

Analisa Pengaruh Peluang Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Tahun 2015-2019

Riki Satria Adi Pradana
Manajemen
Email : 22swulandari@gmail.com

Abstrak

Perkembangan perekonomian yang begitu pesat pada masa sekarang ini membuat persaingan di bidang ekonomi menjadi semakin ketat dan menjadikan perusahaan agar dapat meningkatkan kinerja perusahaannya. Persaingan tersebut mengharuskan para manajer untuk berpacu dalam mencapai tujuan perusahaan. Untuk itu seorang manajer harus bisa mengambil keputusan yang tepat. Kebijakan Dividen juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan tidak semata-mata hanya untuk dibagikan sebagai dividen. Dalam keputusan pembagian dividen perlu dipertimbangkan kelangsungan hidup dan pertumbuhan perusahaan. Untuk itu, laba yang diperoleh seringkali tidak seluruhnya dibagikan dalam bentuk dividen akan tetapi ada yang disisihkan untuk diinvestasikan kembali.

Penelitian ini akan memfokuskan pada variabel set kesempatan investasi, keputusan pendanaan, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur, karena perusahaan 11 manufaktur adalah perusahaan yang menjual produk yang diawali dengan proses produksi yang tidak terputus, dimulai dari pembelian bahan baku, dan mengolah bahan tersebut menjadi produk yang dapat dijual.

Kata Kunci: Dividen, Ekonomi, Keuntungan, Laba.

PENDAHULUAN

Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang menjual produknya mulai dari proses produksi yaitu dari pembelian bahan baku, proses pengolahan bahan baku hingga menjadi barang jadi (SUSANTO, 2019) (Triyanti, 2019). Perusahaan industri manufaktur terbagi lagi dalam tiga sektor yang masing-masing memberikan kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia (Febrian & Hapsari, 2019) (Unisma, 2021).

Perkembangan perekonomian yang begitu pesat pada masa sekarang ini membuat persaingan di bidang ekonomi menjadi semakin ketat dan menjadikan perusahaan agar dapat meningkatkan kinerja perusahaannya (Rosmalasari, 2017) (Prayogo et al., 2017). Persaingan tersebut mengharuskan para manajer untuk berpacu dalam mencapai tujuan perusahaan. Untuk itu seorang manajer harus bisa mengambil keputusan yang tepat (Sugirianta et al., 2019). (Riski, 2018)

Pertumbuhan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang harus dicapai perusahaan yang akan tercermin dari harga pasar sahamnya, karena perubahan harga saham dapat digunakan untuk melihat penilaian investor terhadap perusahaan, sedangkan untuk perusahaan penawaran perusahaan yang sudah go public, harga diamati dengan perdagangan di bursa saham (Anggarini, 2021) (Romdhoni et al., 2012). Menurut (Ruslaini et al., 2021), nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayarkan oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan merupakan nilai yang bersedia dikorbankan oleh investor pada saat membeli saham (YOLANDA, 2017) (PRIADIPA, 2021). Baik buruknya nilai perusahaan dapat mengindikasikan keadaan perusahaan itu sendiri, sehingga nilai perusahaan merupakan hal yang sangat diperhatikan oleh investor (Romdhoni et al., 2012) (Dwinta, 2017). Investor akan menggunakan nilai perusahaan sebagai pertimbangan dalam mengambil keputusan investasi, karena nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Rukmiati, 2017) (Rahmatullah et al., 2020).

Nilai perusahaan juga mencerminkan kekayaan atau aset yang dimiliki oleh perusahaan. Nilai perusahaan tercermin dari harga pasar sahamnya. Jika harga saham meningkat, maka nilai perusahaan akan meningkat, sehingga akan meningkatkan kesejahteraan pemegang saham atau pemilik perusahaan. Jadi, semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan (Febrian & Vinahapsari, 2020) (Febrian & Fadly, 2021).

