

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Makanan dan Minuman *Market Leader* yang terdaftar di BEI 2021-2025

Salma Marwah Dina Aspar^{1*}, Lutvia Nurrohmah², Haninatul Mardiyah³, Muhammad Hafidl Mulkan Paleba⁴, Suraya Murcitaningrum⁵, Liana Dewi susanti⁶

¹⁻⁶ Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung, Indonesia

Corresponding Author's e-mail: salmamarwah2007@gmail.com

ARMADA
JURNAL PENELITIAN MULTIDISIPLIN

e-ISSN: 2964-2981

ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin

<https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/armada>

Vol. 04, No. 05 Mei, 2026

Page: 448-454

DOI:

<https://doi.org/10.55681/armada.v4i5.2030>

Article History:

Received: Maret 09, 2026

Revised: April 17, 2026

Accepted: Mei 12, 2026

Abstract . This research is based on the importance of the food and beverage sector as one of the pillars of the Indonesian economy, as well as the phenomenon of mismatch between sales growth and corporate profitability. The purpose of this study is to analyze the effect of sales growth on profitability in market-leading food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2021 to 2025. The methodology applied is a quantitative approach utilizing secondary data in the form of company financial reports. The sample selection process was carried out using purposive sampling, with a total of six companies as the sample used. Data analysis was conducted using the panel data regression method using the Fixed Effect Model (FEM) approach. The findings of this study indicate that sales growth has a negative significant impact on profitability, with a recorded probability value of 0.0059.

Keywords . Sales Growth, Profitability, Panel Data Regression

Abstrak: Penelitian ini dilandasi oleh pentingnya sektor makanan dan minuman sebagai salah satu pilar ekonomi Indonesia, serta adanya fenomena ketidakcocokan antara pertumbuhan penjualan dan tingkat keuntungan perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas di perusahaan-perusahaan makanan dan minuman market leader yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2021 hingga 2025. Metodologi yang diterapkan adalah kuantitatif dengan memanfaatkan data sekunder berupa laporan keuangan dari perusahaan. Proses pemilihan sampel dilakukan dengan purposive sampling, dengan total enam perusahaan sebagai sampel yang digunakan. Analisis data dilakukan dengan metode regresi data panel menggunakan pendekatan Fixed Effect Model (FEM). Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas, dengan nilai probabilitas yang tercatat sebesar 0.0059.

Kata Kunci . Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Regresi Data Panel

PENDAHULUAN

Sektor makanan dan minuman menjadi tulang punggung utama dalam industri manufaktur yang memainkan peran penting dalam perkembangan ekonomi nasional di Indonesia. Sebagai sektor yang memiliki ketahanan, industri ini tetap menunjukkan kemajuan yang positif meskipun menghadapi tantangan dari ketidakpastian ekonomi global. Antara tahun 2021-2025, bersamaan dengan pemulihan daya beli masyarakat setelah pandemi, persaingan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam subsektor ini semakin ketat, mendorong perusahaan untuk terus meningkatkan jumlah penjualan demi menjaga pangsa pasarnya. Tujuan inti dari setiap perusahaan yang go public adalah untuk meningkatkan nilai pasar perusahaan melalui pencapaian tingkat profitabilitas yang maksimal. Profitabilitas tidak sekadar dianggap sebagai jumlah laba, tetapi juga sebagai ukuran efisiensi manajerial dalam mengelola semua sumber daya untuk menghasilkan keuntungan bagi para pemegang saham. Selama jangka waktu pengamatan 2021-2025, profitabilitas menjadi salah satu tantangan signifikan bagi emiten di Bursa Efek Indonesia karena adanya perubahan harga komoditas global dan biaya logistik yang berubah-ubah.

Pertumbuhan dalam penjualan merupakan faktor utama yang mendorong peningkatan keuntungan. Kenaikan penjualan menunjukkan keberhasilan dalam strategi pemasaran dan pengembangan distribusi produk. Dengan bertambahnya volume penjualan, diharapkan perusahaan dapat mencapai efisiensi skala yang bisa mengurangi biaya tetap per unit, sehingga secara otomatis akan memperbesar keuntungan bersih yang dihasilkan. Ini sejalan dengan Signalling Theory yang diungkapkan oleh Spence pada tahun 1973 (Erdi, 2024) di mana pertumbuhan penjualan dianggap sebagai sinyal positif yang disampaikan manajemen kepada para investor. Sinyal ini memberi isyarat bahwa produk yang ditawarkan perusahaan memiliki daya saing yang tinggi di pasar, yang pada gilirannya diharapkan dapat meningkatkan keyakinan investor terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau profitabilitas yang berkelanjutan.

