

### Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan *Gross Profit Margin* (GPM) Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Ritel yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017-2019

Vinika Nurjayanti<sup>1)</sup>, Liliek Nur Sulistiyowati<sup>2)</sup>

Universitas PGRI Madiun

email: [vinikanurjayanti986@gmail.com](mailto:vinikanurjayanti986@gmail.com), [liliekl702@gmail.com](mailto:liliekl702@gmail.com)

#### *Abstract*

*This study aims to determine the partial effect of both Sales Growth and Gross Profit Margin (GPM) on Profit Growth in Retail Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2017-2019, and to determine the simultaneous effect of Sales Growth and Gross Profit Margin (GPM) on Profit Growth in Retail Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2017-2019. The population used is 36 Retail Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2017-2019 and uses 108 samples. Sampling in this study uses purposive sampling, the data of which is processed using SPSS 25. The results of this study indicate that  $H_1$  and  $H_2$  have a partial effect on profit growth, and  $H_3$  sales growth and gross profit margin (GPM) have a simultaneous effect on profit growth.*

*Keywords: Sales Growth, Gross Profit Margin (GPM) and Profit Growth*

#### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial baik Pertumbuhan Penjualan dan *Gross Profit Margin* (GPM) terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Ritel yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017-2019, serta untuk mengetahui pengaruh secara simultan Pertumbuhan Penjualan dan *Gross Profit Margin* (GPM) terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Ritel yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017-2019. Jumlah populasi yang digunakan yaitu berjumlah 36 Perusahaan Ritel yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017-2019 serta menggunakan 108 sampel. Pengambilan sampling pada penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*, yang datanya diolah menggunakan SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa  $H_1$  dan  $H_2$  memiliki pengaruh secara parsial terhadap pertumbuhan laba, dan  $H_3$  pertumbuhan penjualan dan *gross profit margin* (GPM) memiliki pengaruh secara simultan terhadap pertumbuhan laba)

**Kata Kunci:** Pertumbuhan Penjualan, *Gross Profit Margin* (GPM) dan Pertumbuhan Laba

## PENDAHULUAN

Di Indonesia perkembangan ekonomi mengalami pertumbuhan yang cukup pesat. Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi ekonomi yang tinggi. Pada awal tahun 2016, perekonomian Indonesia menunjukkan tanda lebih baik di bandingkan perekonomian pada tahun sebelum-sebelumnya. Bahkan perekonomian yang terjadi pada tahun 2016, mampu mengatasi masalah terburuk dari penurunan harga komoditas dan sumber daya alam (SDA). Pertumbuhan ekonomi di Indonesia di dukung oleh sejumlah sektor industri-industri. Salah satunya sektor industri retail yang memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional yang dapat dilihat dari sisi perdagangan dan konsumsi. Selain berperan terhadap perekonomian nasional, industri ritel juga memiliki peran terhadap memasarkan produk dalam negeri, terutama pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Perusahaan ritel merupakan peluang usaha yang sangat bagus, baik itu di negara maju atau negara

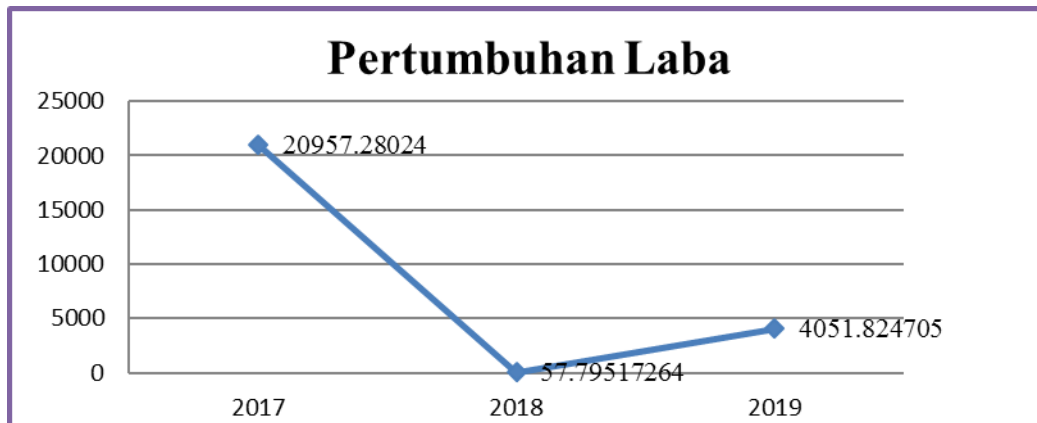
berkembang (Putri, 2018) . Perusahaan ritel disebut juga pengecer yang merupakan perusahaan yang menjual barang atau jasa langsung ditujukan ke konsumen terakhir. Produk dari perusahaan ritel atau pengecer yang dijual adalah produk makanan, perabotan rumah tangga, alat tulis kantor (ATK), pakaian, dan produk lainnya yang dapat digunakan masyarakat dalam sehari-hari. Perusahaan ritel memiliki banyak manfaat bagi masyarakat atau konsumen. Tanpa adanya perusahaan ritel, masyarakat atau konsumen tidak bisa menikmati barang dan jasa yang mereka gunakan selama sehari-hari.

