang cukup bervariasi mulai 1 – 4. Deskripsi orientasi wirausaha yang menggambarkan dari nilai rata-rata item berada

dalam rentang 2,96 – 3,73 menjelaskan bahwa orientasi wirausaha sudah termasuk tinggi atau sangat tinggi. Orietasi wirausaha masih ada sejumlah masalah pada kesiapan menerima resiko kerugian finansial dan memiliki kemampuan menguasai marketing atau e-commers, dimana pada kedua item ini nilai rata-rata kurang dari 3.

Indikator keberanian dalam mengambil resiko adalah tinggi, pada item memiliki kecenderungan mengambil resiko dan intensitas melakukan eksplorasi terdapat 82%-86% yang menjawab setuju atau sangat setuju. Sebagian besar pelaku UMKM kuliner menilai bahwa karakter wirausaha ini tak akan bisa lepas dari pengalaman-pengalaman untuk berani dalam menghadapi resiko. Pada indikator ini, resiko besar yang belum sepenuhnya bisa dijalani oleh pelaku UMKM adalah resiko kerugian finansial. Indikator fleksibel yang dimiliki pelaku UMKM tergolong sangat tinggi, hal ini terdeskripsikan pada item mudah bergaul dengan orang lain dan memberikan jaringan yang luas terdapat 87%-97% yang menjawab setuju atau sangat setuju. Dari dua item di indikator fleksibel, masalah kemampuan memperluas jaringan adalah perlu ditingkatkan.

Indikator berorientasi tugas dan hasil terukur dari 5 item mempunyai kisaran rata rata-rata item 3,38 – 3,73. Tiga item yang unggul pada indikator ini adalah memiliki tekad kuat, memiliki sikap suka bekerja keras dan bisa bersikap energik dan inisiatif dimana pada ketiga item ini terdapat 98%-99% menjawab setuju atau sangat setuju. Sedangkan pada dua item lainnya

mempunyai rata-rata lebih rendah yaitu merasa memiliki kebutuhan akan prestasi dan memiliki kemampuan untuk berorientasi pada laba.

Indikator pencarian target pasar baru sebagai bagian dari orientasi wirausaha juga sudah banyak dilakukan oleh pelaku UMKM. Dari dua item pengukur indikator ini keunggulan ada pada intensitas memperluas pasar baru (90% menjawab setuju atau sangat setuju). Sedangkan orientasi perluasan pasar baru juga sudah banyak dimiliki oleh pelaku UMKM (86% menjawab setuju atau sangat setuju).

Indikator memperkenalkan produk baru dengan cepat adalah satu indikator yang paling lemah diantara lima indikator orientasi wirausaha. Produk masih tidak mudah diperkenalkan melalui e-marketing atau e-commers, tampak dari jawaban yang ada sebanyak 27% responden menjawab sangat tidak setuju atau tidak setuju. Perkenalan produk baru lebih mudah dilakukan melalui media sosial.

4.3. Inovasi Produk

Inovasi produk pelaku UMKM kuliner mencakup *packaging* desain produk, penambahan varian baru dan selalu mengontrol kualitas. Pada instrumen pengukur inovasi produk secara keseluruhan mengandung jawaban yang cukup bervariasi mulai 1 – 4. Deskripsi inovasi produk yang tergambarkan dari nilai rata-rata item berada dalam rentang 3,02 – 3,66 menjelaskan bahwa inovasi produk sudah termasuk tinggi atau sangat tinggi. Inovasi produk masih ada sejumlah masalah pada merancang *packaging* desain produk dengan tim dan memiliki bagian kontrol kualitas produk,

dimana pada kedua item ini nilai rata-rata lebih sedikit di atas 3.

Indikator *packaging* desain produk sudah unggul dalam hal pelaku UMKM kuliner menganggap penting tentang masalah kemasan, akan tetapi masih belum optimal untuk permasalahan merancang desainnya dan perencanaannya bersama tim dalam usaha. Sekitar 26% pelaku UMKM kuliner memberikan respon akan adanya kesulitan dalam membuat rancangan desain pengemasan produk.

