

Buatlah matrik analisis journal dari 10 artikel journal (5 nasional dan 5 international). Nilai ini menjadi nilai UTS.

No.	Judul	Nama Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Profitabilitas Perusahaan, <i>Leverage</i> Operasi dan <i>Leverage</i> Keuangan Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan <i>Automotive And Allied Products</i> yang <i>Go Publik</i> di BEI 2004-2006.	Fera Primawati (2008).	Kuantitatif – Regresi Linear Berganda.	Hasil penelitian menunjukkan secara simultan variabel-variabel bebas yaitu kepemilikan manajerial, profitabilitas perusahaan, <i>leverage</i> operasi dan <i>leverage</i> keuangan mempengaruhi manajemen laba perusahaan <i>Automotive And Allied Products</i> dan secara parsial variabel profitabilitas, <i>leverage</i> operasi dan <i>leverage</i> keuangan berpengaruh terhadap manajemen laba. Sedangkan variabel kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Variabel profitabilitas merupakan variabel yang mempunyai pengaruh dominan dengan arah yang positif terhadap manajemen laba. Bila

				semakin besar profitabilitas perusahaan, maka semakin besar manajemen labanya.
2.	Analisis Pengaruh Kualitas Audit Terhadap Menejemen Laba Studi Pada Perusahaan yang Melakukan IPO di Indonesia.	Luhgiatno (2008).	Kuantitatif – Regresi Linear Berganda.	Hasil penelitian mengindikasikan bahwa KAP <i>Big Four</i> dan KAP spesialis industri terbukti tidak mampu membatasi praktik manajemen laba bagi perusahaan yang diauditnya pada saat perusahaan melakukan IPO.
3.	Pengaruh Mekanisme <i>Good Corporate Governance</i> , Independensi Auditor, Kualitas Audit dan Faktor Lainnya Terhadap Manajemen Laba.	Welfin I Guna dan Arleen Herawaty (2010).	Kuantitatif – Regresi Linear Berganda.	Hasil penelitian <i>leverage</i> , kualitas audit dan pofitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba. Sedangkan kepemilikan institusional, kepemilikan manajemen, komite audit, komisaris independen, independensi dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.
4.	Pengaruh Reputasi Auditor, Proporsi Dewan	Andi Sahabinnu (2011).	Kuantitatif – Regresi Linear Berganda.	Hasil penelitian tersebut bahwa reputasi auditor terbukti

	Komisaris Independen, <i>Leverage</i> Terhadap Manajemen Laba Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI.			berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba, proporsi dewan komisaris independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap manajemen laba. <i>Leverage</i> terbukti positif berpengaruh terhadap manajemen laba. Hal ini dikarenakan perusahaan yang mempunyai rasio <i>debt to equity</i> besar maka manajer perusahaan tersebut cenderung menggunakan metode akuntansi yang akan meningkatkan pendapatan laba.
5.	Analisis strategi pemasaran pada <i>PT Victory Internasional Futures</i> kantor cabang Malang.	Nur Aena (2009).	Kualitatif deskriptif.	Hasil penelitian dalam rangka memperluas pangsa pasar pada <i>PT Victory Internasional Futures</i> Malang, strategi pemasaran yang dilakukan adalah : <i>intensification by IT, Agresif</i>

				<p><i>Recruitment, Training and Education, Cost Leader, Relation</i></p> <p><i>managemen</i> dan memakai teknik analisa modern.</p>
6.	<p>Jurnal internasional:  <i>A multidimensional study of the key Determinants of effective SME marketing activity.</i></p>	<p>Jimmy Hill ( 2001).</p>	<p>Kualitatif syncretised, Pendekatan deduktif dan induktif. Strategi analisis didominasi dengan reduksi data melalui coding rinci dan pengembangan kerangka kerja yang ketat untuk analisis.</p>	<p>Hasil penelitian lingkungan penjualan pribadi sangat berpengaruh pada pemasaran di UKM yang ditandai oleh sering digunakannya jaringan pribadi dalam penjualan.</p> <p>Jaringan penjualan di UKM didominasi oleh tingkat kepercayaan yang tinggi pada UKM sehingga digunakan jaringan kontak pribadi untuk meningkatkan dan menambah nilai pemasaran pada UKM yang dapat menjadi kegagalan umum oleh para pembuat kebijakan UKM yang sepenuhnya mengakui peran penting yang</p>

