

FACTORS THAT INFLUENCE BUSINESS SUCCESS

Addinil Gunawan

Islamic State University Raden Mas Said, Faculty Islamic Economics and Business

gunawanadinil@gmail.com

ABSTRACT

Business today seems to be something that must be owned by someone. Because in business we can arrange for themselves what is in it, unlike the case with work or become employees with many attachments in it. In running a business, it is very necessary for a leader who is wise in making decisions and can arrange for his subordinates to be able to bring the company led to success. A leader must be able to solve every problem that threatens the company. Various attempts were made so that the problem can be solved appropriately without bringing negative influence. Someone who founded a business must have an initial goal to be achieved, because with the goals can increase the enthusiasm for leaders and subordinates in achieving that goal so they will always work hard to achieve that goal. This discussion is intended to broaden the reader's insight so that he can run his business, especially in dealing with various obstacles or problems that come. This study uses the literature review method which requires some literature derived from journals as a reference. This research shows that there are many success factors in doing business, not just mere activities, but there are others that are important to know.

Keywords: *Business, Management, Risk Management, Entrepreneurship*

Article History:

Received : 02 Desember 2021

Revised : 10 Desember 2021

Accepted : 12 Desember 2021

Available online : 26 Desember 2021

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sebuah perusahaan dalam menjalankan suatu bisnis mereka harus memiliki konsep yang terarah sehingga akan mengalami keberhasilan. Setiap perusahaan pasti selalu dihadapkan kepada kondisi-kondisi yang tidak terduga yang dapat mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan dalam mencapai tujuan yang telah dirancang sebelumnya. Strategi-strategi dalam menjalankan usaha harus direncanakan secara matang dan dalam menjalankan perusahaan harus sesuai dengan rencana yang telah disusun di awal. Dalam perusahaan pun harus memiliki pemimpin yang tahu akan tujuan dan bagaimana ia akan menjalankan perusahaan sehingga mencapai kesuksesan. Pemimpin juga harus mampu memotivasi karyawannya agar produktivitas kinerjanya meningkat. Dengan meningkatnya kinerja karyawan, maka laba perusahaan akan lebih meningkat dan perusahaan berhasil mencapai visi dan misi perusahaan tersebut. Suatu keberhasilan perusahaan bukan hanya diukur oleh faktor internal perusahaan, tetapi juga dari faktor eksternal.

1.2. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini kami bertujuan untuk:

1. Meningkatkan mutu perusahaan
2. Melakukan banding sehingga perusahaan dapat menetapkan metode yang sesuai
3. Mengetahui faktor eksternal dan internal untuk keberhasilan usaha
4. Meningkatkan keberhasilan visi dan misi perusahaan
5. Meningkatkan motivasi karyawan dalam bekerja
6. Membantu manajer perusahaan dalam memotivasi karyawan
7. Membantu wirausaha dalam membangun usahanya

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teoretis

Secara khusus, konsep-konsep seperti jarak sosial, kepadatan, dan struktur dapat menjelaskan bagaimana informasi yang relevan untuk penemuan kewirausahaan diperoleh dan disebarkan. (Sanford, 2019). Seseorang harus memandang globalisasi sebagai hubungan dialektis antara perubahan dan keberlanjutan. Kewirausahaan adalah tentang keberadaan dan variasi kualitas peluang kewirausahaan (pasar produk dan faktor) dan keberadaan individu yang giat (Petrakis, 2004). Keoptimisan diri sangat mempengaruhi pemilihan individu atas suatu tindakan terlepas dari adanya alternatif, jumlah upaya yang mereka keluarkan untuk melaksanakan tindakan, ketekunan mereka dalam menghadapi kesulitan dan tantangan dan keberhasilan mereka dalam melakukan tindakan (Pihie dan Bagheri, 2013). Pertumbuhan kinerja produktivitas lebih terkonsentrasi di stores toko besar yang menawarkan beragam barang disertai dengan harga rendah dan penggunaan sistem swalayan yang relatif tinggi (Ortega, 2013).

