

Jambi, 14 Februari 2023

No : 227/J-MAS-MM / II /2023

Perihal : **Penerimaan Artikel Publikasi Jurnal**

Kepada Yth,

Abd. Rozi (Universitas Binadarma Palembang)

email : [rozi.abd@gmail.com](mailto:rozi.abd@gmail.com)

Terima kasih telah mengirimkan artikel ilmiah untuk diterbitkan pada Jurnal Manajemen dan Sains, ISSN (Paper) 2541-688X ISSN (Online) 2541-6243 dengan judul:

**Pengaruh Program Pengembangan Pasar, Harga Jual, dan Inflasi terhadap Laba Usaha pada Perusahaan Semen**

Berdasarkan hasil review, artikel tersebut dinyatakan DITERIMA untuk dipublikasikan di Jurnal kami pada Volume 8 Nomor 1, April 2023

Kami akan mengirimkan softcopy edisi tersebut pada akhir bulan penerbitan. Artikel tersebut akan lebih dahulu tersedia secara online di <http://jmas.unbari.ac.id/index.php/jmas>

Demikian informasi ini disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Hormat kami,



Dr. Ahmad Firdaus, S.E., M.M

Pimpred

## Pengaruh Program Pengembangan Pasar, Harga Jual, dan Inflasi terhadap Laba Usaha pada Perusahaan Semen

Abd. Rozi

Universitas Binadarma Palembang

\*e-mail: [rozi.abd@gmail.com](mailto:rozi.abd@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan Pengaruh Program Pengembangan Pasar, Harga Jual dan Tingkat Inflasi Terhadap Laba Usaha Pada Perusahaan Semen (Studi Kasus pada PT Semen Baturaja Tbk) baik secara parsial maupun secara simultan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Laporan Keuangan PT Semen Baturaja Tbk dan sampel yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah Laporan Keuangan per triwulan PT Semen Baturaja Tbk tahun 2013 - 2022. Jadi total sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 40 sampel penelitian yang berasal dari 4 triwulan dikali dengan 10 tahun. Analisis data dilakukan dengan bantuan *Program Statistical Package for the Social Science* (SPSS) versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, terdapat pengaruh yang signifikan dari Program Pengembangan Pasar secara parsial terhadap Laba Usaha perusahaan, terdapat pengaruh yang signifikan dari Harga Jual secara parsial terhadap Laba Usaha perusahaan dan terdapat pengaruh yang signifikan dari Tingkat Inflasi secara parsial terhadap Laba Usaha perusahaan. Apabila dilakukan perhitungan secara Bersama-sama atau simultan juga diperoleh hasil pengaruh yang signifikan terhadap Laba Usaha perusahaan. Nilai koefisien determinasinya R Square sebesar 0,525 atau 52,5% variabel Laba Usaha atau hal ini dapat dijelaskan bahwa Program Pengembangan Pasar, Harga Jual dan Tingkat Inflasi memiliki pengaruh sebesar 52,25% sedangkan sisanya sebesar 47,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

**Kata kunci :** *Harga Jual; Laba Usaha; Program Pengembangan Pasar; Tingkat Inflasi*

### ABSTRACT

*This study aims to determine and prove the effect of market development programs, selling prices and inflation rates on operating profits at cement companies (Case Study at PT Semen Baturaja Tbk) both partially and simultaneously. The population in this study is the entire financial statements of PT Semen Baturaja Tbk. The sample used by the author in this study is the triwulan financial statements of PT Semen Baturaja Tbk for 2013 - 2022. So the total sample used in this study was 40 research samples originating from 4 quarters multiplied by 10 years. Data analysis was carried out with the help of the Statistical Package for the Social Science (SPSS) version 25. The results of this study indicate that, there is a significant influence of the Market Development Program partially on Operating Profit at Semen Baturaja Tbk, there is a significant influence Selling Price partially to operating profit at Semen Baturaja Tbk and there is a significant effect of partial inflation on operating profit at Semen Baturaja Tbk. There is a significant influence on the Market Development Program, Selling Prices and Inflation Rates simultaneously on Operating Profit at Semen Baturaja Tbk. The coefficient of determination is R Squa re equal to 0.525 or 52.5% of the Operating Profit variable can be explained or there is influence with the Market Development Program variables, Selling Prices and Inflation Rates while the remaining 47.5% is influenced by other factors not examined.*

**Keywords :** *Inflation Rate; Market Development Program; Operating Profit; Selling Price*

### PENDAHULUAN

Kehidupan suatu negara pada dasarnya dipengaruhi oleh faktor perekonomian. Perekonomian yang baik dari suatu negara salah satunya ditandai dengan berkembangnya banyak perusahaan-perusahaan dan industri-industri (Widianti, 2022). Perusahaan-perusahaan dan industri inilah yang nantinya akan memegang peranan yang strategis dalam menggerakkan usaha guna terciptanya landasan yang kokoh bagi tahapan pembangunan industri nasional (Jaelani & Febriansyah, 2020).

Meraih laba yang optimal merupakan dambaan setiap pengelola perusahaan. Tujuan tersebut dapat dicapai bilamana semua tahap dari kegiatan- kegiatan yang dilakukan harus direncanakan secara seksama oleh pengelola perusahaan yang bertanggungjawab langsung atas seluruh kegiatan atau aktivitas perusahaan (Sulaksono, 2015). Untuk

menghadapi segala macam masalah yang timbul dalam perusahaan, maka diperlukan suatu cara pengelolaan manajemen dan pemasaran yang baik. Disamping itu diperlukan juga suatu koordinasi di antara fungsi-fungsi lainnya dalam perusahaan.

Dalam pengelolaan keuangan di samping masalah pembelanjaan dan personalia merupakan masalah sentral perusahaan dalam upaya mencapai tujuan perusahaan. Fungsi pengelolaan keuangan tidak dapat dipisahkan dengan fungsi-fungsi lainnya. Kegagalan dalam pengelolaan keuangan akan mempengaruhi efektifitas perusahaan dan selanjutnya akan mempengaruhi pencapaian laba perusahaan.