Nilai perusahaan dapat ditunjukkan dalam laporan keuangan perusahaan khususnya laporan posisi keuangan perusahaan yang berisi informasi keuangan masa lalu dan laporan laba rugi untuk menilai laba perusahaan yang diperoleh dari tahun ke tahun (Monitoring et al., n.d.) (Febrian et al., 2021). Nilai perusahaan juga tercermin dari harga pasar sahamnya. Jika harga saham meningkat, maka nilai perusahaan akan meningkat, sehingga akan meningkatkan kesejahteraan pemegang saham atau pemilik perusahaan. Jadi, semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan (Permatasari & Anggarini, 2020) (Sulistiani et al., 2021).

Kebijakan Dividen juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan tidak semata-mata hanya untuk dibagikan sebagai dividen. Dalam keputusan pembagian dividen perlu dipertimbangkan

kelangsungan hidup dan pertumbuhan perusahaan. Untuk itu, laba yang diperoleh seringkali tidak seluruhnya dibagikan dalam bentuk dividen akan tetapi ada yang disisihkan untuk diinvestasikan kembali (Saputro, 2009) (Ahmad, 2015). Dalam penentuan jumlah pembagian dividen, perusahaan juga akan mempertimbangkan kemampuan jangka panjang perusahaan dalam membayarkan dividen.

Perusahaan harus menetapkan jumlah dividen yang mampu memuaskan investor dan juga tidak memberatkan *cash flow* perusahaan. Hal ini penting dilakukan agar para investor tidakkehilangan kepercayaan terhadap perusahaan (Sari et al., 2021) (Darwis & Yusiana, 2016). Apabila perusahaan membagikan dividen yang besar pada tahun ini lalu tahun depan kekurangan kas sehingga harus mengurangi jumlah dividennya, maka akan membuat citra perusahaan menjadi buruk di mata investornya. Sebaliknya, apabila perusahaan memilih untuk “main aman” dengan membagikan dividen dalam jumlah kecil, maka investor akan berpikir bahwa perusahaan ini tidaklah menguntungkan sehingga para investor akan beralih ke perusahaan yang membagikan lebih banyak dividen (Novian et al., 2019).

Penelitian ini akan memfokuskan pada variabel set kesempatan investasi, keputusan pendanaan, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur, karena perusahaan 11 manufaktur adalah perusahaan yang menjual produk yang diawali dengan proses produksi yang tidak terputus, dimulai dari pembelian bahan baku, dan mengolah bahan tersebut menjadi produk yang dapat dijual. Jika ini dilakukan sendiri oleh perusahaan, maka dibutuhkan dana untuk aset tetap perusahaan. Perusahaan manufaktur membutuhkan lebih banyak modal jangka panjang untuk mendanai operasional perusahaan. Dari beberapa uraian diatas dapat dikatakan bahwa terdapat faktor – faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dan masih merupakan hal yang menarik untuk diteliti lebih lanjut

KAJIAN PUSTAKA

Teori Keagenan

Teori keagenan (*agency theory*) pertama kali dikemukakan oleh Jensen dan Meckling pada tahun 1976 yang menyatakan bahwa hubungan keagenan adalah sebuah kontrak antara manajer (*agent*) dengan investor (*principal*). Dalam *agency theory* mengatur hubungan pemegang saham digambarkan sebagai hubungan antara manajer (*agent*) dengan

shareholder (principal). Agent diberikan mandat oleh *shareholder (principal)* untuk menjalankan bisnis demi *principal*. Teori keagenan menyatakan pemisahan kepemilikan dan kontrol perusahaan, sehingga distribusinya kepemilikan saham di perusahaan menjadi hal penting (Siahaan, 2013). Ketika pengendalian perusahaan tidak lagi dilakukan oleh pemilik tetapi diserahkan kepada pihak lain untuk mengelola sumber daya perusahaan, lalu masalah itu yang muncul adalah potensi konflik dalam hubungan tersebut antara pemilik (*principal*) dan agen (*agent*) sering disebut masalah keagenan.