Manajemen Risiko adalah suatu komponen dari strategi suatu perusahaan dan penerapannya dilakukan sebagai tindakan untuk mencegah dan memitigasi risiko ke tingkat risiko terkecil, agar perusahaan dapat bertahan dalam persaingan. Upaya untuk meningkatkan kualitas penerapan manajemen risiko dapat dilakukan melalui manajemen risiko terintegrasi, yaitu Enterprise Risk Management (Iswajuni, 2018). Perilaku kewirausahaan memperlihatkan kemampuan pengusaha untuk melihat ke depan, berfikir dengan penuh perhitungan, mencari pilihan dari berbagai alternatif masalah dan pemecahannya. Jiwa kewirausahaan meliputi kepribadian yang memiliki tindakan kreatif sebagai nilai, gemar berusaha, tegar dalam berbagai

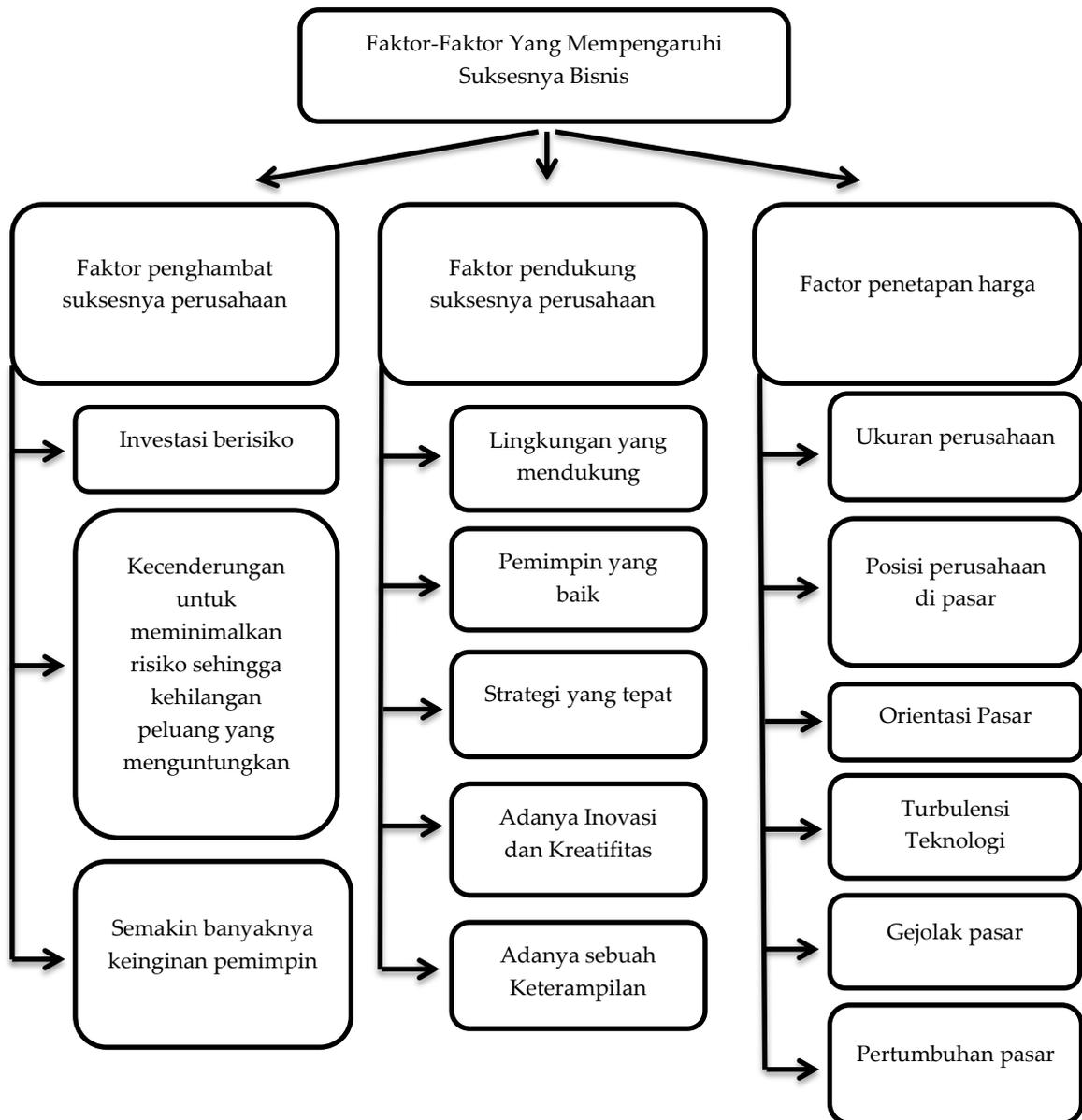
tantangan, percaya diri, memiliki self determination atau locus of control, berkemampuan mengelola risiko, dan perubahan dipandang sebagai peluang, toleransi terhadap banyaknya pilihan, inisiatif dan memiliki need for achievement, perfeksionis, berpandangan luas, menganggap waktu sangat berharga serta memiliki motivasi yang kuat (Sukirman, 2017). Untuk mengembangkan wirausahawan membutuhkan pemahaman tentang bagaimana wirausaha berpikir, bertindak, dan berperilaku. Untuk mengembangkan wirausaha yang bercita-cita tinggi untuk sukses dalam karir mereka, penting untuk memahami apa peran keterampilan wirausaha. (Smith, 2019).