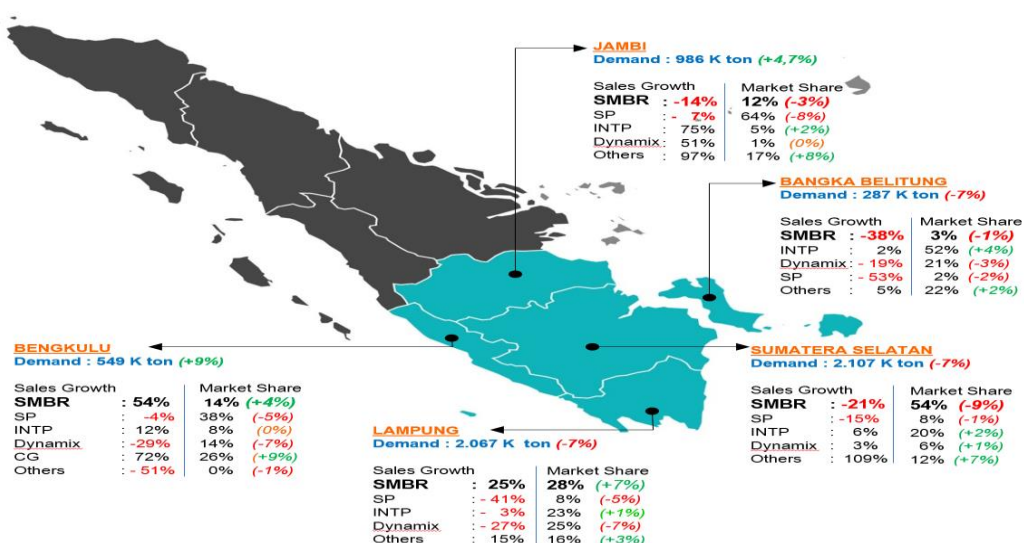
Selain pengelolaan keuangan, perusahaan juga harus efektif dalam melakukan kebijakan dalam pemasaran perusahaan (Anwar, 2019). Kegagalan dalam proses pemasaran juga akan menyebabkan kegagalan dalam mendapatkan laba perusahaan. Hal ini akan mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk meningkatkan produktifitas dalam perusahaan, jadi dapat dikatakan bahwa masalah pemasaran adalah merupakan masalah penting dalam perusahaan. Masalah pemasaran bukan saja menyangkut masalah untuk menghasilkan laba yang semaksimal mungkin tetapi perhatian juga terhadap pencapaian penjualan dalam memaksimalkan memperoleh margin laba bagi perusahaan. Namun biaya-biaya yang dikeluarkan yang berpengaruh terhadap penjualan dalam mencapai laba perusahaan harus menjadi fokus perhatian perusahaan.

PT Semen Baturaja (Persero) Tbk merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi dan penjualan semen. Untuk dapat menjadikan produk semennya agar dikenal oleh masyarakat luas maka PT Semen Baturaja (Persero) Tbk memerlukan berbagai strategi pemasaran yang baik dan tepat agar dapat bersaing secara sehat dengan perusahaan lain yang bergerak dalam bidang usaha yang sama.

Sebagai perusahaan produsen semen terbesar di Sumatera Bagian Selatan dengan merek Semen Baturaja, maka untuk mengatasi persaingan yang begitu ketat dengan perusahaan pesaing lainnya, maka manajemen perusahaan PT Semen Baturaja (Persero) Tbk pada tanggal 26 Maret 2015 melakukan penandatanganan kontrak design, equipment and machinery supply dengan Tianjin Cement Industry Design and Research Institute Co. Ltd (TCMRI) untuk pembangunan Pabrik Baturaja II yang berlokasi di Kabupaten Baturaja, Provinsi Sumatera Selatan. Pabrik baru ini berkapasitas 1,85 juta ton semen per tahun dengan menelan biaya sebesar Rp 3,4 triliun dan telah selesai dibangun dan mulai komersil pada bulan September 2017. Dengan tambahan kapasitas ini maka secara total kapasitas terpasang produksi semen PT. Semen Baturaja (Persero) Tbk menjadi 3,85 juta ton semen per tahun. Tambahan kapasitas ini menjadi jaminan stok semen di wilayah Sumatera Bagian Selatan sekaligus menjadi tugas berat perusahaan untuk merebut dan meningkatkan volume penjualan.

Upaya-upaya yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan semen maka dilakukan beberapa program penting yaitu adanya Program Pengembangan Pasar khususnya di daerah-daerah penetrasi yaitu daerah pinggiran pasar perusahaan, pengendalian Harga Jual dan menjaga produk semen yang baik dan berkualitas dan mudah diperoleh di pasaran, maka diharapkan perusahaan dapat menanamkan persepsi yang baik di mata konsumen. Selain itu semakin ketatnya persaingan yang terjadi dalam industri semen, yang ditandai dengan semakin banyak bermunculan merek semen pesaing seperti Semen Tiga Roda, Semen Padang, Semen Dynamix, Semen Conch, Semen Merah Putih dan merek semen lainnya.

Akibat dari ketatnya persaingan dalam penjualan semen selama ini maka mempengaruhi posisi market share Semen Baturaja. Hal ini dapat dilihat pada gambar 1 yaitu sebagai berikut

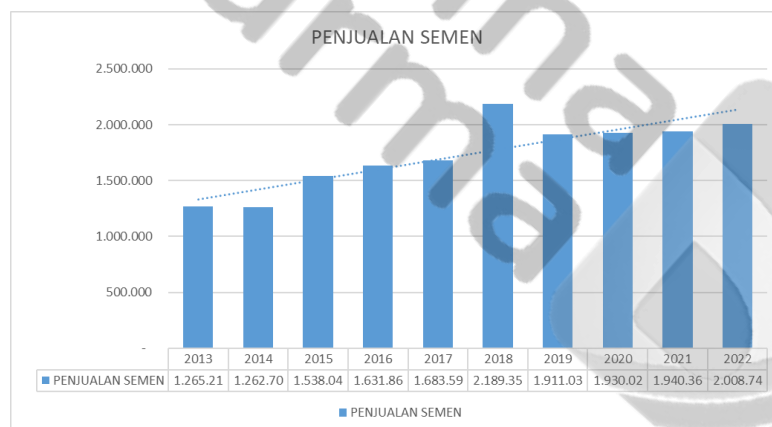


Gambar 1. Peta Market Share Semen Baturaja Terhadap Pesaing Tahun 2020

Berdasarkan gambar 1 Market Share PT Semen Baturaja (Persero) Tbk terhadap pesaing pada tahun 2020, perusahaan hanya menjadi leader market di Provinsi Sumatera Selatan dan Lampung, sedangkan di Provinsi Bengkulu, Jambi dan Bangka Belitung masih menjadi follower. Bahkan di Provinsi Bangka Belitung hanya memiliki market share sebesar 3%. Adanya penambahan kapasitas terpasang produksi semen dari pembangunan pabrik baru diharapkan perusahaan bisa menambah posisi leader market di wilayah lain.