Persaingan dunia bisnis di Indonesia saat ini semakin menantang, ketat dan keras. Perkembangan bisnis di Indonesia yang semakin keras memberikan dampak persaingan antar dua perusahaan atau perusahaan-perusahaan lainnya. Industri ritel merupakan salah satu industri yang cukup kuat untuk bertahan pada keadaan kondisi ekonomi yang sulit atau krisis sekalipun secara makroekonomi. Pertumbuhan bisnis industri ritel cukup bagus dari tahun ke tahun. Peritel multi format hingga gerai makanan siap saji mengikuti pertumbuhan kinerja yang cukup baik. Selain pulihnya daya beli, inovasi dan kesiapan peritel adalah cara untuk mengantisipasi perubahan zaman yang mengacu pada modernitas sangat dibutuhkan agar peritel bisa berkembang baik dengan mengikuti zaman. Namun, turunya daya beli terjadi di tahun 2017 dimana situasi ekonomi di Indonesia menurun (Anggun P. Situmorang, 2017). Pelemahan daya beli menyebabkan pertumbuhan penjualan dan penurunan *gross profit margin* (GPM) dan berdampak pada penurunan laba sejumlah industri ritel di Tanah Air. Analis Investa Saran Mandiri Hans Kwee berpendapat, menurut Hans menurutnya daya beli masyarakat dipengaruhi oleh musim lebaran yang hampir berbarengan dengan masa masuk sekolah. Hal tersebut kemudian, membuat masyarakat mengalihkan dana yang dimiliki untuk membeli kebutuhan yang lebih utama dan lebih mendesak dari pada membeli kebutuhan yang tidak penting (Saugy Riyandi, 2017). Selain alasan kebutuhan yang lebih penting, kebiasaan masyarakat yang berbelanja semula offline atau langsung datang di toko ritel sekarang beralih ke belanja online. Dengan berbelanja online, masyarakat merasa tidak harus kerepotan dan bisa berbelanja 24 jam dengan membanding-bandingkan harga produk antar toko, lebih menghemat waktu dan praktis tidak perlu mengantri dan selain itu mereka merasa lebih nyaman adanya belanja online. Sehingga ini juga merupakan penyebab menurunnya pendapatan industri ritel. Melihat banyaknya masyarakat yang lebih menyukai belanja

melalui online, maka pengusaha-pengusaha ritel mulai menunjukkan keberadaannya di dunia online. Salah satu keberadaan ritel online yaitu adanya website untuk memberikan penjelasan yang lebih lengkap tentang perusahaannya. Walaupun dalam dunia bisnis online, menjaga hubungan dengan konsumen merupakan prioritas suatu perusahaan. Pelayanan yang baik juga tetap harus dilakukan agar konsumen yang membeli di toko offline membeli kembali produk di toko online.