Pengertian *Investment Opportunity Set*

Investment Opportunity Set (IOS) adalah keputusan investasi perusahaan dalam bentuk kombinasi antara aset yang dimiliki oleh perusahaan (*asset in place*) dan pilihan-pilihan investasi perusahaan di masa yang akan datang dengan *Net Present Value (NPV)* positif yang akan mempengaruhi nilai perusahaan. IOS merupakan nilai perusahaan yang besarnya tergantung pada pengeluaran- pengeluaran yang ditetapkan manajemen di masa yang akan datang, namun pada saat ini masih merupakan pilihan-pilihan investasi yang diharapkan oleh perusahaan akan menghasilkan return yang lebih besar. *Investment Opportunity Set* merupakan kesempatan investasi masa depan yang besarnya tergantung pada pengeluaran yang ditetapkan oleh manajemen dan investasi yang diharapkan untuk memperoleh return yang lebih besar. IOS dipercaya mengandung sinyal akan prospek perusahaan tersebut. Pelaku pasar modal memiliki persepsi bahwa pengeluaran perusahaan untuk investasi merupakan sebuah bukti keseriusan manajemen dalam mengembangkan perusahaannya

Keputusan pendanaan

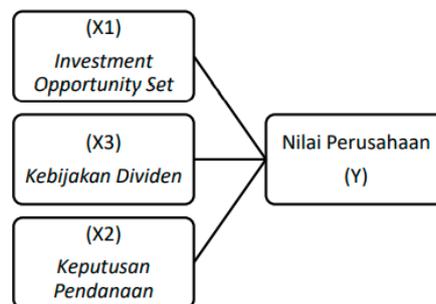
Keputusan pendanaan merupakan tindakan yang menyangkut struktur keuangan yang dimiliki perusahaan. Struktur keuangan perusahaan merupakan komposisi dari tingkat hutang dan ekuitas yang dimiliki perusahaan. Setiap perusahaan akan mengharapkan terciptanya struktur modal yang optimal, dimana struktur modal optimal dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Keputusan pendanaan dapat diartikan sebagai keputusan yang menyangkut struktur keuangan perusahaan (*financial structure*). Struktur keuangan perusahaan merupakan komposisi dari keputusan pendanaan yang meliputi utang jangka pendek, utang jangka panjang dan modal sendiri. Sumber pendanaan di dalam perusahaan dibagi ke dalam dua kategori yaitu sumber pendanaan internal dan sumber pendanaan

eksternal. Sumber pendanaan internal dapat diperoleh dari laba ditahan dan depresiasi aktiva tetap sedangkan sumber pendanaan eksternal dapat diperoleh dari para kreditur yang disebut dengan utang.

METODE

Kerangka Penelitian

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Hartaroe et al., 2016) (Fitrianto et al., 2020). Berikut dibawah ini merupakan kerangka pemikiran dalam penelitian ini



Gambar 1. Kerangka penelitian

Teknik Pengumpulan data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan kuesioner. Data *time series* merupakan data yang terdiri dari satu atau lebih variable yang akan diteliti pada satu unit observasi dalam kurun waktu tertentu. Sedangkan data *cross section* merupakan data observasi dari beberapa unit observasi dalam satu titik waktu. Penelitian ini menggunakan skala likert (*likert scale*), untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial (Riski, 2018). Penilaian untuk masing-masing variabel sebagai berikut:

Tabel 1. Skala Pengukuran *Likert*

Kode	Kriteria Jawaban
SS	Sangat Setuju
S	Setuju
N	Netral
TS	Tidak Setuju
STS	Sangat Tidak Setuju

Objek Penelitian

Populasi dalam penelitian ini merupakan Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama periode penelitian tahun 2015 sampai dengan 2019 dan data laporan keuangan selama kurun waktu penelitian 2015 sampai dengan 2019.