Gambar 2. Pergerakan Market Share Produk Semen Baturaja Tahun 2017-2022



Gambar 3. Volume Penjualan & Produksi Semen Tahun 2013-2022

Berdasarkan gambar 2 Pergerakan market share selama tahun 2018 – 2021 dimana pergerakannya tidak sama di setiap wilayah pemasaran, di Provinsi Sumatera Selatan, Lampung. Bengkulu dan Jambi mengalami naik turun. Sedangkan market share di Provinsi Provinsi Bangka Belitung justru mengalami penurunan.

Berdasarkan gambar 3 Penjualan Produk Semen Baturaja selama 4 tahun terakhir, dimana mengalami penurunan dari tahun 2018 sampai tahun 2020 dan mulai Kembali meningkat pada tahun 2021. Salah satu penyebab penurunan penjualan karena banyaknya bermunculan merek semen yang diproduksi oleh perusahaan semen lainnya dengan harga yang lebih murah dan dengan selisih harga yang cukup jauh, seperti semen Merah Putih, semen Conch dan semen Dynamix sehingga hal ini mempengaruhi volume penjualan.

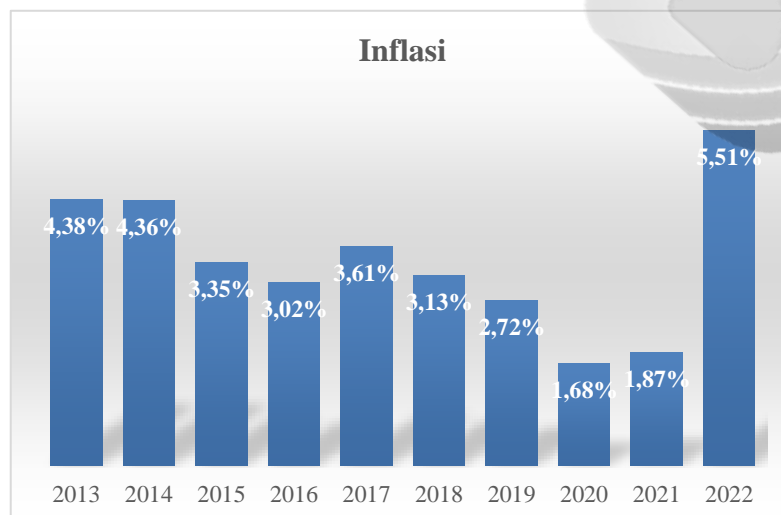
Fluktuatifnya market share dan penjualan ini berdampak pada Laba Usaha perusahaan, berikut gambaran Laba Usaha selama 4 tahun terakhir:

Gambar 4. Laba Usaha PT. Semen Baturaja Tahun 2013-2022



Dari gambar diatas terlihat bahwa pada tahun 2018 Laba Usaha PT Semen Baturaja (Persero) Tbk sebesar Rp247.502.029 mengalami penurunan di tahun 2019 menjadi sebesar Rp221.899.475.733, juga mengalami penurunan di tahun 2020 menjadi sebesar Rp213.307.072.730. Pada tahun 2021 kembali mengalami peningkatan menjadi sebesar Rp228.498.917.787, hal ini tidak terlepas karena perusahaan semen yang memiliki banyak pesaing dan pengaruh dari Covid 19. Untuk meraih market share dan meningkatkan volume penjualan PT Semen Baturaja (Persero) Tbk perlu memiliki strategi-strategi yang secara langsung berdampak pada konsumen akhir agar tetap diminati, salah satu strategi yang diterapkan adalah Program Pengembangan Pasar melalui pemberian bonus semen dan efektif dalam penentuan Harga Jual ditengah kondisi inflasi yang selalu meningkat setiap tahunnya.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi Laba Usaha adalah Tingkat Inflasi, Menurut Amin (2018:2), Tingkat Inflasi yang tinggi dapat menurunkan daya beli masyarakat dan juga berdampak pada Laba Usaha. Hal itu biasanya akan berdampak pada anggapan pesimis mengenai prospek perusahaan yang menghasilkan barang atau jasa yang terkena dampak inflasi sehingga dapat mempengaruhi Harga Jual. Data Tingkat Inflasi Indonesia pada tahun 2021 dapat dilihat pada gambar 5 dibawah ini.



**Gambar 5.** Tingkat Inflasi Indonesia Tahun 2013 – 2022

Adapun inflasi yang tinggi berpengaruh terhadap Laba Usaha. Pelaku usaha semakin terbebani dengan bunga pinjaman tersebut yang kemudian berdampak terhadap kenaikan biaya produksi dan juga Harga Jual produk semen.

Dari permasalahan-permasalahan diatas betapa pentingnya bagi perusahaan untuk selalu memperhatikan Program Pengembangan Pasar melalui produk semen, Harga Jual serta Tingkat Inflasi sehingga memberikan dampak pada Laba Usaha. Dari penjelasan diatas, maka untuk mengetahui pengaruh indikator-indikator diatas maka penulis

tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Program Pengembangan Pasar, Harga Jual dan Tingkat Inflasi Terhadap Laba Usaha Pada Perusahaan Semen (Study Kasus pada PT Semen Baturaja Tbk)”.