				dimainkan jaringan dalam perkembangan mereka.
7.	Jurnal internasional : <i>Marketing in small and medium sized enterprises.</i>	Mike Simpson (2006).	Pendekatan hipotetiko deduktif baik kuantitatif dan kualitatif.	Hasil penelitian UKM lebih merasa nyaman menggunakan “strategi B” dalam model pemasaran dari simpson dan taylor yaitu strategi reaktif yang mengarah pada pemasaran dipimpin dalam mengadopsi praktik pemasaran dan karyawan sering kurang antusias dalam pemasaran perusahaan sehingga perusahaan merasa kebingungan dalam melakukan pemasaran dengan iklan dan penjualan.
8.	Institutional Economics Perspective On Global E- Commerce Adoption.	Ling Zhu dan Sherry M.B. Thatcher.	Studi Korelasi Kuantitatif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengukuran yang digunakan dalam analisis sekunder untuk faktor hukum, pemerintah dan budaya yang konsisten dan akurat di berbagai titik waktu.

				<p>Hasil penelitian juga mengungkapkan bahwa adopsi <i>e-commerce</i> dan lingkungan hukum meningkat secara signifikan selama empat tahun terakhir di seluruh dunia, sementara dukungan pemerintah tidak menunjukkan peningkatan yang signifikan dan infrastruktur sosial &amp; budaya telah ditemukan secara signifikan kurang kompatibel dengan adopsi <i>e-commerce</i> antara 2003 dan 2007.</p>
9.	Adoption And Use Of E-Commerce In Smes.	Saeed Solaymani, Kiomars Sohaili, dan Esmaeil Akhlaghi Yazdinejad.	Studi Kasus Kuantitatif.	<p>Hasil penelitian hasil Estimasi Probit dan Logit model menunjukkan bahwa kecenderungan UKM untuk mengadopsi dan menggunakan <i>e-commerce</i> berhubungan positif dengan biaya internet minimum tahunan. Karena masalah keuangan UKM yang</p>

				<p>dihadapkan dengan itu, pemerintah harus mendukung mereka dalam kasus ini. Selain itu, hasilnya menunjukkan bahwa keakraban dari perusahaan sampel dengan Iran industri kecil dan taman industri situs organisasi (website UKM) dapat mempengaruhi motivasi UKM untuk mengadopsi dan menggunakan <i>e-commerce</i>.</p>
10.	<p>Virtual Business Operations, E-Commerce &amp; Its Significance And The Case Of Turkey: Current Situation And Its Potential.</p>	Aytac Gokmen.	Studi Kasus Kualitatif.	<p>Hasil penelitian struktur bisnis harus didesentralisasikan dan organik dalam rangka menanggapi selalu perubahan permintaan konsumen tepat waktu agar tidak ketinggalan peluang pasar dan menciptakan kemampuan fleksibel berdasarkan standarisasi dan lokalisasi pada saat yang sama. Struktur bisnis Turki <i>e-</i></p>



				<p><i>commerce</i> harus beradaptasi dan strategi mereka untuk strategi transnasional ketika bisnis yang kuat dan siap untuk <i>go internasional</i> dan menghadapi persaingan sengit di pasar global; karena, melakukan bisnis di berbagai belahan dunia akan bermanfaat untuk menembus ke pasar baru, mengalokasikan risiko dan menghindari kemungkinan ketidaksempurnaan pasar domestik.</p>
--	--	--	--	---