Metode Analisis

Metode penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis kuantitatif. Analisis statistik deskriptif adalah proses menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul terlebih dahulu sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk generalisasi (Febrian et al., 2021)(Anggarini, 2021). Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Suaidah et al., 2018) (Angga et al., n.d.).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Analisa

1. Uji statistik deskriptif

Tabel 2. Hasil Uji Statistik Deskriptif

	PBV	MBVE	DER	DPR
Mean	1.78E+08	1.78E+08	6209.072	33.63335
Median	29204.41	29204.41	1.399528	21.00000
Maximum	4.32E+09	4.32E+09	465377.4	144.7552
Minimum	0.250362	0.250362	0.004042	2.279335
Std. Dev.	7.03E+08	7.03E+08	53736.68	30.68190
Skewness	4.191916	4.191916	8.486077	1.119492
Kurtosis	20.86396	20.86396	73.01351	3.821739

2. Uji pemilihan model terbaik

Berdasarkan uji *chow* model panel yang diterima adalah model *fixed effect* dan uji hausman model panel yang diterima adalah model *fixed effect*. Hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini model terbaik yang digunakan adalah model *fixed effect*.

Tabel 3. Hasil Uji Pemilihan Model Terbaik

Uji Chow	<i>Fixed Effect Model</i>
Uji Hausman	<i>Fixed Effect Model</i>

3. Analisis data panel

Analisis data panel merupakan gabungan antara data runtut waktu (*time series*) dan data silang (*cross section*). Data *time series* merupakan data yang terdiri dari satu atau lebih variable yang akan diteliti pada satu unit observasi dalam kurun waktu tertentu. Sedangkan data *cross section* merupakan data observasi dari beberapa unit observasi dalam satu titik waktu. Berikut hasil uji analisis data panel :

Tabel 4. 6 Hasil Fixed Effect Model

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.82E-16	1.15E-16	2.444469	0.0176
MBVE	1.000000	2.91E-17	3.43E+16	0.0000
DER	0.000000	1.45E-17	0.000000	1.0000
DPR	0.000000	4.56E-17	0.000000	1.0000

Pembahasan hasil penelitian

1. Pengaruh *Investment Opportunity Set* terhadap nilai perusahaan

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa keputusan investasi berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi keputusan investasi akan mempengaruhi nilai perusahaan. Menurut Myers (1997) dalam Hidayah (2015) *Investment Opportunity Set* (IOS) adalah keputusan investasi perusahaan dalam bentuk kombinasi antara aset yang dimiliki oleh perusahaan (*asset in place*) dan pilihan-pilihan investasi perusahaan di masa yang akan datang dengan Net Present Value (NPV) positif yang akan mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Ulfa Sriwahyuni & Wihandaru (2016), menyatakan bahwa *Investment Opportunity Set* (IOS) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh keputusan pendanaan terhadap nilai perusahaan

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa keputusan pendanaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti bahwa tinggi atau rendah hutang pada sebuah perusahaan tidak akan mempengaruhi nilai perusahaan. Keputusan pendanaan menunjukkan rasio hutang terhadap modal Manajer dapat menggunakan hutang sebagai sinyal yang lebih terpercaya untuk para investor. Ini karena perusahaan