## METODE PENELITIAN

Rancangan penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Dengan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh laporan keuangan PT Semen Baturaja (Persero) Tbk.. Sampel dalam penelitian adalah total sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 40 sampel penelitian yang berasal dari 4 triwulan dikali dengan 10 tahun.. Teknik pengumpulan data melalui teknik survei kepustakaan, penelitian ini menggunakan metode *record-keeping* yaitu pengumpulan data berupa dokumen laporan yang dipublikasikan di website Bursa Efek Indonesia. Teknik analisis data yang digunakan yakni uji asumsi klasik yang dilakukan adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas. Uji Regresi Linier Berganda dengan persamaan

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

- X1 : Variabel Program Pengembangan Pasar  
 X2 : Variabel Harga Jual  
 X3 : Variabel Tingkat Inflasi  
 Y : Variabel Laba Usaha  
 b1 : Besarnya pengaruh Program Pengembangan Pasar  
 b2 : Besarnya pengaruh Harga Jual  
 b3 : Besarnya pengaruh Tingkat Inflasi  
 e : Residual  
 a : Konstanta

Berdasarkan hipotesis penelitian yang telah diidentifikasi sebelumnya, pengujian dilakukan dengan menggunakan analisis uji-t dan uji F.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### 1. Uji Deskriptif

Penelitian ini ada tiga variabel bebas yaitu variabel Program Pengembangan Pasar (X1), Harga Jual (X2), Dan Tingkat Inflasi (X3) sedangkan untuk variabel terikat atau tak bebas yaitu Laba Usaha (Y). Secara terperinci deskripsi variabel-variabel tersebut berturut-turut dari nilai skor terendah, nilai skor tertinggi, nilai rata-rata, simpangan baku, median dan modus pada tabel dibawah ini :

**Table 1. Hasil Uji Deskriptif**

	Labu Usaha	Program Pengembangan Pasar	Harga Jual	Tingkat Inflasi
N Valid	40	40	40	40
Missing	0	0	0	0
Mean	25,0000	24,6720	24,9995	4,0815
Median	25,6800	25,0050	25,0300	3,4900
Mode	1,25 <sup>a</sup>	25,04 <sup>a</sup>	25,04 <sup>a</sup>	1,59 <sup>a</sup>
Std. Deviation	11,66529	1,09631	,36696	2,02720
Variance	136,079	1,202	,135	4,110
Range	59,70	6,23	2,14	7,47
Minimum	1,25	20,99	24,32	1,32
Maximum	60,95	27,22	26,46	8,79

Sum	1000,00	986,88	999,98	163,26
-----	---------	--------	--------	--------

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Sesuai data pada tabel 1 diatas, seluruh data lengkap, tidak ada yang cacat, ditandai tidak adanya data missing. Variabel Laba Usaha dengan 40 sampel penelitian memiliki nilai rata-rata 25,00, median 25,68, mode 1,25 standar deviasi 11,66, nilai minimum 1,25, nilai maksimum 60,95 dan total 1000. Data tersebut menunjukkan bahwa rata-rata (mean) dan modus dengan median yang tidak jauh berbeda. Hal ini menggambarkan distribusi frekuensi variabel Laba Usaha sebaran datanya cenderung berdistribusi normal.

Sesuai data pada tabel 1 diatas, seluruh data lengkap, tidak ada yang cacat, ditandai tidak adanya data missing. Variabel Program Pengembangan Pasar dengan 40 sampel penelitian memiliki nilai rata-rata 24,67, median 25,00, mode 25,04, standar deviasi 1,09, nilai minimum 20,99, nilai maksimum 27,22 dan total 986,88. Data tersebut menunjukkan bahwa rata-rata (mean) dan modus dengan median yang tidak jauh berbeda. Hal ini menggambarkan distribusi frekuensi variabel Program Pengembangan Pasar sebaran datanya cenderung berdistribusi normal.

Sesuai data pada tabel 1 diatas, seluruh data lengkap, tidak ada yang cacat, ditandai tidak adanya data missing. Variabel Harga Jual dengan 40 sampel penelitian memiliki nilai rata-rata 24,99, median 25,04, mode 0,56, standar deviasi 0,36, nilai minimum 24,32, nilai maksimum 26,46 dan total 999,98. Data tersebut menunjukkan bahwa rata-rata (mean) dan modus dengan median yang tidak jauh berbeda. Hal ini menggambarkan distribusi frekuensi variabel Harga Jual sebaran datanya cenderung berdistribusi normal.

Sesuai data pada tabel 1 diatas, seluruh data lengkap, tidak ada yang cacat, ditandai tidak adanya data missing. Variabel Tingkat Inflasi dengan 40 sampel penelitian memiliki nilai rata-rata 14,08, median 3,49, mode 1,59, standar deviasi 2,02, nilai minimum 1,32, nilai maksimum 8,79 dan total 163,26. Data tersebut menunjukkan bahwa rata-rata (mean) dan modus dengan median yang tidak jauh berbeda. Hal ini menggambarkan distribusi frekuensi variabel Tingkat Inflasi sebaran datanya cenderung berdistribusi normal.

## 2. Uji Persyaratan Analisis Data

### a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas untuk sampel uji persyaratan disini menggunakan Uji Kolmogorov Smirnov dengan bantuan SPSS Versi 25. Kolmogorov Smirnov Z merupakan angka Z yang dihasilkan dari teknik Kolmogorov Smirnov untuk menguji kesesuaian distribusi data kita dengan suatu distribusi tertentu, dalam hal ini distribusi normal.

**Table 2. Hasi Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	9,85724479
Most Extreme Differences	Absolute	,079
	Positive	,079
	Negative	-,044
Test Statistic		,079
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan tabel output SPSS tersebut, diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas kolmogorov-smirnov di atas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

**b. Uji Homogenitas**

Pengujian homogenitas untuk sampel uji persyaratan disini menggunakan Uji Chi Square dengan bantuan Program SPSS. Chi Square untuk menguji perbedaan distribusi data dalam hal ini ke homogenitas. Interpretasi homogenitas : Uji Chi Square

- 1) Asymp Sig. >0,05 :Tidak Ada Beda (Homogen)
- 2) Asymp Sig. <0,005 :Ada Beda (Tidak Homogen)

**Table 3. Hasil Uji Homogenitas**

Test Statistics				
	Laba Usaha	Program Pengembangan Pasar	Harga Jual	Tingkat Inflasi
Chi-Square	,000 <sup>a</sup>	7,850 <sup>b</sup>	8,050 <sup>c</sup>	1,800 <sup>d</sup>
df	39	32	30	37
Asymp. Sig.	,682	,739	,336	,524

Dari nilai Asymp Sig Chi Square masing-masing variabel Laba Usaha sebesar 0,682, Program Pengembangan Pasar sebesar 0,739, Harga Jual sebesar 0,336 dan Tingkat Inflasi sebesar 0,524. Kesemua nilai Asymp Sig Chi Square masing-masing variabel lebih besar dari  $\alpha$  sebesar 5% maka dapat disimpulkan bahwa data populasi memiliki varians homogen.