Namun, dalam praktiknya, kenaikan penjualan yang signifikan tidak selalu berbanding lurus dengan peningkatan laba bersih. Fenomena ini terlihat jelas pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP). ICBP secara konsisten melaporkan pertumbuhan penjualan yang sangat masif selama periode 2021-2025. Namun, pada momen tertentu, pertumbuhan laba bersihnya tidak tumbuh secara proporsional atau bahkan mengalami tekanan akibat lonjakan beban pokok penjualan, kenaikan harga bahan baku gandum dunia, serta rugi selisih kurs dari utang mata uang asing (Sumber Bursa Efek Indonesia). Penelitian oleh Oktaviana & Widyaningsih, (2022) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Namun di sisi lain, temuan ini disanggah oleh hasil penelitian Farika & Dewi, (2023) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Perbedaan hasil ini menunjukkan bahwa dampak volume penjualan terhadap keuntungan masih menjadi topik perdebatan di kalangan akademisi yang belum sepenuhnya terpecahkan, sehingga perlu dilakukan pengujian ulang pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Hal ini menambah pentingnya untuk melakukan evaluasi terhadap pengaruh tersebut pada periode terkini, yaitu 2021-2025.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2025. Penelitian memanfaatkan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan dan laporan perusahaan yang telah diaudit melalui laman resmi Bursa Efek Indonesia serta laman resmi masing-masing perusahaan. Populasi penelitian terdiri atas seluruh perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Teknik penentuan sampel dilakukan menggunakan purposive sampling dengan beberapa kriteria, yaitu: (1) perusahaan terdaftar secara berturut-turut di BEI selama periode 2021–2025; (2) perusahaan termasuk kategori market leader berdasarkan nilai kapitalisasi pasar; serta (3) perusahaan memiliki laporan keuangan lengkap dan telah diaudit selama periode penelitian. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh enam perusahaan sebagai sampel penelitian,

yaitu PT Indofood CBF Sukses Makmur Tbk (ICBP), PT Mayora Indah Tbk (MYOR), PT Ultrajaya Milk Industry Tbk (ULTJ), PT Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI), PT Cisarua Mountain Dairy Tbk (CMRY), dan PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD).

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi data panel, yaitu teknik analisis yang mengombinasikan data lintas perusahaan (cross-section) dan data runtut waktu (time-series) sehingga mampu menghasilkan estimasi yang lebih komprehensif dan efisien. Pemilihan model regresi dilakukan melalui pengujian model terbaik yang meliputi Common Effect Model (CEM), Fixed Effect Model (FEM), dan Random Effect Model (REM). Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan untuk menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas perusahaan. Hipotesis nol (H_0) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, sedangkan hipotesis alternatif (H_a) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Pengujian statistik dilakukan pada tingkat signifikansi 5% untuk menentukan hubungan antarvariabel dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Descriptive Statistics

Statistik deskriptif merupakan jenis statistik yang diterapkan untuk menilai data dengan cara menjelaskan atau mengilustrasikan data yang telah dikumpulkan dalam bentuk aslinya tanpa berusaha menarik kesimpulan yang bersifat umum atau generalisasi (Sholikhah, 2016).

Tabel 1. Hasil Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X	30	-.04	1.20	.1540	.22967
Y	30	.05	.23	.1093	.04660
Valid N (listwise)	30				

Sumber. SPSS 27, Diolah (2026)

Pada 30 sampel data ($N=30$), variabel Pertumbuhan Penjualan (X) menunjukkan rata-rata (mean) sebesar 0.15. Nilai terendah tercatat sebesar -0.04 dan nilai tertinggi mencapai 1.20. Dengan standar deviasi 0.23. Variabel Profitabilitas (Y) menunjukkan rata-rata (mean) sebesar 0.11. Nilai terendah tercatat sebesar 0.05 dan nilai tertinggi mencapai 0.23. Standar deviasi 0.05.