yang meningkatkan hutang dapat dipandang sebagai perusahaan yang yakin dengan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Keputusan pendanaan adalah keputusan yang berkaitan dengan penentuan sumber dana yang akan digunakan, menentukan saldo pendanaan optimal, dan perusahaan yang menggunakan sumber dana dari dalam perusahaan atau mengambil dana dari luar perusahaan (Kodrat dan Christian, 2009). Perusahaan harus membuat keputusan pendanaan yang paling optimal agar hutang dan ekuitas benar-benar dapat menghasilkan keuntungan bagi perusahaan dan dapat memaksimalkan nilai perusahaan (Ambarwati, 2010). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Hesti dan Abriyani (2013), San Martin and Duran (2012) menyatakan bahwa Keputusan Pendanaan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kebijakan dividen tidak begitu mempengaruhi nilai perusahaan.. Kebijakan dividen (dividend policy) merupakan keputusan apakah laba yang diperoleh perusahaan pada akhir tahun akan dibagi kepada pemegang saham dalam bentuk dividen atau akan ditahan untuk menambah modal guna pembiayaan investasi di masa yang akan datang. Kebijakan dividen merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dengan keputusan pendanaan perusahaan (Rudangga, 2016). Hasil penelitian ini juga didukung oleh peneliti sebelumnya Kharis dan Abrar (2016), Nurhayati (2013). Yang menyatakan tidak terdapat pengaruh antara variabel kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian mengenai Pengaruh *Investment Opportunity Set*, Keputusan Pendanaan, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Tercatat Di Bei Tahun 2015-201, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian *Investment Opportunity Set* secara parsial menghasilkan nilai t hitung sebesar $3,43E+16 >$ nilai t-tabel sebesar 2,653 dengan nilai Probabilitas

- 0.0000 < 0,05 maka IOS berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Hasil pengujian bahwa keputusan pendanaan secara parsial menghasilkan nilai t hitung sebesar 0,000000 < nilai t-tabel sebesar 2,653 dengan nilai probabilitas 1.0000 > 0,05 maka keputusan pendanaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
 3. Hasil pengujian kebijakan dividen secara parsial menghasilkan nilai t hitung sebesar 0,000000 < nilai t-tabel sebesar 2,653 dengan nilai probabilitas 1.0000 > 0,05 maka kebijakan dividen tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
 4. Hasil pengujian secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai F tabel didapat dari $df_1 = (i-1) = 15 - 1 = 14$ dan $df_2 = (n-(k+i)) = 75-(4+15) = 56$ adalah sebesar 1,86 yang berarti nilai F hitung sebesar $1.37E+32 < f\text{-tabel}$ sebesar 1,86 dengan nilai probabilitas $0.000000 < 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa Investment Opportunity Set, keputusan pendanaan, kebijakan dividen secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan kesimpulan yang diperoleh di atas, maka penulis mencoba untuk memberikan saran sekiranya dapat berguna yaitu :

1. Besar kecilnya nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal perusahaan, tetapi juga oleh faktor yang mempengaruhi faktor internal perusahaan terhadap nilai perusahaan. Maka hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa faktor - faktor tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Untuk itu perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor eksternal yang mempengaruhi nilai perusahaan.
2. Jika ingin melakukan investasi saham, sebaiknya memperhatikan terlebih dahulu melihat kondisi ekonomi saat ini dan investor dapat mempertimbangkan kondisi kinerja perusahaan dengan cara memperhatikan laporan keuangan perusahaan dan informasi keuangan lainnya.

3. Perusahaan harus lebih memperhatikan penggunaan dan pengolahan semua sumber daya untuk mendorong pertumbuhan dan perkembangan perusahaan agar investor semakin percaya terhadap kinerja perusahaan maka perusahaan harus mempunyai target laba usaha yang bertumbuh dari tahun ketahun. Hal ini dikarenakan investor melihat laba yang dihasilkan perusahaan sebagai keputusan investasinya.