Bank Indonesia telah memberikan klarifikasi atau mengumumkan terkait penjualan ritel di tahun 2019 dengan hasil yang telah dilakukan dengan cara mensurvei penjualan yang bersifat ecer pada triwulan I bulan maret 2019 dengan jumlah pertumbuhan IPR 10,1%, lalu pada bulan April tahun 2019 dengan pertumbuhan yang menurun menjadi 5,7%. Kondisi tersebut dikarenakan daya beli terhadap masyarakat serta pertumbuhan yang ada di dalam negeri yang dirasa kurang baik, hal lain yang mempengaruhinya yaitu faktor global seperti harga komoditas yang turun (Benedicta Prima dan & Laoli, 2019). Dalam menjalankan kegiatannya dalam bekerja, perusahaan harus berfokus kepada keuntungan, berusaha meminimalisir angka kerugian yang akan terjadi, dan menyiapkan rencana tambahan jika terjadi permasalahan di perusahaannya. Tolak ukur kinerja pada suatu perusahaan bias dilihat dari segi keuntungannya, jika perusahaan mendapatkan keuntungan yang besar maka kinerja pada suatu perusahaan baik dan jika perusahaan mengalami penurunan pada keuntungan maka kinerja perusahaan tidak baik (Rahmiyatun dkk., 2019). Sebuah perusahaan harus menghasilkan keuntungan untuk bertahan dan tumbuh dalam jangka waktu yang lama. Itu memberikan bukti tentang potensi penghasilan perusahaan dan seberapa efektif perusahaan dikelola (Nishanthini & Nimalathan, 2014).

Berikut ini merupakan perolehan laba selama tiga tahun di perusahaan ritel yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2019

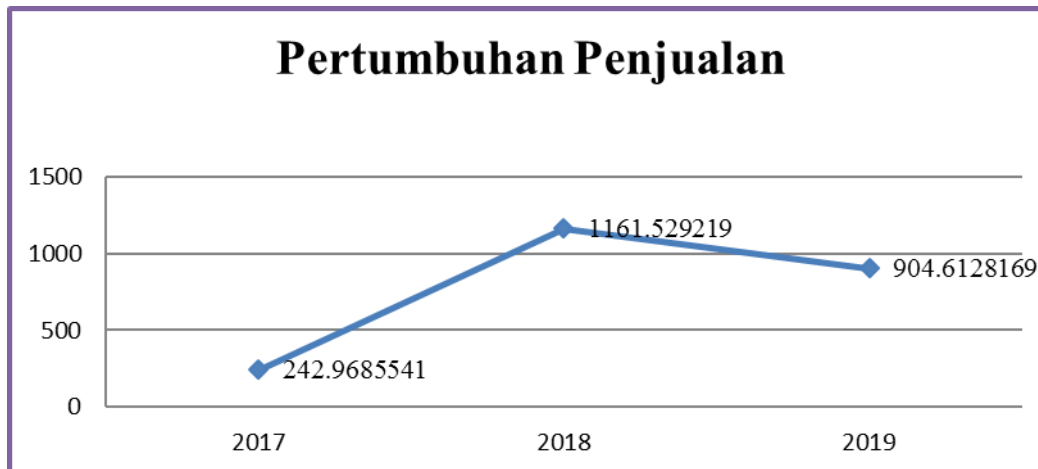


Sumber Data : Bursa Efek Indonesia (data diolah)

Gambar 1.1. Grafik Pertumbuhan Laba

Pertumbuhan laba di perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun ke tahun mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 laba perusahaan ritel sebesar 21,28% dan pada tahun 2018 laba mengalami penurunan sebesar 57,79%. Namun pada 2019 laba mengalami sedikit kenaikan dibandingkan tahun 2018. Tahun 2019 perusahaan ritel memperoleh laba sebesar 4,82% akan tetapi perolehan laba di tahun ini masih jauh lebih banyak dibandingkan tahun 2017. Suatu perusahaan selalu mengharapkan adanya peningkatan pada laba dari tahun ke tahun agar memperoleh perputaran investasi.

Tujuan suatu perusahaan adalah untuk mencapai laba bersih sebanyak-banyaknya karena perolehan laba bersih ini merupakan faktor yang menentukan dan juga menjadi tolak ukur keberhasilan suatu perusahaan melalui laba bersih perusahaan. Laba pada perusahaan digunakan untuk menjaga kelangsungan dan perkembangan usaha. Sehingga, perusahaan harus mendapatkan dan menggunakan sebaik-baiknya sumber-sumber ekonomi yang dimiliki dengan jumlah yang terbatas. Untuk mencapai maksud tersebut, harus mendapatkan dan menggunakan sebaik-baiknya sumber ekonomi dengan jumlah terbatas, dengan tatanan yang tepat (Reimeinda et al., 2016). Kondisi laba yang menurun akan mengakibatkan penjualan ikut menurun, bahkan perusahaan tidak akan lagi dipercaya oleh investor yang ingin berinvestasi di perusahaan tersebut.