Keterampilan perusahaan, budaya perusahaan, dan adanya pendidikan tinggi adalah suatu sektor yang memiliki peran penting bagi ekonomi perusahaan, inovasi adalah pusat untuk proses kreatif dalam perekonomian dan untuk mempromosikan pertumbuhan, meningkatkan produktivitas dan menciptakan lapangan kerja. Contoh dari keterampilan yang sangat diperlukan yaitu adanya fleksibilitas dan kreativitas dalam mengatur perusahaan (Galloway, 2005). Masalah keagenan merupakan hambatan dalam mencapai tujuan. Masalah keagenan berasal dari pemisahan antara kepemilikan perusahaan dan manajemen perusahaan. Manajer profesional yang tidak atau sangat sedikit saham di perusahaan adalah orang-orang bertanggung jawab untuk menjalankan sebagian besar perusahaan besar. Akibatnya, manajer ini merasa mereka memiliki wewenang untuk perusahaan tanpa menjadi pemegang. Mereka tidak asing untuk meminta gaji yang tinggi dan fasilitas tertentu. Sebuah perusahaan juga harus bisa meningkatkan kinerja keuangannya. Dengan menunjukkan kinerja keuangan, dapat diketahui seberapa efektif dan efisien suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya. (Suhadak, 2018)

Kepemimpinan yang efektif adalah bahan inti untuk suksesnya sebuah perusahaan. Kepemimpinan dapat memotivasi pengikut, sehingga mencapai peningkatan kinerja bisnis. Dalam hal ini, gaya kepemimpinan tertentu telah terbukti lebih efektif daripada yang lain. Komunikasi karismatik memungkinkan para pemimpin untuk menginspirasi dan memotivasi pengikut (Maran, 2019). Sebagaimana perlunya pengaturan harga dalam membangun usaha, pembentukan harga perlu juga untuk memberi dampak dalam konstruksi perusahaan, untuk hal ini maka perlunya pertimbangan variabel yang bisa meningkatkan pendapatan perusahaan. (Kostos, 2015). Sehubungan dengan anteseden penetapan harga strategis, perlu dilakukan klarifikasi bahwa kelengkapan tidak dapat diklaim, sebagai konseptual kerangka kerja tidak termasuk semua variabel kontekstual yang dapat berperan. Upaya dilakukan untuk memperhitungkan variabel umum yang telah terbukti membentuk perusahaan-perusahaan dengan strategi secara umum dan strategi penetapan harga pada khususnya. Beberapa upaya yang dilakukan untuk perusahaan dapat dikendalikan oleh tegas (mis. orientasi pasar), sementara yang lain tidak dapat dikontrol dan berhubungan dengan pasar tempat perusahaan beroperasi (Kostos, 2014)

Tahap terakhir dalam agenda tindakan untuk membuat keputusan penetapan harga adalah merancang secara strategis strategi penetapan harga berbasis nilai. Situasi keputusan yang dihadapi para eksekutif adalah merancang strategi dan seiring waktu mengadaptasi strategi untuk perubahan pesaing dan pasar. Harus semakin fokus pada nilai dalam hal pelanggan daripada harga saja. Yang penting, nilai pelanggan harus dinilai berdasarkan kondisi ekonomi yang ada. Itu telah mengindikasikan beberapa masalah penetapan harga yang relevan selama dan setelah ekonomi menurun. (Cravens, 2016). Studi cross-sectional tentang perilaku penetapan harga di Indonesia dilakukan oleh perusahaan industri besar Afrika Selatan. Lingkungan bisnis Afrika dulu mengalami turbulensi yang signifikan mengingat politik, sosial, dan ekonomi yang dramatis transisi yang sedang berlangsung, serta resesi di seluruh dunia, dan efek yang tersisa sanksi perdagangan internasional. Karena itu, tampaknya konteks studi itu sangat cocok untuk memeriksa dampak turbulensi pada perilaku harga industri. (Morris, 1993)