REFERENSI

- Ahmad, I. (2015). *Analisis Studi Kelayakan Finansial Pemanfaatan Minyak Goreng Bekas sebagai Bahan Produksi Biodiesel menggunakan ANFIS*.
- Anggarini, D. R. (2021). *Kontribusi Umkm Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Lampung 2020*. 9(2), 345–355.
- Darwis, D., & Yusiana, T. (2016). Penggunaan Metode Analisis Historis Untuk Menentukan Anggaran Produksi. *EXPERT: Jurnal Manajemen Sistem Informasi Dan Teknologi*, 6(2).
- Dwinta, H. (2017). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT MEMBELI BARANG ONLINE: STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN RADEN FATAH PALEMBANG.[SKRIPSI]*. UIN RADEN FATAH PALEMBANG.
- Febrian, A., Bangsawan, S., Ms, M., & Ahadiat, A. Y. I. (2021). Digital Content Marketing Strategy in Increasing Customer Engagement in Covid-19 Situation. *International Journal of Pharmaceutical Research*, 13(01), 4797–4805. <https://doi.org/10.31838/ijpr/2021.13.01.684>
- Febrian, A., & Fadly, M. (2021). Brand Trust As Celebrity Endorser Marketing Moderator’S Role. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 19(1), 207–216. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2021.019.01.19>
- Febrian, A., & Hapsari, chintia annisa vina. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Memengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Mediasi. *Buletin Studi Ekonomi*, 24(2), 279–287.
- Febrian, A., & Vinahapsari, C. A. (2020). Brand equity s mediated in influencing purchase intentions on e commerce. *Journal of Engineering & Management*, 3703, 3703–3710.
- Fitrianto, E. M., . N., & . I. (2020). Brand Ambassador Performance and the Effect to Consumer Decision Using VisCAP Model on Online Marketplace in Indonesia. *Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business*, 4(1), 21. <https://doi.org/10.29259/sijdeb.v4i1.21-30>
- Hartaroe, B. P., Mardani, R. M., & Abs, M. K. (2016). *Pengaruh Atribut Brand Ambassador Chicco Jerikho Terhadap Keputusan Pembelian Garnier Men Facial Foam (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Unisma Malang)*. 82–94. www.fe.unisma.ac.id
- Monitoring, A., Pembelian, T., Stok, P. D. A. N., Mukti, T. A., Ridho, I. I., Informatika, T., Informasi, T., Islam, U., Muhammad, K., Banjari, A., Informatika, T., Informasi, T., Islam, U., Muhammad, K., Banjari, A., Informatika, T., Informasi, T., Islam, U., Muhammad, K., & Banjari, A. (n.d.). *BARANG DISTRIBUTOR BARANG BERBASIS WEB PADA PT. SEJAHTERA SUKSES SEJATI*.