Pada instrumen pengukur penambahan varian baru secara keseluruhan mengandung jawaban yang cukup bervariasi mulai 1 – 4. Kemampuan dalam penambahan varian baru sudah dapat dilakukn oleh sekitar 91% pelaku usaha UMKM kuliner. Akan tetapi jika penambahan varian baru ini sudah menjadi kebijakan perusahaan, baru bisa diterapkan pada 83% pelaku usaha. Indikator perusahaan selalu mengontrol kualitas mempunyai hambatan dalam hal keharusan untuk menyediakan bagian kontrol kualitas produk, sebanyak 25% pelaku usaha menjawab sangat tidak setuju atau tidak setuju. Dengan kata lain, produk-produk yang dihasilkan adalah produk terkontrol kualitasnya walaupun perusahaan tidak menyediakan tim khusus untuk masalah ini.

4.4. Keberhasilan Usaha (Y)

Variabel keberhasilan usaha diukur dengan 5 item pertanyaan Secara keseluruhan keberhasilan usaha pelaku UMKM kuliner tergolong tinggi, karena lebih dari 80% pada keseluruhan item dijawab setuju atau sangat setuju. Berdasarkan urutan tingginya rata-rata

item, keunggulan keberhasilan usaha terlihat pada pandangan atas pentingnya kepuasan pada karyawan dan pelanggan. Sedangkan pada tiga indikator lainnya secara deskriptif juga telah dialami oleh sebagian besar pelaku UMKM kuliner yaitu terjadi peningkatan jumlah pelanggan (94%) dan peningkatan pangsa pasar (88%) dalam 2 tahun terakhir. Keberhasilan usaha ini juga ditandai dengan terjadinya peningkatan profit dalam 2 tahun terakhir seperti yang dialami oleh 90% pelaku UMKM.

5. Simpulan dan Saran

5.1.Simpulan.

Temuan penelitian ini menunjukkan beberapa hal yang menarik, secara deskriptif berdasarkan usia ditemukan bahwa pemilik UMKM kuliner di Malang adalah anak-anak muda, dengan usia hingga 30 tahun sebanyak 55% dan dengan jenjang pendidikan SMA hingga sarjana sebanyak 99%, artinya wirausaha sudah menjadi pilihan profesi bagi anak muda lulusan perguruan tinggi.

Hasil Deskripsi dari orientasi wirausaha menggambarkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM Kuliner, sudah mempunyai orientasi wirausaha yang baik, tetapi keberanian mengambil resiko kerugian finansial belum sepenuhnya bisa dijalani oleh pelaku UMKM, juga perlu ditingkatkan masalah kemampuan memperluas jaringan pemasaran.

Hasil penelitian juga menunjukkan pelaku UMKM kuliner sudah memiliki pemahaman yang baik akan pentingnya inovasi produk, walaupun masih adanya kesulitan dalam membuat rancangan desain pengemasan produk.

6. Daftar Rujukan

- Ali, K. 2009. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal serta Pengaruhnya terhadap Harga Saham Perusahaan Real Estate yang Go Public di Bursa Efek Indonesia, : *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 11 (1), pp: 38-45
- Ang, Robert.1997.*Buku Pintar Pasar Modal Indonesia*.Jakarta:Media Staff Indonesia.
- Ayuningtias, D. 2013. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan: Kebijakan Dividen dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Antara. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 1(1), pp: 37-57
- Brigham, Eugene F. dan Joel F. Houston. 2011, *Manajemen Keuangan*, Erlangga, Jakarta.
- Brigham, Weston 2004, *Essential of Managerial Finance*, USA, The Dryden Press Harcourt Brace College Publishing
- Budiandriani dan Mahfudnurnajamuddin. 2014. The Influence of Intellectual Capital Components to Financial Performance and Value of the Firm Registered in Indonesia Stock Exchange. *Research in Applied Economics*, 6(1), pp: 216-224
- Darminto. 2010. Pengaruh Faktor Eksternal dan Berbagai Keputusan Keuangan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol. 8, No.1, Februari 2010. ISSN 1963-5241, pp: 138-150
- Frederik, Priscilia G., Sibteje C. N., dan Victoria N., Untu. 2015. Analisis Profitabilitas, Kebijakan Hutang, dan Price Earning Ratio terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Retail Trade yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal EMBA*, 3(2), pp: 1242-1253
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.Cetakan IV. Edisi 1. Semarang : Badang Penerbit Universitas Diponegoro
- J. Fred Weston dan Thomas E Copeland, 2009. *Manajemen Keuangan Lanjutan*. Edisi Kesembilan. Penerbit : Erlangga, Jakarta
- Juhandi, Nendi, Made S., Siti A., dan Rofiaty. 2013. The Effects of Internal factors and Stock Ownership Structure in Dividend Policy on Company's Value (a Study on Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange). *International Journal of Business and Management Invention*, 2(1), pp: 06-18