**3. Uji Linearitas**

**a. Uji Linearitas antara Variabel Program Pengembangan Pasar (X1) dengan Laba Usaha (Y)**

**Table 4. Hasil Uji Linearitas antara Variabel Program Pengembangan Pasar (X1) dengan Laba Usaha (Y)**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Laba Usaha * Program Pengembangan Pasar	Between Groups (Combined)	4295,156	32	134,224	,928	,599
	Linearity	384,255	1	384,255	2,658	,147
	Deviation from Linearity	3910,901	31	126,158	,873	,639
	Within Groups	1011,922	7	144,560		
	Total	5307,077	39			

Uji linearitas variabel bebas dengan variabel terikat dilakukan menggunakan One Way Anova program SPSS dengan taraf signifikan 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Berdasarkan perhitungan uji linearitas dengan Anova didapatkan nilai sig pada baris Deviation sebesar 0,639 nilai yang diperoleh  $> \alpha$  5% maka H0 diterima berarti variabel Program Pengembangan Pasar (X1) dengan Laba Usaha (Y) mempunyai hubungan yang linear.

**b. Uji Linearitas antara Variabel Harga Jual (X2) dengan Laba Usaha (Y)**

**Tabel 5. Hasil Uji Linear Variabel Harga Jual (X2) dengan Laba Usaha (Y)**

ANOVA Table



	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Laba Usaha * Harga Jual Between Groups (Combined)	3236,511	30	107,884	,469	,942
Linearity	489,039	1	489,039	2,126	,179
Deviation from Linearity	2747,472	29	94,740	,412	,966
Within Groups	2070,566	9	230,063		
Total	5307,077	39			

Uji linearitas variabel bebas dengan variabel terikat dilakukan menggunakan One Way Anova program SPSS dengan taraf signifikan 5% ( $\alpha=0,05$ ). Berdasarkan perhitungan uji linearitas dengan Anova didapatkan nilai sig pada baris Deviation sebesar 0,966 nilai yang diperoleh  $> \alpha$  5% maka H0 diterima berarti variabel Harga Jual (X2) dengan Laba Usaha (Y) mempunyai hubungan yang linear.

**c. Uji Linearitas antara Variabel Tingkat Inflasi(X3) dengan Laba Usaha (Y)**

**Tabel 6. Hasil Uji Linear Variabel Tingkat Inflasi (X<sub>3</sub>) dengan Laba Usaha (Y)**

**ANOVA Table**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Laba Usaha * Tingkat Inflasi Between Groups (Combined)	5075,619	37	137,179	1,185	,562
Linearity	833,778	1	833,778	7,205	,115
Deviation from Linearity	4241,841	36	117,829	1,018	,616
Within Groups	231,458	2	115,729		
Total	5307,077	39			

Uji linearitas variabel bebas dengan variabel terikat dilakukan menggunakan One Way Anova program SPSS dengan taraf signifikan 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Berdasarkan perhitungan uji linearitas dengan Anova didapatkan nilai sig pada baris Deviation sebesar 0,616 nilai yang diperoleh  $> \alpha$  5% maka H0 diterima berarti variabel Tingkat Inflasi (X3) dengan Laba Usaha (Y) mempunyai hubungan yang linear.

**4. Uji Asusmsi Klasik**

**a. Uji Multikolinearitas**

**Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

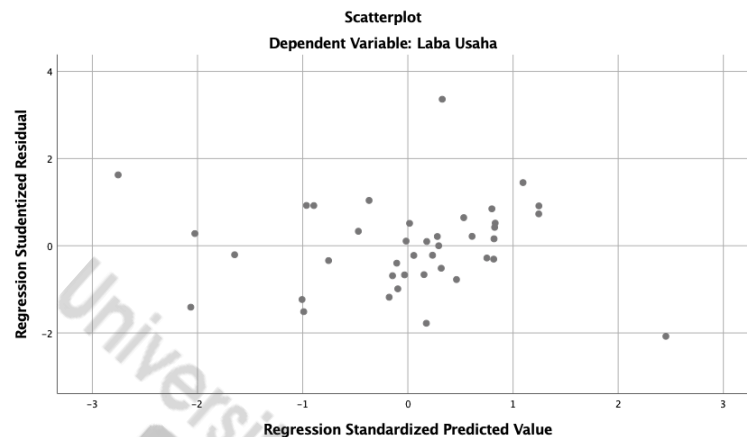
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 Program Pengembangan Pasar	,936	1,068
Harga Jual	,956	1,046
Tingkat Inflasi	,968	1,033

a. Dependent Variable: Laba Usaha

Pada tabel di atas, diketahui bahwa nilai VIF dari masing-masing variabel independen lebih kecil dari pada 5, yaitu nilai VIF Variabel Program Pengembangan Pasar sebesar 1.068, nilai VIF Variabel Harga Jual

sebesar 1.046 dan nilai VIF Variabel Tingkat Inflasi sebesar 1.033. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa di antara variabel independen tersebut tidak ada korelasi atau tidak terjadi Multikolinearitas pada model regresi linier.

**b. Uji Heterokedastisitas**



**Gambar 6. Hasil Uji Heterokedastisitas**

Berdasarkan output Scatterplots di atas diketahui bahwa :

- 1) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
- 2) Titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- 3) Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- 4) Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

Dengan demikian dapat kita disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, hingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

**c. Uji Autokorelasi**

**Table 8. Hasil Uji Autokorelasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,535 <sup>a</sup>	,286	,226	10,25975	1,972

a. Predictors: (Constant), Tingkat Inflasi, Harga Jual, Program Pengembangan Pasar

b. Dependent Variable: Laba Usaha

Berdasarkan tabel diatas nilai Durbin Watson mendekati nilai 2 (dua) yaitu 1,972 maka dapat dikatakan tidak adanya autokorelasi.

**5. Uji Hipotesis**

**a. Uji Regresi Linear Berganda**

**Table 9. Hasil Uji Regresi**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	,705	113,317		2,742	,009

Program Pengembangan Pasar	,617	3,549	,252	2,044	,003
Harga Jual	,466	4,578	,298	2,068	,046
Tingkat Inflasi	,246	,824	-,390	2,726	,010

a. Dependent Variable: Laba Usaha

Dari tabel diatas ditemukan persamaan regresi yaitu:

$$\hat{Y} = 0,705 + 0,617X_1 + 0,466X_2 + 0,246X_3 + e$$

$\alpha$  = 0,705 artinya konstanta sebesar 0,705 menyatakan bahwa jika tidak ada peningkatan Program Pengembangan Pasar (X1), Harga Jual (X2), Tingkat Inflasi (X3) atau variable X1, X2 dan X3 adalah tetap maka Laba Usaha tetap sebesar 0,705 unit skor.