- Novian, D., Dwinanto, A., & Mulyanto, A. (2019). The Application of Cooperative Learning Methods in the Developing and Analyzing the Quality of An Educational Game. *Journal of Physics: Conference Series*, 1387(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1387/1/012122>
- Permatasari, B., & Anggarini, D. R. (2020). Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Oleh Strategi Sebagai Variabel Intervening Pada WaruPermatasari, B., & Anggarini, D. R. (2020). Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Oleh Strategi Sebagai Variabel Intervening Pada Warunk Upnormal Bandar Lampung. *Jurnal Manajerial*, . *Jurnal Manajerial*, 19(2), 99–111.
- Prayogo, D., Pondaag, J., & Ferdinand Tumewu, F. (2017). Analisis Sistem Antrian Dan Optimalisasi Pelayanan Teller Pada PT. Bank Sulutgo. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 928–934.
- PRIADIPA, A. (2021). *HARGA EMAS DUNIA, HARGA MINYAK DUNIA, DAN SAHAM PERTAMBANGAN DI BURSA EFEK INDONESIA*. Universitas Gadjah Mada.
- Rahmatullah, B., Ahmad, I. S., & Rahayu, S. P. (2020). Pemodelan Harga Saham Sektor Konstruksi Bangunan, Properti dan Real Estate di JII 70 Tahun 2013-2018 Menggunakan Regresi Data Panel (FEM Cross-section SUR). *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 8(2), D238–D245.
- Riski, D. (2018). Pengaruh Total Pendapatan Daerah Dan Pajak Daerah Terhadap Laju Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Lampung. *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.33365/tb.v1i1.182>
- Romdhoni, A. H., Tho'in, M., & Wahyudi, A. (2012). Sistem Ekonomi Perbankan Berlandaskan Bunga (Analisis Perdebatan Bunga Bank Termasuk Riba Atau Tidak). *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 13(01).
- Rosmalasari, T. D. (2017). Analisa Kinerja Keuangan Perusahaan Agroindustri Go Publik Sebelum dan Pada Masa Krisis. *Jurnal Ilmiah GEMA EKONOMI*, 3(2 Agustus), 393–400.
- Rukmiati, R. (2017). *PENGARUH RETURN ON ASSET (ROA) DAN DEBT TO EQUITY RATIO (DER) TERHADAP TINGKAT UNDERPRICING PADA PERUSAHAAN YANG MELAKUKAN INITIAL PUBLIC OFFERING YANG TERDAFTAR DI INDEKS SAHAM SYARIAH INDONESIA.[SKRIPSI]*. UIN RADEN FATAH PALEMBANG.
- Ruslaini, R., Abizar, A., Ramadhani, N., & Ahmad, I. (2021). PENINGKATAN MANAJEMEN DAN TEKNOLOGI PEMASARAN PADA UMKM OJESA (OJEK SAHABAT WANITA) DALAM MENGATASI LESS CONTACT EKONOMI MASA COVID-19. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 139–144.
- Saputro, D. D. (2009). Karakteristik Pembakaran Briket Arang Tongkol Jagung. *Jurnal Kompetensi Teknik*, 1(1).
- Sari, R., Hamidy, F., & Suaidah, S. (2021). SISTEM INFORMASI AKUNTANSI PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI PADA KONVEKSI SJM BANDAR LAMPUNG. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(1), 65–73.
- Suaidah, S., Warnars, H. L. H. S., & Damayanti, D. (2018). IMPLEMENTASI SUPERVISED EMERGING PATTERNS PADA SEBUAH ATTRIBUT:(STUDI KASUS ANGGARAN PENDAPATAN BELANJA DAERAH (APBD) PERUBAHAN PADA PEMERINTAH DKI JAKARTA). *Prosiding Semnastek*.
- Sugirianta, I. B. K., Dwijaya Saputra, I. G. N. A., & Sunaya, I. G. A. M. (2019). Modul Praktek PLTS On-Grid Berbasis Micro Inverter. *Matrix: Jurnal Manajemen Teknologi Dan Informatika*, 9(1), 19–26. <https://doi.org/10.31940/matrix.v9i1.1168>
- Sulistiani, H., Yanti, E. E., & Gunawan, R. D. (2021). Penerapan Metode Full Costing

- pada Sistem Informasi Akuntansi Biaya Produksi (Studi Kasus: Konveksi Serasi Bandar Lampung). *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Akuntansi*, 1(1), 35–47.
- SUSANTO, E. (2019). *PELAKSANAAN PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN TERKAIT PERSELISIHAN HARGA BARANG BERDASARKAN PERMENDAG NOMOR 35M-DAG/PER/7/2013 TENTANG PENCANTUMAN HARGA BARANG DAN JASA YANG DIPERDAGANGKAN DI INDOMARET.(STUDI KASUS INDOMARET DI KECAMATAN TAMPAN)*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Triyanti, D. P. B. (2019). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Koperasi, Umkm, Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Barito Timur. *Jurnal PubBis*, 3(1), 87–101.
- Unisma, F. E. (2021). *Pengaruh Atribut Brand Ambassador Syahrini Terhadap Keputusan Pembelian Tora Bika Kopi Susu (studi kasus pada santri pesantren Mahasiswa Al Hikam malang)*. 10, 1–13.
- YOLANDA, S. (2017). *PENGARUH EARNING PER SHARE TERHADAP HARGA SAHAM PADA BANK PANIN SYARIAH INDONESIA.[SKRIPSI]*. UIN RADEN FATAH PALEMBANG.