Pemilihan Model Data Panel

Uji Chow

Uji Chow merupakan sebuah metode pengujian yang dirancang untuk memilih antara Common Effect Model (CEM) dan Fixed Effect Model (FEM) dalam analisis data panel (Winantian et al., 2024).

Tabel 2. Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests			
Equation: Untitled			
Test cross-section fixed effects			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	32.875567	(5,23)	0.0000
Cross-section Chi-square	62.928986	5	0.0000

Sumber. EViews 12, Diolah (2026)

Berdasarkan hasil Uji Chow, diperoleh nilai probabilitas *Cross-section F* sebesar 0.0000. Karena nilai probabilitas $0.0000 < 0.05$, maka penggunaan Fixed Effect Model (FEM) adalah pilihan yang lebih sesuai dibandingkan dengan Common Effect Model (CEM).

Uji Hausman

Uji Hausman merupakan sebuah teknik pengujian yang diterapkan untuk mengidentifikasi model mana yang lebih tepat Fixed Effect Model (FEM) dan Random Effect Model (REM) dalam konteks analisis data panel (Winantian et al., 2024).

Tabel 3. Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test
Equation: Untitled
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	6.798555	1	0.0091

Sumber. EViews 12, Diolah (2026)

Setelah FEM terpilih, dilakukan pengujian lanjut menggunakan Uji Hausman untuk membandingkan antara *Fixed Effect Model* (FEM) dengan *Random Effect Model* (REM). Hasil uji menunjukkan nilai probabilitas *Cross-section Random* sebesar 0.0091. Karena nilai probabilitas $0.0091 < 0.05$, maka yang terpilih adalah model FEM. Maka, model persamaan regresi data panel dalam penelitian ini sebagai berikut.

$$Y = 0.12 - 0.06 X + e \quad (1)$$

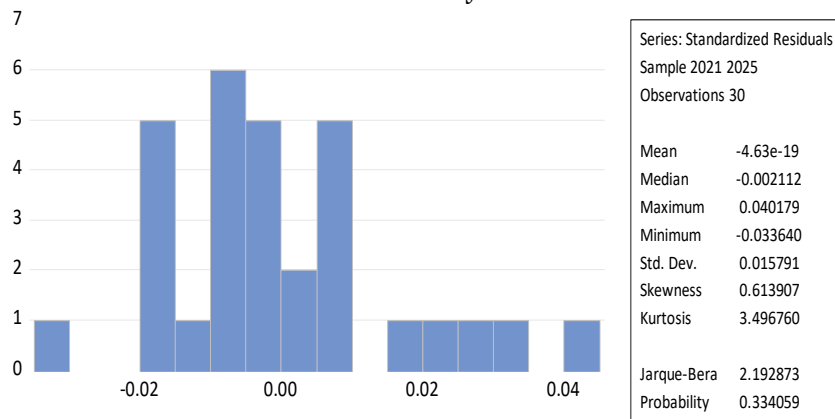
Sumber. EViews 12, Diolah (2026)

Persamaan yang ditunjukkan di atas menggambarkan bahwa nilai konstanta adalah 0.12, yang menunjukkan bahwa jika variabel X konstan atau bernilai 0, maka nilai Y adalah sesuai dengan angka tersebut. Di sisi lain, variabel X memiliki koefisien regresi sebesar -0.06. Ini menunjukkan adanya hubungan negatif, yang berarti setiap kenaikan satu unit pada variabel X akan menyebabkan penurunan pada variabel Y sebesar 0.06.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel yang mengganggu atau residual memiliki distribusi yang normal. Model regresi yang baik seharusnya memiliki distribusi yang normal atau setidaknya mendekati distribusi normal (Tondok et al., 2023).

Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Sumber. EViews 12, Diolah (2026)

Karena nilai probability $0.33 > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas mengacu pada kondisi dalam suatu model regresi di mana residualnya menunjukkan perbedaan varians. Varians residual yang tidak konstan dapat mengindikasikan adanya pola yang tak terduga dalam distribusi data, sehingga berdampak pada efisiensi dan keabsahan hasil dari analisis regresi (Refiyana & Vefiadytria, 2024).

Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.013684	0.002301	5.946664	0.0000
X	-0.012550	0.009882	-1.269954	0.2168

Sumber. EViews 12, Diolah (2026)

Berdasarkan hasil, nilai X memiliki prob. 0.2168 yang lebih besar dari 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model bebas dari masalah Heteroskedastisitas

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya (Tondok et al., 2023).

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

Mean dependent var	0.011751
S.D. dependent var	0.010319
Akaike info criterion	-6.283845
Schwarz criterion	-5.956899
Hannan-Quinn criter.	-6.179252
Durbin-Watson stat	2.768028

Sumber. EViews 12, Diolah (2026)

Menurut kriteria pengujian Durbin-Watson $DU < DW < 4-DU$ dan Hasil menunjukkan bahwa $1.4894 < 2.332 < 2.510$. Sehingga model tidak ada gejala autokorelasi.

White Period Robust Standard Errors

Gambar 2. Hasil White Period Robust Standard Errors

Dependent Variable: Y
 Method: Panel Least Squares
 Date: 04/10/26 Time: 15:57
 Sample: 2021 2025
 Periods included: 5
 Cross-sections included: 6
 Total panel (balanced) observations: 30
 White period (cross-section cluster) standard errors & covariance (d.f. corrected)

Sumber. SPSS 27, Diolah (2026)

Meskipun hasil pengujian heteroskedastisitas dan autokorelasi telah sesuai dengan asumsi klasik, penelitian ini tetap menggunakan metode White Period Robust Standard Errors. Tindakan ini diambil sebagai langkah pencegahan terhadap kemungkinan adanya fluktuasi kecil dalam varians atau adanya korelasi di antara periode waktu yang bisa mempengaruhi struktur data panel. Sehingga hasil uji t dalam pengujian hipotesis dapat dipastikan tetap valid dan terhindar dari bias asumsi klasik.

Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 6. Hasil Uji t

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.117986	0.004316	27.33776	0.0000
X	-0.056187	0.018535	-3.031463	0.0059

Sumber. EViews 12, Diolah (2026)

Hasil uji t pada variabel X menunjukkan nilai t hitung sebesar 3.03 yang lebih besar dari t tabel yaitu 2, serta nilai probabilitas 0,0059 yang lebih kecil dari 0.05. Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel Pertumbuhan Penjualan (X) memiliki

pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas di Perusahaan Makanan dan Minuman *Market Leader*.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R-squared	0.885200
Adjusted R-squared	0.855252
S.E. of regression	0.017731
Sum squared resid	0.007231
Log likelihood	82.39074
F-statistic	29.55807
Prob(F-statistic)	0.000000

Sumber. EViews 12, Diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji, nilai Adjusted R-squared sebesar 0.855 menunjukkan bahwa variabel independent (Pertumbuhan Penjualan) memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Profitabilitas) sebesar 85,5% dan 14,5% di jelaskan variabel lain