2.2. Kerangka Teoretis



Sumber: Data yang diolah, 2019

Gambar 1
Kerangka Teoretis Penelitian

III. METODOLOGI

Dalam membuat jurnal ini kami menggunakan metode Literature Review. Literatur Review adalah uraian tentang teori, temuan, dan bahan penelitian lainnya yang diperoleh dari bahan acuan untuk dijadikan landasan kegiatan penelitian untuk menyusun kerangka pemikiran yang jelas dari perumusan masalah yang ingin diteliti. Literature review berisi ulasan, rangkuman, dan pemikiran penulis tentang beberapa sumber pustaka (artikel, buku, jurnal, informasi dari internet, dll) tentang topik yang dibahas. Untuk itu, dalam membuat jurnal ini kami

menggunakan landasan teori dari beberapa jurnal berbahasa Inggris dan jurnal berbahasa Indonesia sebagai acuan kami dalam membuat jurnal ini.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil dan Pembahasan

Dalam jurnal ini kami membahas tentang faktor yang dapat mempengaruhi dalam kesuksesan berwirausaha dan pengaturan harga dalam membangun usaha.

1. Faktor yang Mempengaruhi dalam Kesuksesan Berwirausaha
 Dalam berwirausaha, seseorang sangat perlu mengetahui apa yang akan dia hadapi kedepannya. Untuk melewati itu semua, kami menemukan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi dalam kesuksesan berwirausaha:
2. Jarak Sosial dan Kepadatan
 Dalam urusan berwirausaha, pastinya kita perlu orang lain untuk membantu atau memanfaatkan produk kita. Tidak mungkin kita tidak membutuhkan orang lain dalam hal ini sesuai dengan kodrat kita sebagai manusia. Agar tidak kesulitan dalam hal sosial, kita perlu menempatkan usaha di tempat yang ramai dan mudah dijangkau oleh orang-orang.
3. Berinovasi sesuai dengan Kemajuan Global
 Hal ini merupakan hal yang sangat penting dalam berwirausaha agar tidak tertinggal oleh wirausahawan lain yang lebih baru dan canggih. Berinovasi juga akan membuat konsumen lebih tertarik dan tidak mudah bosan. Perlunya berinovasi sesuai dengan kemajuan global ini akan memudahkan kita dalam berproses dalam keseharian kita.
4. Optimis dalam Membangun Usaha
 Banyak orang yang tidak berani dalam membangun usaha, karena mereka tidak mempunyai ke-optimisan dalam berwirausaha. Optimis juga akan membuat diri kita menjadi lebih enteng dan tidak terlalu memikirkan kegagalan yang belum tentu terjadi.
5. Tidak Mematok Harga yang terlalu tinggi
 Jaman sekarang, orang-orang pasti akan berpikir dua kali atau lebih ketika akan membeli barang yang mahal. Dalam memberi harga, setidaknya tidak sampai terlampaui jauh dari harga pasar, hal ini akan menjadi patokan konsumen dalam membeli suatu produk.
6. Menggunakan Enterprise Risk Management (ERM)
 ERM bertujuan untuk menciptakan sistem atau mekanisme dalam organisasi sehingga risiko yang merugikan dapat diantisipasi dan dikelola untuk tujuan meningkatkan nilai perusahaan. ERM memungkinkan manajemen untuk secara efektif menangani ketidakpastian terkait risiko dengan mengintegrasikan semua jenis risiko menggunakan alat dan teknik terintegrasi yang dikomunikasikan ke semua lini bisnis, sehingga meningkatkan kapasitas untuk membangun nilai perusahaan. Implementasi ERM dalam suatu perusahaan juga dipandang positif oleh investor sehingga dapat dipertimbangkan dalam berinvestasi.
7. Memiliki Jiwa atau Perilaku Kewirausahaan yang Baik
 - a. Selalu melihat ke depan
 Pelaku wirausaha harus selalu berorientasi ke depan, menyusun rencana yang akan diterapkan pada perusahaannya untuk kedepannya sehingga jalannya perusahaan akan selalu terkontrol.