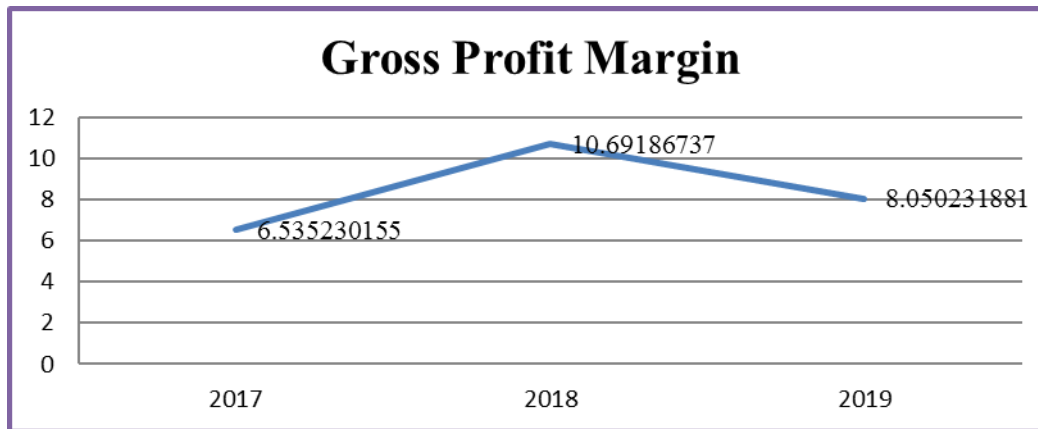


Sumber Data : Bursa Efek Indonesia (data diolah)

Gambar 1.2 Grafik Pertumbuhan Penjualan

Dari data pertumbuhan penjualan dari tahun 2017 sampai tahun 2019 mengalami fluktuatif. Tahun 2017 perusahaan ritel memperoleh penjualan sebesar 24,96%, perolehan ini lebih rendah dibandingkan tahun 2018. Di tahun 2018, penjualan mengalami kenaikan yaitu 11,52% dan mengalami penurunan lagi di tahun selanjutnya yaitu tahun 2019 yang memperoleh penjualan sebesar 9,61%. Faktor utama dari penurunan penjualan adalah karena menurunnya jumlah pengunjung yang berbelanja ditoko. Daya beli masyarakat yang terus menurun dari tahun ke tahun dan peralihan kegiatan belanja masyarakat dari belanja secara langsung ke toko atau belanja konvensional menjadi belanja ke digital atau melalui *online shop* merupakan pemicu terjadinya pertumbuhan penjualan mengalami naik turun.

Selain pertumbuhan penjualan, faktor lainnya yang mempengaruhi laba adalah laba kotor, yang merupakan perbandingan laba kotor dengan penjualan bersih Kurniawan (2017) dalam (Made Pratiwi Dewi & Ni Luh Anik Puspaningsih, 2020). Berikut ini adalah data laba kotor atau *gross profit margin* (GPM) di perusahaan ritel yang terdiri dari perusahaan grosir sejumlah 22 perusahaan dan perusahaan ecer sejumlah 14 yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017 – 2019.



Sumber Data : Bursa Efek Indonesia (data diolah)

Gambar 1.3 Grafik *Gross Profit Margin*

Dari data diatas laba kotor atau *gross profit margin* (GPM) pada tahun 2017 sebesar 6,53%. Pada tahun 2018, laba kotor atau *gross profit margin* (GPM) mengalami kenaikan yaitu sebesar 1,69% pada tahun 2018. Pada tahun 2019, laba kotor atau *gross profit margin* (GPM) mengalami penurunan dibanding tahun sebelumnya yaitu 8%. Pertumbuhan penjualan pada tahun 2017 dan 2019 lebih rendah, akibatnya *gross profit margin* (GPM) yang didapatkan juga lebih rendah dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini akan mempengaruhi laba yang diperoleh. *Gross profit margin* (GPM). Jika *Gross profit margin* (GPM) mengalami peningkatan maka keuntungan kotor yang didapatkan perusahaan pada penjualan bersihnya juga akan semakin besar (Azeria, 2018).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perkembangan pertumbuhan laba melalui pertumbuhan penjualan, *gross profit margin* di Perusahaan Ritel yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019.

## KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA

### Pertumbuhan Laba

Menurut (Griffin et al., 2015) dan Sulistyowati (2019) pertumbuhan laba merupakan perubahan laba yang dihasilkan oleh perusahaan dari periode ke periode. Laba adalah selisih pengukuran diantara pendapatan dengan biaya. Keberhasilan perusahaan dapat dilihat dari segi kinerja keuangannya, beberapa diantaranya dapat dilihat dari rasio profitabilitas suatu perusahaan. Pertumbuhan laba merupakan salah satu rasio profitabilitas yang dapat digunakan untuk memperkirakan kinerja perusahaan di masa depan. Semakin tinggi angka profitabilitas suatu perusahaan, maka semakin baik kinerja keuangan perusahaan.

### **Pertumbuhan Penjualan**

Menurut (Gunawan, 2017) Penjualan adalah kegiatan utama dalam kegiatan operasional perusahaan, sehingga menjadi tonggak bagi keberlangsungan berjalannya suatu perusahaan. Pertumbuhan penjualan dapat melihat suatu keberhasilan investasi pada periode sebelum masa lampau dan dapat digunakan untuk memprediksi pertumbuhan di masa yang akan datang.

### **Gross Profit Margin (GPM)**

Menurut (Ormiston, 2001) laba kotor merupakan besar laba yang dihasilkan oleh suatu perusahaan yang dikurangi dengan harga pokok penjualan. Besarnya hutang atau modal dipengaruhi oleh anggaran yang diperoleh dari profitabilitas. Besarnya hutang atau modal dari ekstern perusahaan yang digunakan untuk operasional selanjutnya. Sehingga perusahaan harus tetap menjaga penjualan bersih agar laba kotor atau *gross profit margin* perusahaan tetap baik.

### **METODE PENELITIAN**[Times New Roman 12 bold, spasi 1,15]

Peneliti ini menggunakan jenis desain penelitian deskriptif kuantitatif di mana akan dimulai dengan mengidentifikasi masalah serta merumuskannya setelah itu menentukan hipotesis penelitian di mana hal tersebut akan menentukan metode yang akan dipilih. Menggunakan populasi sebanyak 65 Perusahaan Ritel yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017-2019 dan pengambilan sampel sejumlah 36 Perusahaan Ritel yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017-2019 dan total sampel keseluruhan 108. Sedangkan Teknik pengumpulan data diperoleh dari laporan keuangan yang telah dipublikasikan pada ([www.idx.com](http://www.idx.com)).

Metode penelitian berisi paparan dalam bentuk paragraf tentang rancangan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan analisis data yang secara nyata dilakukan oleh peneliti.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**[Times New Roman 12 bold, spasi 1,15]

Teknik penganalisisan data menggunakan analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh hipotesis secara parsial dan simultan, analisis ini dilakukan setelah dinyatakan lolos dari uji asumsi klasik yang diantaranya adalah uji normalitas, multikolinieritas, autokolerasi dan heterokedastisitas. Gambaran umum darai hasil olah data yang dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 25 sebagai berikut ini:

### 1. Tabel 1.1 Uji t

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.245	.096		-2.567	.012
	Pertumbuhan Penjualan	.048	.020	.216	2.411	.018
	Gross Profit Margin (GPM)	1.001	.282	.319	3.553	.001

a. Dependent Variable: Pertumbuhan Laba

Sumber: data diolah SPSS versi 25

### 2. Tabel 1.2 Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.233	2	6.117	9.887	.000 <sup>b</sup>
	Residual	64.954	105	.619		
	Total	77.188	107			

a. Dependent Variable: Pertumbuhan Laba

b. Predictors: (Constant), Gross Profit Margin (GPM), Pertumbuhan Penjualan

Sumber: data diolah SPSS versi 25

## PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan $X_1$ terhadap Pertumbuhan Laba $Y$

Berdasarkan suatu hasil yang telah diolah pada SPSS dapat diketahui bahwa pengaruh pertumbuhan penjualan menunjukkan nilai Sig.  $0,018 < 0,05$  atau  $t_{hitung}$  yaitu  $2,411 > t_{tabel}$   $1,983$  yang artinya  $H_1$  memiliki pengaruh secara parsial antara pertumbuhan penjualan terhadap pertumbuhan laba.