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan evaluasi model efek tetap dari data panel, penelitian ini mengungkapkan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas. Ini menandakan bahwa setiap kenaikan dalam pertumbuhan penjualan akan disertai dengan penurunan profitabilitas yang nyata pada objek penelitian selama masa pengamatan. Kondisi ini terjadi karena setiap kenaikan pertumbuhan penjualan cenderung memicu peningkatan biaya produksi yang tidak proporsional, yang pada akhirnya menekan profitabilitas. Manajemen perusahaan tidak seharusnya hanya fokus pada strategi untuk meningkatkan jumlah penjualan, tetapi juga harus lebih ketat dalam mengontrol efisiensi biaya operasional. Perusahaan harus menilai kembali cara biaya produksi diatur dan menerapkan sistem untuk memantau biaya tambahan. Hal ini penting agar setiap peningkatan permintaan pasar dapat dipenuhi tanpa mengurangi keuntungan. Hasil dari penelitian ini menegaskan bahwa pertumbuhan penjualan berperan sebagai elemen utama yang memengaruhi profitabilitas.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan. Bagi perusahaan yang bergerak di bidang makanan dan minuman, peningkatan penjualan sebaiknya diimbangi dengan pengelolaan biaya operasional, pengendalian harga bahan baku, serta antisipasi terhadap fluktuasi nilai tukar agar profitabilitas perusahaan dapat meningkat secara optimal. Bagi investor, pengambilan keputusan investasi tidak hanya didasarkan pada pertumbuhan penjualan, tetapi juga perlu mempertimbangkan tingkat profitabilitas dan efisiensi biaya perusahaan sehingga risiko investasi dapat diminimalkan. Selanjutnya, bagi peneliti berikutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi profitabilitas, seperti struktur modal, likuiditas, ukuran perusahaan, dan efisiensi operasional, serta memperluas objek dan periode penelitian agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif. Selain itu, bagi akademisi, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan dalam kajian mengenai hubungan pertumbuhan penjualan dan profitabilitas, khususnya pada industri makanan dan minuman di Indonesia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moral maupun material dalam penyelesaian penelitian ini. Terima kasih kepada Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung yang telah menyediakan fasilitas dan sarana akademik yang mendukung proses penelitian, kepada Suraya Murcitaningrum, M.S.I selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan dengan penuh kesabaran, serta kepada seluruh rekan peneliti dan mahasiswa yang telah memberikan dukungan, diskusi, dan kontribusi pemikiran selama proses penulisan berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, T. D. M., & Febyansyah, A. (2024). Pengaruh Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas. *Jimea (Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi))*, 8(1), 1992–2016.
- Ayu, S., Riska, M., Putu, N., Mendra, Y., & Saitri, P. W. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Likuiditas Dan Perputaran Modal Kerja Terhadap Profitabilitas. *Jurnal Kharisma*, 3(1), 94–105.
- Djaya, T., & Firdausy, C. M. (2023). pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(4), 760–769.
- Erdi, T. W. (2024). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Infrastruktur Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 25(1), 1–6.
- Farika, V. D. S., & Dewi, N. G. (2023). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 44–53.
- Halik, B. R., Supeni, E., & Danirizka, Y. S. (2024). Profitabilitas Perusahaan Makanan Dan Minuman (2020-2022): Dampak Dari Ukuran Perusahaan, Inflasi, Dan Leverage. *Jebs (Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Sosial)*, 2(2), 82–94.
- Mahmiyatus, M., & Ardyansyah, F. (2025). Implementasi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Kue Ud. Rachbini Implementing Sharia Marketing To Increase Sales At Ud. Rachbini Cake Shop. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 16(3), 707–720. <https://doi.org/10.33059/jseb.v16i3.12813>
- Ni Made Novione Purnama Dewi Suweta, & Dewi, M. R. (2016). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Struktur Aktiva, Dan Pertumbuhan Aktiva Terhadap Struktur Modal. *Jurnal Manajemen Unud*, 5(8), 5172–5199.
- Ningsih, A. S., & Kusumawati, Y. T. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas Perusahaan Food And Beverages Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017. *Jurnal Borneo Student Research*, 1(2), 877–882.
- Oktaviana, R., & Widyaningsih, I. U. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Dengan Kebijakan Hutang Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Tirtayasa Ekonomika*, 17(1), 117–130.
- Refiyana, A. M. C., & Vefiadytria, E. A. (2024). Uji Asumsi Klasik dalam Regresi Linier Pada Perhitungan Menggunakan Laporan Keuangan di Sektor Telekomunikasi Bursa Efek Indonesia (Bei). *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(2), 107–118. <https://doi.org/10.62017/jimea.v1i2.676>
- Sholikhah, A. (2016). Statistik Deskriptif Dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Komunika*, 10(2), 342–362.
- Suliyanti, N., & Damayanti. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Profitabilitas Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(2), 244–254.
- Sya'dah, P. P., & Huda, N. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Pada Pt. Gudang Garam Tbk. *Invoice: Jurnal Ilmu Akuntansi*, 2(2), 133–140.
- Tondok, W. S., Kalangi, J. B., & Rompas, W. F. . (2023). Pengaruh Angkatan Kerja Dan Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Kabupaten Tana Toraja Tahun 2011-2021. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 23(5), 49–60.
- Winantisan, R. N. N., Tulung, J. E., & Rumokoy, L. J. (2024). Pengaruh Keberagaman Usia Dan Gender Pada Dewan Komisaris Dan Direksi Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Di Indonesia Periode 2018 The Effect Of Age And Gender Diversity On The Board Of Commissioners And Directors On Banking Financial Performance In Ind. *Jurnal Emba*, 12(1), 1–12