- b. Berfikir dengan penuh perhitungan
Untuk mengambil sebuah keputusan atau tindakan yang akan dijalankan seorang wirausaha harus mempertimbangkannya secara matang-matang agar tidak mendatangkan suatu masalah yang nantinya akan menghambat suatu perusahaan.
 - c. Berkemampuan mengelola risiko
Setiap masalah atau hal-hal baru yang mempengaruhi jalannya perusahaan harus segera diatasi dengan baik dan melalui cara yang telah disusun sedemikian rupa sehingga dapat mengatasi masalah itu tanpa menimbulkan kekacauan.
 - d. Tegar dalam berbagai tantangan
Seorang wirausaha tidak boleh langsung menyerah jika ada masalah yang menghambat jalannya perusahaan dan tantangan itu harus dihadapi tidak boleh dihindari.
 - e. Percaya diri, perfeksionis, berpandangan luas, menganggap waktu sangat berharga serta memiliki motivasi yang kuat.
8. Adanya sebuah Keterampilan dalam Diri Seorang Wirausaha
Hanya memiliki keterampilan, atau sumber daya manusia tidak cukup, pengusaha juga harus memiliki kepercayaan diri untuk memanfaatkan keterampilan ini secara efektif ketika dihadapkan dengan tugas dan tantangan. Kombinasi keterampilan dan kepercayaan diri dapat membantu wirausahawan potensial mengatasi beberapa hambatan untuk usaha mereka. Seseorang yang lebih proaktif dan memiliki keterampilan sumber daya baru yang lebih besar merupakan sebuah kunci untuk sebuah karier kewirausahaan. Mereka cenderung lebih mudah mengembangkan berbagai manfaat yang diperoleh untuk kemajuan usahanya melalui inisiatif mereka sendiri.
 9. Menciptakan Keterampilan dan Budaya dalam Perusahaan
Suatu keterampilan yang diperlukan untuk tindakan dan perilaku kewirausahaan harus dikembangkan dan didorong agar dapat mempertahankan daya saing dalam budaya antar perusahaan global. Contoh dari keterampilan perusahaan salah satunya yaitu adanya kreatifitas dan inovasi. Pemimpin perusahaan harus lebih kreatif supaya dapat mengubah ide menjadi produk dan bisnis.
 10. Setiap Pemimpin Diharapkan Memiliki Pendidikan Tinggi
Faktor pendidikan sangat berpengaruh terhadap gaya kepemimpinan, berpikir kreatif, manajemen inovasi teknologi, pemasaran produk baru, kepercayaan diri, keterampilan dalam strategi bersaing, mengidentifikasi pasar peluang, pengaturan keuangan, keterampilan organisasi dan kemampuan pemecahan masalah.
 11. Meningkatkan Kinerja Keuangan
Melalui kinerja keuangan, dapat diketahui seberapa efektif dan efisien suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya. Efektivitas mengacu pada kemampuan manajemen untuk memilih tujuan yang akurat atau instrumen untuk mencapai tujuan tertentu. Efisiensi mengacu pada rasio antara input dan output di mana masukan yang sesuai akan menghasilkan output yang optimal. Peningkatan kinerja keuangan menjadi kebutuhan bagi perusahaan untuk menarik investor untuk memaksimalkan nilai perusahaan, manajemen harus memanfaatkan kekuatan dan meminimalkan kelemahan. Sebuah perusahaan harus memiliki kinerja keuangan yang signifikan, sehingga membawa pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

12. Kepemimpinan yang Efektif

Kepemimpinan karismatik dapat meningkatkan efektivitas organisasi dengan meningkatkan kinerja. Selain itu, komunikasi karismatik merupakan komponen penting dari kepemimpinan yang efektif di awal pembentukan suatu perusahaan. Jika hanya ada bakat kewirausahaan dan tingkat kompetensi yang tinggi dalam bidang tertentu kurang untuk meningkatkan motivasi orang lain dikarenakan mereka mungkin kurang menunjukkan karisma. Karakteristik unik dari kepemimpinan kewirausahaan adalah untuk menambah fokus pada peluang yang muncul. Mereka juga menghadapi tantangan dalam tahap awal pengembangan bisnis mereka, sehingga perlu untuk memotivasi pengikut mereka untuk meningkatkan kinerja, agar berhasil dalam memperoleh pangsa pasar. Hal itu dapat dilakukan dengan cara kontak mata dan tersenyum secara sering dan berkepanjangan kepada pengikut membua kinerjanya meningkat. Dan seorang pemimpin yang menunjukkan kebahagiaannya dalam menerima tugas juga memotivasi pengikut.