$b_1$  = 0,617 artinya koefisien regresi (b1) bahwa variabel Program Pengembangan Pasar (X1) 0,617 atau sama dengan 61,7%. Artinya kecenderungan proyeksi perubahan antara variabel Program Pengembangan Pasar (X1) dengan variabel Laba Usaha (Y) menunjukkan bahwa setiap perubahan atau peningkatan variabel Program Pengembangan Pasar sebesar 100% maka mengakibatkan perubahan atau peningkatan pula pada variabel Laba Usaha sebesar 61,7%.

$b_2$  = 0,466 artinya koefisien regresi (b2) bahwa variabel Harga Jual (X2) 0,466 atau sama dengan 46,6%. Artinya kecenderungan proyeksi perubahan antara variabel Harga Jual(X2) dengan variabel Laba Usaha (Y) menunjukkan bahwa setiap perubahan atau peningkatan variabel Harga Jual sebesar 100% maka mengakibatkan perubahan atau peningkatan pula pada variabel Laba Usaha sebesar 46,6%.

$b_3$  = 0,246 artinya koefisien regresi (b3) bahwa variabel Tingkat Inflasi (X3) 0,246 atau sama dengan 24,6%. Artinya kecenderungan proyeksi perubahan antara variabel Tingkat Inflasi (X3) dengan variabel Laba Usaha (Y) menunjukkan bahwa setiap perubahan atau peningkatan variabel Tingkat Inflasi sebesar 100% maka mengakibatkan perubahan atau peningkatan pula pada variabel Laba Usaha sebesar 24,6%.

## b. Uji F

**Table 10. Hasil Uji F**

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1517,631	3	505,877	4,806	,006 <sup>b</sup>
Residual	3789,446	36	105,262		
Total	5307,077	39			

a. Dependent Variable: Laba Usaha

b. Predictors: (Constant), Tingkat Inflasi, Harga Jual, Program Pengembangan Pasar

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa F hitung variabel Program Pengembangan Pasar, Harga Jual Dan Tingkat Inflasi secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Laba Usaha dengan nilai sig F sebesar  $0,006 < \alpha (0,05)$  artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat Pengaruh Program Pengembangan Pasar, Harga Jual dan Tingkat Inflasi secara bersama-sama terhadap Laba Usaha Perusahaan Semen (Study Kasus pada PT Semen Baturaja Tbk).

## c. Uji t

**Table 11. Hasil Uji t**

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,705	113,317		2,742	,009
	Program Pengembangan Pasar	,617	3,549	,252	2,044	,003
	Harga Jual	,466	4,578	,298	2,068	,046
	Tingkat Inflasi	,246	,824	-,390	2,726	,010

a. Dependent Variable: Laba Usaha

1) Pengaruh Program Pengembangan Pasar terhadap Laba Usaha

Terlihat bahwa t hitung variabel Program Pengembangan Pasar mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Laba Usaha yang ditunjukkan nilai sig t sebesar  $0,003 < \alpha (0,05)$  artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Program Pengembangan Pasar terhadap Laba Usaha Pada Perusahaan Semen (Study Kasus pada PT Semen Baturaja Tbk)

2) Pengaruh Harga Jual terhadap Laba Usaha

Terlihat bahwa t hitung variabel Harga Jual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Laba Usaha yang ditunjukkan nilai sig t sebesar  $0,046 < \alpha (0,05)$  artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Harga Jual terhadap Laba Usaha Perusahaan Semen (Study Kasus pada PT Semen Baturaja Tbk).

3) Pengaruh Tingkat Inflasi terhadap Laba Usaha

Terlihat bahwa t hitung variabel Tingkat Inflasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Laba Usaha yang ditunjukkan nilai sig t sebesar  $0,010 < \alpha (0,05)$  artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Tingkat Inflasi terhadap Laba Usaha Perusahaan Semen (Study Kasus pada PT Semen Baturaja Tbk) .

4) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Berdasarkan tabel Model Summary di atas menunjukkan besarnya nilai koefisien determinasinya  $R$  Square sebesar 0,525 atau 52,5% variabel Laba Usaha dapat dijelaskan atau terdapat pengaruh dengan variabel Program Pengembangan Pasar, Harga Jual, Dan Tingkat Inflasi sedangkan sisanya sebesar 47,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

## Pembahasan

### 1. Pengaruh program pengembangan pasar terhadap laba usaha

Berdasarkan pengujian secara parsial (uji t) yaitu diperoleh suatu hasil bahwa hipotesis pertama menyatakan bahwa terdapat pengaruh variabel Program Pengembangan Pasar secara parsial terhadap Laba Usaha pada Perusahaan Semen (Study Kasus pada PT Semen Baturaja Persero Tbk), dengan signifikansi nilai  $0,003 < 0,05$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa Program Pengembangan Pasar secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Laba Usaha.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Halim (2020) yang menyatakan bahwa Pengembangan pasar merupakan sebuah usaha yang dilakukan dalam meningkatkan penjualan dari hasil produk yang dihasilkan. Dengan ini, perusahaan mencari segmen pasar baru untuk produk tersebut. Kegiatan ini merupakan salah satu alternatif untuk meningkatkan perusahaan. Kuantitas penjualan dapat ditingkatkan ketika wilayah pemasaran diperluas dengan pasar yang baru. Pengembangan pasar Perusahaan Semen PT Semen Baturaja (Persero) Tbk tidak melibatkan produk lainnya dikarenakan perusahaan hanya menjual produk semen ke segmen yang baru. Strategi pengembangan pasar Perusahaan Semen PT Semen Baturaja (Persero) Tbk bertargetkan pelanggan dari luar segmen. Hal ini dikarenakan Perusahaan Semen PT Semen Baturaja (Persero) Tbk memanfaatkan nama merek yang sudah diciptakan. Pasar baru tidak memungkiri hanya di satu wilayah saja atau pulau namun kemungkinan adalah segmen pasar luar daerah

Strategi Pengembangan Pasar Perusahaan Semen PT Semen Baturaja (Persero) Tbk memperkenalkan produk yang ada saat ini pada pasar baru. Strategi pengembangan pasar ke pasar baru ini dijalankan dengan cara memperluas area wilayah yang baru, menambah segmen yang baru, merubah dari bukan pemakai menjadi pemakai dan menarik pelanggan dari pesaing

Penelitian terdahulu oleh Subhan & Suryansyah (2019) dengan hasil penelitiannya bahwa Program Pengembangan Pasar berpengaruh signifikan terhadap Laba Usaha. Dimana Strategi pemasaran sangat berpengaruh untuk meningkatkan jumlah penjualan minyak solar nonsubsidi, namun terdapat kelemahan yang menjadi penurunan laba perusahaan yaitu adalah piutang.