Dalam lembaga keuangan banyak sekali variabel yang mempengaruhi pertumbuhan laba yaitu salah satunya adalah pertumbuhan penjualan. Menurut (Ormiston, 2001) sumber pendapatan terbesar pada suatu perusahaan merupakan penjualan. Dalam melakukan penjualan, suatu perusahaan memiliki tujuan dalam penjualannya yaitu dengan menekankan peningkatan atau kestabilan pada pertumbuhan penjualannya dari tahun ke tahun selanjutnya. Jika penjualan bersih yang dilakukan perusahaan meningkat atau tinggi maka hal itu akan dapat meningkatkan profit suatu perusahaan. Suatu perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang tinggi menggambarkan prospek perusahaan semakin baik, hal ini akan memikat pihak luar untuk menanam modal pada perusahaan (Gunadhi & Putra, 2019). Pertumbuhan penjualan yang rendah akan mempengaruhi laba perusahaan, sehingga hal tersebut akan berpengaruh pada penurunan pendapatan perusahaan.

## 2. Pengaruh *Gross Profit Margin* (GPM) $X_2$ terhadap Pertumbuhan Laba Y

Berdasarkan suatu hasil yang telah diolah pada SPSS dapat diketahui bahwa pengaruh *gross profit margin* (GPM) menunjukkan nilai Sig. 0,108 > 0,05 atau  $t_{hitung}$  yaitu 3,553 <  $t_{tabel}$  1,983 yang artinya  $H_2$  dianggap memiliki pengaruh secara parsial antara variabel *gross profit margin* (GPM) terhadap pertumbuhan laba.

Selain pertumbuhan penjualan yang menjadi faktor pertumbuhan laba pada suatu perusahaan, *gross profit margin* (GPM) juga menjadi salah satu faktor pertumbuhan laba pada suatu perusahaan. *Gross profit margin* (GPM) menunjukkan adanya suatu hubungan antara penjualan dan beban pokok penjualan, mengukur kemampuan suatu perusahaan agar dapat mengontrol biaya operasi barang ataupun dapat digunakan untuk melanjutkan kenaikan harga melalui penjualan terhadap pelanggan. Menurut (Sari I. dkk, 2016) pada suatu perusahaan *gross profit margin* (GPM) semakin baik atau tinggi pada suatu perusahaan maka semakin meningkat keuntungan kotor perusahaan pada penjualan bersih. Semakin baik laba perusahaan, maka investor tertarik berinvestasi pada perusahaan dan perusahaan mampu mengoperasikan kegiatan operasinya secara baik karena harga pokok penjualannya cenderung lebih rendah dari pada penjualan (Made Pratiwi Dewi & Ni Luh Anik Puspaningsih, 2020).

## 3. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, *Gross Profit Margin* (GPM) terhadap Pertumbuhan Laba

Dapat diketahui dari hasil analisis Anova menunjukkan bahwa nilai Sig. 0,000 < 0,05 atau  $F_{hitung}$  sebesar 9,887 >  $F_{tabel}$  1,40 yang artinya pertumbuhan penjualan dan *gross profit margin* (GPM) memiliki pengaruh secara simultan terhadap penyaluran kredit Bank BUMD.

Menurut (Made Pratiwi Dewi & Ni Luh Anik Puspaningsih, 2020) pada dasarnya hubungan antara pertumbuhan penjualan dan *gross profit margin* (GPM) yaitu jika terjadi kenaikan pada pertumbuhan penjualan serta *gross profit margin* (GPM) maka hal tersebut secara bersamaan akan mempengaruhi pertumbuhan laba. Semakin cepat dana berputar,

semakin efektif penggunaannya sehingga semakin besar pula laba perusahaan atas dana yang digunakan.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan dan *gross profit margin* (GPM) terhadap pertumbuhan laba pada Perusahaan Ritel yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017-2019. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh secara parsial terhadap pertumbuhan laba.
2. *Gross profit margin* (GPM) tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap pertumbuhan laba.
3. Pertumbuhan penjualan dan *Gross profit margin* (GPM) memiliki pengaruh secara simultan terhadap pertumbuhan laba

### **SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan serta pembahasan yang telah di bahas pada bab sebelumnya, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti bagi penelitian selanjutnya diharapkan:

1. Penelitian ini hanya mengambil 108 sampel pada 36 Perusahaan Ritel yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019 dari populasi Perusahaan Ritel yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019, harapan untuk penelitian selanjutnya agar dapat mengembangkan pada ruang lingkup yang lebih luas.
2. Diharapkan pada penelitian selanjutnya untuk menambahkan beberapa variabel antara lain, *current ratio*, *debt to asset ratio*, *total asset turnover*, *net profit margin* dan *shrinkage* yang dapat mempengaruhi pertumbuhan laba karena pada penelitian ini hanya menggunakan variabel pertumbuhan penjualan, *gross profit margin* (GPM) dan pertumbuhan laba.
3. Karena penelitian dilakukan pada tahun 2017-2019 maka untuk penelitian selanjutnya diharapkan menambah periode penelitian serta sampel penelitian sehingga data dan hasil yang diperoleh akan lebih baik lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggun P. Situmorang. (2017). *Ini penyebab anjloknya bisnis ritel di Tanah Air*. Merdeka.Com. <https://www.merdeka.com/uang/ini-penyebab-anjloknya-bisnis-ritel-di-tanah-air.html>
- Azeria, R. (2018). *Artikel Pengaruh Gross Profit Margin , Net Profit Margin , Return on Assets , Dan Return on Equity Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2014-2016*. June, 9–16.
- Benedicta Prima dan, & Laoli, N. (2019). *Aprindo mengeluhkan pertumbuhan ritel melambat di kuartal I 2019*. Kontan.Co.Id. <https://industri.kontan.co.id/news/aprindo-mengeluhkan-pertumbuhan-ritel-melambat-di-kuartal-i-2019>
- Griffin, I. J., Lee, H. C., Profit, J., & Tancedi, D. J. (2015). The smallest of the small: Short-term outcomes of profoundly growth restricted and profoundly low birth weight preterm infants. *Journal of Perinatology*, 35(7), 503–510. <https://doi.org/10.1038/jp.2014.233>
- Gunadhi, G. B. D., & Putra, I. M. P. D. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aset, Likuiditas, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal Perusahaan Makanan Dan Minuman. *E-Jurnal Akuntansi*, 28, 641. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v28.i01.p25>
- Gunawan, M. F. (2017). *DAGANG BAHAN BANGUNAN ( STUDI KASUS PADA PT. MAP)*. Liliek Nur Sulistiyowati, THE EFFECT OF TRANSFERING ISRAEL CAPITAL CITY TO JERUSALEM TOWARD INDONESIA MACRO ECONOMY , Vol 3 No 2 (2019) DOI: <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2019.v3.i2.4111>
- Nishanthini, A., & Nimalathasan, B. (2014). Determinants of profitability: a case study of listed manufacturing companies in Sri Lanka. *Journal of Management*, 8(1), 42. <https://doi.org/10.4038/jm.v8i1.7556>
- Ormiston, L. M. F. dan A. (2001). *Memahami Laporan Keuangan*.
- Putri, H. T. (2018). Pengaruh Earning Per Share (Eps) Dan Price Book Value (Pbv) Terhadap Harga Saham Pada Industri Retail Yang Terdaftar Di Bei Periode 2013-2016. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 3(2), 195. <https://doi.org/10.33087/jmas.v3i2.57>
- Rahmiyatun, F., Muchtar, E., & Oktiyani, R. (2019). Analisis Rasio Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Pada PT Prabu Jaya Sentosa Jakarta. *Ecodemica*, 3(1), 76–85.
- Reimeinda, V., Murni, S., & Saerang, I. (2016). ANALISIS PENGARUH MODAL KERJA ANALYSIS OF WORKING CAPITAL INFLUENCE TO PROFITABILITY IN. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(03), 207–218.
- Ridwan, M., & Fajar, C. M. (2020). Analisis Pertumbuhan Penjualan, Gross Profit Margin, Dan Shrinkage Terhadap Pertumbuhan Laba. *Jurnal Sain Manajemen*, 2(2), 73–83. <https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/wmbj>
- Saugy Riyandi. (2017). *Ramai-ramai anak buah Jokowi bantah daya beli masyarakat RI menurun*. Merdeka.Com. <https://www.merdeka.com/uang/ramai-ramai-anak-buah-jokowi-bantah-daya-beli-masyarakat-ri-menurun.html>
- Surabaya, U. M. (2016). *3 Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya*. XIII(1).