Efek dari tatapan mata mempengaruhi berbagai aspek. Mata tidak hanya dapat meningkatkan kesadaran diri, tetapi tatapan mata dapat mempengaruhi kerjasama, perilaku sosial, kejujuran, dan bahkan mengawasi perilaku, sehingga menimbulkan koordinasi kelompok yang sukses. Dalam sebuah musyawarah pandangan mata dari pemimpin diarahkan mungkin efektif dalam memotivasi pengikut untuk menunjukkan peningkatan kinerja.

13. Pengaruh Harga dalam Membangun Usaha

Dalam menentukan harga di pasaran kita perlu mempertimbangkan beberapa faktor sehingga tidak terjadinya kerugian yang besar untuk perusahaan serta penentuan pengaruh pada perusahaan. sehingga terciptanya harga yang strategis

14. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan perusahaan baru akan sangat sulit menjadi price taker (penentu harga pasar) karena belum memiliki kekuatan untuk bersaing di pasar besar. Dalam hal ini perlu adanya penelitian harga dan strategi yang matang untuk mengatur harga. Berbeda dengan perusahaan yang sudah menjadi price taker sehingga ia bebas menentukan harga dan menjadi pemimpin dalam persaingan harga

15. Posisi Perusahaan di Pasar

Untuk posisi perusahaan perlunya mempertimbangkan dalam hal jenis pasar yang dituju apakah termasuk pasar oligopoli, monopoli atau pasar persaingan bebas. Sehingga wirausahawan tidak dapat sembarangan.

16. Orientasi Pasar

Orientasi pasar memiliki dimensi seperti : kunci orientasi ke pelanggan, saingan orientasi dan koordinasi fungsional.

17. Turbulensi Teknologi

Dalam turbulensi teknologi ini sangat berpengaruh dalam menentukan harga yang strategis. Turbulensi ini memiliki tujuan guna mengurangi pengeluaran perusahaan sehingga perlunya teknologi yang terbaru guna produksi.

18. Gejolak Pasar

Gejolak pasar berhubungan dengan tingkat konsumsi pelanggan kepada barang yang dijual ke perusahaan.

19. Pertumbuhan Pasar

Pertumbuhan pasar ini sangat berpengaruh dalam penentuan harga yang strategis pada perusahaan. Sehingga supaya pertumbuhan perusahaan menjadi lebih baik perlunya promosi agar barang/jasa mendapatkan minat di masyarakat.

20. Hambatan Dalam Mencapai Tujuan

Kecenderungan manajer untuk meminta tidak hanya fasilitas mewah dan kebutuhan tetapi juga hak untuk membuat keputusan strategis. Kecenderungan manajer untuk membuat investasi yang berisiko kebanyakan manajer tidak memiliki saham apapun di sebuah perusahaan dan oleh karena itu, tidak memiliki banyak pengalaman sebagai pemegang saham. Mereka tidak mengambil pertimbangan lebih lanjut untuk menggunakan laba perusahaan untuk berbagai investasi. Karena gaji mereka tetap dan kepemilikan saham terbatas, para manajer tidak mau menghabiskan energi secara maksimum atau perhatian optimal untuk menjalankan perusahaan. Kecenderungan manajer untuk meminimalkan risiko yang mengakibatkan perusahaan kehilangan investasi yang menguntungkan.

V. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan

Jadi, dalam kesuksesan sebuah usaha, terdapat banyak strategi atau faktor yang mempengaruhinya. Usaha yang sukses dapat dilihat dari pangsa pasar dan pengembangan usaha yang lebih lanjut. Perusahaan perlunya mengevaluasi setiap strategi yang cocok untuk usaha mereka. Keberhasilan suatu perusahaan juga tergantung pada pemimpin perusahaan tersebut. Seorang pemimpin harus mampu memimpin dan memotivasi bawahannya untuk bekerja lebih baik demi kemajuan perusahaannya. Tahap terakhir dalam agenda tindakan untuk membuat keputusan penetapan harga adalah merancang secara strategis strategi penetapan harga berbasis nilai. Situasi keputusan yang dihadapi para eksekutif adalah merancang strategi dan seiring waktu mengadaptasi strategi untuk perubahan pesaing dan pasar. Harus semakin fokus pada nilai dalam hal pelanggan daripada harga saja. Yang penting, nilai pelanggan harus dinilai berdasarkan kondisi ekonomi yang ada. Itu telah mengindikasikan beberapa masalah penetapan harga yang relevan selama dan setelah ekonomi menurun.