- Keown, Arthur J. Et al, 2005, *Financial Management : Principles and Applications* 10th Edition, New Jersey, Pearson Prentice Hall
- Mahendra, A. D. dkk. 2012. Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen, strategi bisnis, dan kewirausahaan*. Vol.6. No.2, pp: 125-140.
- Marangu, K., dan Ambrose, J. 2014. Price to Book Value Ratio and Financial Statement Variables (An Empirical Study of Companies Quoted At Nairobi Securities Exchange Kenya). *Global Journal of Commerce & Management Perspective*, 3(6), pp: 50-56.
- Nasrum, M. 2013. The Influence Of Ownership Structure, Corporate Governance, Investment Decision, Financial Decision And Dividen Policy On The Firm Manufacturing Companies Listed On Indonesian Stock Exchange. *Journal Managerial*, 1(1), pp: 1-12.
- Nugroho, W. A. 2012. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Manufaktur Di BEI Periode 2008-2011). *Jurnal Universitas Muhammadiyah Surakarta*. pp: 30-55.
- Nurchayo, B., dan Putriani, A. A. D. 2009. Analysis Of The Effect of Investment Opportunity Set (IOS) on Return Stock Company Manufacturing Sector, *Jurnal Universitas Gunadarma*. pp: 1-26.
- Nurhayati, M. 2013. Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Pengaruhnya terhadap Kebijakan Dividen dan Nilai Perusahaan Sektor Non Jasa. *Jurnal. Keuangan dan Bisnis*. pp: 65-80.
- Nurmalasari, I. 2002. Analisis pengaruh faktor Profitabilitas terhadap Harga saham emiten LQ45 yang tercatat di Bursa Efek Jakarta periode 2005-2008. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 7(3), pp: 67-98.
- Pangulu, A. L. 2014. Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di BEI Periode 2011- 2013). *Jurnal Ilmiah*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya, pp: 77-90.
- Pratika, N. G. A. P. S. 2012. Pengaruh Ios, Leverage, Dan Dividend Yield Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan Sektor Manufaktur Di Bei. *E-Journal Ekonomi dan Bisnis*, 2(3), pp: 147-174.
- Prisiliarompas, G. 2013. Likuiditas Solvabilitas Dan Rentabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Bumn Yang Terdaftar Dibursa Efek Indonesia. *Jurnal Emba* Vol.1 No.3 September 2013, pp: 252-262.
- Riyanto, B. 2015. *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Penerbit: Balai Penerbit Fakultas Ekonomi – Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Rustam, C. W. A. 2013. Pengaruh Tingkat Likuiditas, Solvabilitas, Aktivitas, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Real Estate Dan Property Di BEI Tahun 2006 – 2008. *Jurnal Ekonom*, Vol 16, No 2, April 2013, pp : 12-35
- Saidi. 2004. Faktor-faktor yang memengaruhi struktur modal pada perusahaan manufaktur go public di BEJ tahun 1997-2002. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, Vol. 11(1), pp: 22-45
- Salvatore, D. 2005. *Managerial Economics*. Fifth Edition Singapura : Thomson Learning
- Sudiyatno, Bambang, Elen P., dan Andi, K. 2012. The Company's Policy, Firm Performance, and Firm Value: An Empirical Research on Indonesia Stock Exchange. *American International Journal of Contemporary Research*, 2(12): pp: 30-40
- Sugiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis*. CV. Alfabet. Bandung
- Supratiningrum dan Sabat, N. A. 2013. Pengaruh Moderasi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Good Corporate Government (GCG) Terhadap Hubungan Return On Equity (ROE) dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen*, pp: 83-97.
- Wardjono. 2010. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Price to Book Value dan Implikasinya pada Return Saham. *Jurnal Dinamika Keuangan dan Perbankan*, 2(1), pp: 83-96.
- Wira, D. 2011. *Analisis Fundamental Saham*. Exceed. Jakarta
- Wirawan, N. 2002. *Cara Mudah Memahami Statistik 2 (Statistik Inferensia)* Edisi Kedua. Denpasar: Keraras Emas.