## 2. Pengaruh harga jual terhadap laba usaha

Berdasarkan pengujian secara parsial (uji t) yaitu diperoleh suatu hasil bahwa hipotesis kedua menyatakan bahwa terdapat pengaruh variabel Harga Jual secara parsial terhadap Laba Usaha pada Perusahaan Semen (Study Kasus pada PT Semen Baturaja Persero Tbk), hal ini ditunjukkan dengan signifikansi  $0,046 < 0,05$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa Harga Jual secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Laba Usaha.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat menurut Agusta (2019) menyatakan bahwa perubahan Harga Jual pada umumnya akan mempengaruhi volume penjualan dan laba perusahaan, kenaikan pada laba perusahaan akan diikuti dengan oleh kenaikan Harga Jual dan penurunan laba perusahaan akan diikuti oleh menurunnya Harga Jual.

PT Semen Baturaja Tbk (SMBR) mencatat angka penjualan semen sebesar 693.193 ton atau tumbuh sebesar 4% dibanding tahun lalu 666.184 ton. Ditengah kondisi oversupply dan penurunan Harga Jual semen di pasar, perseroan mampu mempertahankan Laba Usaha sebesar Rp 130,81 miliar dibanding tahun lalu sebesar Rp 130,51 miliar dan EBITDA sebesar Rp 176,81 miliar dibanding tahun lalu sebesar Rp 176,73 miliar. Sementara laba bersih tercatat Rp 102,907 di semester I-2020

Pertumbuhan volume penjualan tersebut mendorong peningkatan pendapatan dan laba bersih Semen Baturaja yang juga tumbuh positif. Tercatat Semen Baturaja membukukan kenaikan pendapatan sebesar 8 persen (yoy) menjadi Rp 825,5 miliar hingga Juni 2022. "Bahkan laba bersih Semen Baturaja naik signifikan hingga 495 persen atau sebesar Rp15,78 miliar dibandingkan tahun lalu," kata Daconi. Pada semester I/2022, posisi keuangan Semen Baturaja pun cukup baik, terlihat dari total aset, kewajiban (liabilitas) dan ekuitas yang terjaga serta saldo kas dan setara kas akhir (*nett cash*) yang meningkat dibandingkan tahun sebelumnya.

Penelitian terdahulu oleh Mailangkay (2021) dengan hasil penelitiannya bahwa Harga Jual berpengaruh signifikan terhadap Laba Usaha, dimana laba bersih yang didapat perusahaan bisa bertambah dengan menaikkan Harga Jual.

## 3. Pengaruh tingkat inflasi terhadap laba usaha

Berdasarkan pengujian secara parsial (uji t) yaitu diperoleh suatu hasil bahwa hipotesis ketiga menyatakan bahwa terdapat pengaruh variabel Tingkat Inflasi secara parsial terhadap Laba Usaha pada Perusahaan Semen (Study Kasus pada PT Semen Baturaja Persero Tbk), hal ini ditunjukkan dengan signifikansi  $0,010 < 0,05$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa Tingkat Inflasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Laba Usaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat sesuai dengan pendapat Mankiw (2020) yang menyatakan bahwa Kenaikan yang dimaksudkan merupakan kenaikan secara meluas (berbagai sektor). Inflasi juga merupakan suatu keadaan yang timbul karena tidak adanya keseimbangan antara permintaan akan barang-barang dengan persediaannya.

Tingkat Inflasi merupakan perubahan harga yang terjadi secara terus menerus. Tingkat Inflasi disebabkan oleh beberapa hal seperti jumlah permintaan yang tinggi, jumlah penawaran yang rendah, jumlah uang yang beredar, perkiraan harga masa depan, dan akibat perang. Menurut Dewi et al., (2022), tingkat Inflasi dapat mempengaruhi Laba Usaha PT Semen Baturaja sebab mampu melemahkan daya beli konsumen, sehingga tingkat penjualan menjadi lebih rendah pada saat inflasi berada di titik yang sangat rendah, yaitu 1,68%. Indikator tersebut mengisyaratkan adanya penurunan daya beli masyarakat, sehingga menurunkan tingkat permintaan Semen Baturaja. Hal itu tercermin dari data pertumbuhan pengeluaran konsumsi rumah tangga pada tahun 2020 yang minus 2,63%, Tekanan terhadap konsumsi rumah tangga tersebut ikut berpengaruh terhadap permintaan semen, yang menjadi salah satu leading indicator penting dalam melihat perkembangan konsumsi masyarakat.

Penelitian terdahulu oleh Dewi & Sudarsono (2021) menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh antara Tingkat Inflasi dalam periode penelitian terhadap pertumbuhan laba perbankan. Pada keadaan Tingkat Inflasi yang tinggi, minat publik untuk menyimpan uangnya di bank mulai meningkat karena Bank Indonesia umumnya akan menaikkan tingkat suku bunga sehingga kondisi uang beredar akan menurun. Dengan meningkatnya simpanan publik di bank tersebut, maka bank akan mendapatkan laba dari selisih bunga simpanan dengan bunga kredit yang juga meningkat.

## 4. Pengaruh program pengembangan pasar, harga jual, dan tingkat inflasi terhadap laba usaha

Berdasarkan pengujian secara simultan (uji f) yaitu diperoleh suatu hasil bahwa hipotesis keempat menyatakan bahwa Program Pengembangan Pasar, Tingkat Inflasi dan perputaran piutang secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Laba Usaha Perusahaan Semen (Study Kasus pada PT Semen Baturaja Persero Tbk).