5.2. Rekomendasi

Bagi perusahaan eterampilan perusahaan, budaya perusahaan, dan adanya pendidikan tinggi adalah suatu sektor yang memiliki peran penting bagi ekonomi perusahaan, inovasi adalah pusat untuk proses kreatif dalam perekonomian dan untuk mempromosikan pertumbuhan, meningkatkan produktivitas dan menciptakan lapangan kerja. Kepemimpinan yang efektif adalah bahan inti untuk suksesnya sebuah perusahaan. Sedangkan bagi sorang pengusaha kepemimpinan dapat memotivasi pengikut, sehingga mencapai peningkatan kinerja bisnis. Dalam hal ini, gaya kepemimpinan tertentu telah terbukti lebih efektif daripada yang lain. Komunikasi karismatik memungkinkan para pemimpin untuk menginspirasi dan memotivasi pengikut

DAFTAR PUSTAKA

- Coulter, Keith S. (2001). *Decreasing price sensitivity involving physical product inventory: a yield management application*. Vol. 10 No 5.
- Estelami, Hooman. (2003). *Strategic implication of a multi-dimensional pricing environment*. Vol. 12 No. 5.
- Galloway, Laura, dkk. (2005). *Enterprise Skills for the Economy*. Emerald Publishing Limited. Vol. 47 No. 1, 7-17.
- Indounas, Kostis. (2014). *The antecedents of strategic pricing and its effect on company performance in the case of industrial service firms. Greece*. Vol. 28 No. 5, 402.
- Indounas, Kostis. (2015). *The Adoption of strategic pricing by industrial service firm*. Vol. 30 No. 5.
- Ikeda, Sanford. (2015). *Entrepreneurship in Action Space*. Emerald Group Publishing Limited. Volume 16, 105-139.
- Iswajuni, Iswajuni., Arina Manasikana., & Soegeng Soetedjo. (2018). *The effect of enterprise risk management (ERM) on firm value in manufacturing companies listed on Indonesian Stock Exchange year 2010-2013*. Emerald Publishing Limited. Vol. 3 No. 2, 224-235.
- Maran, Thomas, dkk. (2019). *Entrepreneurial Leadership: An Experimental Approach Investigating the Influence of Eye Contact On Motivation*. Journal of Small Business Strategy. Vol. 29 No. 3, 16-32.
- Ortega, Raquel dan Argiles. 2013. *The Transatlantic Productivity*. Blackwell Publishing.
- Petrakis, P.E. 2004. *Entrepreneurship and Risk Premium*. Kluwer Academic Publisher. Small Business Economics. Vol. 23, 85-98.
- Piercy, Niger F., David W. Cravens., & Nikala Lane. 2016. *Thinking strategically about pricing decisions*, Newcastle, Vol. 31 No. 5, 3.
- Pihie, Zaidatol Akmaliah Lope dan Afsaneh Bagheri. 2013. *Self-Efficacy and Entrepreneurial Intention: The Meditation Effect of Self-Regulation*. Springer Science and Business Media Dordrecht.
- Pinheiro, Romulo and Bjorn Stensaker. 2013. *Designing the Entrepreneurial University: The Interpretation of a Global Idea*. Spinger Science and Business Media New York.
- Schurink., Michael Morris., Corine van Erkom. 1993. *Pricing Behavior In Industrial Markets The Impact Of Environmental Dynamic*. Swedia, Vol. 3 No. 28, 28.
- Smith, Ronda M., Shruti R. Sardeshmukh., & Imran Syed. (2019). *Building self-efficacy for entrepreneurial careers: New resource skill*. Journal of Small Business Strategy. Vol. 29 No. 3, 1-16.
- Suhadak, dkk. (2018). *Stock Return and Financial Performance as Moderation Variable in Influence of Good Corporate Governance Towards Corporate Value*. Emerald Publishing Limited.
- Sukirman. (2017). *Jiwa Kewirausahaan dan Nilai Kewirausahaan Meningkatkan Kemandirian Usaha Melalui Perilaku Kewirausahaan*. Vol. 20 No. 1, 113-132.