Hal ini dapat dilihat dari signifikansi yang dihasilkan lebih kecil dari nilai alpha, sehingga hipotesis alternatif diterima. Hasil uji F Pada taraf signifikansi 5% (0,05), maka sig. sebesar dengan nilai  $0,006 < 0,05$ , sehingga dapat

disimpulkan bahwa terdapat Program Pengembangan Pasar, Tingkat Inflasi dan Harga Jual terhadap Laba Usaha pada Perusahaan Semen (Study Kasus pada PT Semen Baturaja Persero Tbk).

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan pendapat (Devina, 2020) yang menyatakan bahwa inflasi adalah proses kecenderungan kenaikan harga-harga umum barang-barang dan jasa secara terus menerus. kenaikan harga-harga ini tidak berarti harus naik dengan presentase sama, yang terpenting terdapat kenaikan harga-harga umum barang secara terus menerus dalam periode tertentu. Jika kenaikan harga yang terjadi hanya sekali saja dan bersifat sementara atau secara temporer (sekali pun dalam nilai yang besar) tetapi, tidak berdampak meluas bukanlah merupakan inflasi.

Untuk meningkatkan penjualan, PT Semen Baturaja juga melakukan Program Pengembangan Pasar dengan ekspansi pasar di luar Sumatera bagian selatan (Sumbagsel). Pengiriman perdana semen ke Kota Pontianak, Kalimantan Barat sebanyak 2.250 ton hingga Juli 2020 menjadi *entry point* Perseroan untuk memasuki pasar Kalimantan. PT Semen Baturaja juga tengah bersiap memasuki pasar di Provinsi Riau

Kinerja positif PT Semen Baturaja yang memiliki wilayah operasi di Sumsel ini tak luput dari inisiatif strategis yang telah diterapkan manajemen perusahaan, mulai dari inisiatif *Cost Leadership through SMBRGO45 Program, Strengthen Market Positioning dan Competency Improvement of Employee*. Pada inisiatif *Cost Leadership*, SMBR melakukan berbagai upaya efisiensi biaya di berbagai bidang. Manajemen juga memperkuat market positioning diantaranya melalui penataan kanal penjualan dan perluasan wilayah penjualan melalui platform digital sehingga volume penjualan mampu tumbuh di tengah penurunan permintaan. Inisiatif *Competency Improvement of Employee berfokus pada upaya untuk* menciptakan SDM yang unggul dan profesional dengan mengembangkan sistem manajemen talenta. Berkat capaian kinerja yang positif sepanjang semester I/2022 dan didukung sejumlah inisiatif strategis yang telah dijalankan, Semen Baturaja pun semakin optimis mampu mencapai target hingga akhir tahun 2022 nanti. Selanjutnya, Semen Baturaja akan terus mendorong perbaikan pola operasional agar semakin sejalan dengan prinsip-prinsip keberlanjutan terutama dalam menghadapi tantangan di industri semen di masa datang.

Penelitian terdahulu oleh Saragih & Purba (2019) menyatakan Harga Jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba. Penelitian yang dilakukan oleh Subhan & Suryansyah (2019) menyatakan bahwa Strategi Pemasaran yang baik akan meningkatkan Laba Usaha dengan menerapkan Program Pengembangan Pasar. Penelitian yang dilakukan oleh Wulandari et al. (2022) menunjukkan bahwa inflasi berpengaruh signifikan positif terhadap laba perusahaan

## SIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dipaparkan pada Bab IV maka ditarik kesimpulan yaitu terdapat pengaruh yang signifikan Program Pengembangan Pasar secara parsial terhadap Laba Usaha Pada Perusahaan Semen. Terdapat pengaruh yang signifikan Harga Jual secara parsial terhadap Laba Usaha. Terdapat pengaruh yang signifikan Tingkat Inflasi secara parsial terhadap Laba Usaha. Terdapat pengaruh yang signifikan Program Pengembangan Pasar, Harga Jual, Dan Tingkat Inflasi secara simultan terhadap Laba Usaha.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, T. (2019). *Pengaruh Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Dan Implikasinya Terhadap Laba Bersih (Survei Pada Perusahaan Industri Sektor Pertambangan Sub Sektor Batubara yang Terdaftar di BEI Periode 2014-2018)* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Anwar, M. (2019). *Dasar-dasar manajemen keuangan perusahaan*. Prenada Media.
- Dewi, F. K., & Sudarsono, H. (2021). Analisis profitabilitas bank syariah di Indonesia: Pendekatan autoregressive distributed lag (ARDL). *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 5(01), 59-74.
- Dewi, T. K. K., Titisari, K. H., & Siddi, P. (2022). Pengaruh leverage, profitabilitas, ukuran perusahaan dan tingkat inflasi terhadap pertumbuhan laba. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 6(2), 1249-1259.
- Halim, A. (2020). Pengaruh pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten mamuju. *GROWTH jurnal ilmiah ekonomi pembangunan*, 1(2), 157-172.
- Jaelani, J., & Febriansyah, Y. (2020). Analisis Aplikasi Pengakuan Pendapatan Murabaha Dan Mudaraba Dengan Kualitas Laporan Keuangan Islam. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(5), 107-112.
- Mailangkay, D. (2021). Pengaruh Harga Jual, Biaya Endorsement, Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Usaha (Studi Kasus UMKM Kecamatan Kota Selatan). *Skripsi*, 1(921416153).
- Mankiw, N. G. (2020). *Principles of economics*. Cengage Learning.
- Saragih, T. M., & Purba, D. S. (2019). Pengaruh Pelatihan Dan Pendidikan Dalam Meningkatkan Prestasi Kerja Pegawai Kantor Satpol Pp Kabupaten Simalungun. *Jurnal Ilmiah AccUsi*, 1(1), 36-46.
- Subhan, S., & Suryansyah, A. (2019). Analisis Minat Mahasiswa Dalam Berinvestasi Saham Pada Galeri Bursa Efek Indonesia Fakultas Ekonomi Universitas Madura. *Aktiva: Jurnal Akuntansi dan Investasi*, 4(1), 20-34.
- Sulaksono, H. (2015). *Budaya organisasi dan kinerja*. Deepublish.

- Widianti, F. D. (2022). Dampak Globalisasi Di Negara Indonesia. *JISP (Jurnal Inovasi Sektor Publik)*, 2(1), 73-95.
- Wulandari, L., Lasiyono, U., & kurnia Firdausia, Y. (2022). Analisis Pengaruh Tingkat Inflasi, Nilai Tukar Rupiah, Dan Modal Kerja Terhadap Laba. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 3(2), 329-339.

