Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (2) 2026, Page: 32614-32620

Analisis Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Perusahaan Retail Yang Terdaftar di BEI Periode 2021-2025

Novi Putri Andriyani[1], Velly Eka Rizkiyanti[2], Rizki Adelia Putri[3], Tesa Rohmahwati[4], Indah Refalina[5], Sumarno[6]

[1,2,3,4,5,6]**Universitas Pancasakti Tegal**

Email: noviputriia27@gmail.com

Published: Juni , 2026

ABSTRAK

Fenomena persaingan di industri ritel semakin sengit, sehingga perusahaan perlu meningkatkan jumlah penjualan agar bisa mendapatkan keuntungan yang terbaik. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana volume penjualan mempengaruhi laba bersih perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2021-2025. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data sekunder yang berasal dari laporan keuangan perusahaan. Penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi volume penjualan, maka semakin besar pula laba bersih yang diperoleh perusahaan. Semakin banyak penjualan yang berhasil dilakukan, semakin besar pula keuntungan bersih yang didapatkan. Namun, peningkatan laba bersih juga tergantung pada kemampuan perusahaan dalam mengelola biaya operasional secara efisien. Maka dari itu, perusahaan harus memperbaiki cara menjual produk dan tetap mengatur pengeluaran secara efisien agar bisa meningkatkan keuntungan secara maksimal. Penelitian berikutnya sebaiknya menambahkan variabel lain yang mungkin memengaruhi laba bersih agar diperoleh pemahaman yang lebih lengkap mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kinerja keuangan perusahaan.

Kata kunci : volume penjualan, laba bersih, perusahaan ritel, BEI.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Sektor ritel salah satu pilar ekonomi yang berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Badan Pusat Statistik (2023), mencatat bahwa perdagangan besar dan eceran menyumbang sekitar 12,9% terhadap total PDB nasional, menjadikannya sektor terbesar ketiga setelah industri pengolahan dan pertanian. Di tengah pertumbuhan tersebut, kemampuan perusahaan ritel dalam menghasilkan laba bersih ditentukan oleh besarnya skala usaha, dan efisiensi pengelolaan volume penjualan. menurut (kasmir 2019), volume penjualan merupakan kunci yang memengaruhi pendapatan, struktur biaya, dan pada akhirnya laba bersih yang dihasilkan perusahaan. Penelitian Pratiwi dan Setiawan (2022) menunjukan fluktuasi volume penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Namun demikian, hubungan tersebut tidak selalu bersifat linear, karena peningkatan volume penjualan yang tidak diimbangi efisiensi biaya operasional justru dapat menekan margin laba secara substansial (Hery, 2021).

Fenomena yang lebih kompleks ditemukan pada perusahaan ritel yang terdaftar di BEI, sejumlah emiten mengalami pertumbuhan volume penjualan namun diikuti penurunan laba bersih secara bersamaan.Rahmawati dan Hidayat (2023) mengidentifikasi bahwa sebanyak 8 dari 22 perusahaan ritel yang diteliti selama periode 2018-2022, mengalami adanya inefisiensi struktural dalam pengelolaan beban pokok penjualan dan biaya distribusi. Selain itu, pola konsumsi masyarakat setelah

pandemi menjadikan perusahaan semakin kritis dalam menjaga profitabilitas (santoso & wijaya 2023). Mengingat dinamika tersebut, penelitian yang secara spesifik menganalisis pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih pada perusahaan ritel di Indonesia masih terbatas, khususnya yang menggunakan data terkini pascapandemi. Sebagian besar studi yang ada berfokus pada variabel profitabilitas secara agregat tanpa mengisolasi peran volume penjualan sebagai variabel independen utama (Nugroho & Lestari, 2022).

Berdasarkan uraian tersebut, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah adanya ketidaksesuaian antara teori yang menyatakan bahwa peningkatan volume penjualan akan meningkatkan laba bersih dengan fenomena empiris pada beberapa perusahaan ritel yang menunjukkan bahwa peningkatan volume penjualan tidak selalu diikuti oleh peningkatan laba bersih. Oleh karena itu, rumusan masalah penelitian ini adalah Apakah volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih pada perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2025? Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara teoretis dan praktis. Secara teoretis, penelitian ini dapat memperkaya literatur dalam bidang akuntansi manajemen dan manajemen keuangan terkait hubungan antara volume penjualan dan laba bersih. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam meningkatkan efektivitas strategi penjualan dan pengelolaan biaya, menjadi sumber informasi bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi, serta menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi laba bersih perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih perusahaan ritel yang terdaftar di BEI, dengan harapan dapat memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan ilmu akuntansi manajemen serta menjadi referensi bagi pengambilan keputusan manajerial di sektor ritel Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Volume Penjualan

Menurut Kasmir (2019), volume penjualan merupakan jumlah produk atau jasa yang berhasil dijual perusahaan dalam periode tertentu yang mencerminkan tingkat aktivitas operasional perusahaan. Volume penjualan dapat diukur berdasarkan jumlah unit yang terjual maupun nilai penjualan yang diperoleh perusahaan. Dalam konteks keuangan, peningkatan volume penjualan pada umumnya akan meningkatkan pendapatan perusahaan selama biaya operasional dapat dikendalikan secara efisien. Oleh karena itu, volume penjualan menjadi salah satu indikator penting dalam menilai kemampuan perusahaan menghasilkan laba.

Laba Bersih

Laba bersih ialah keuntungan yang diperoleh perusahaan dari hasil pendapatan yang dihasilkan dari penjualan yang dikurangi semua anggaran dan beban penjualan beserta pajak penghasilan yang perusahaan tanggung selama periode tertentu. Maka dari itu, kelebihan penghasilan ini nantinya akan berdampak positif pada ekonomi perusahaan. Menurut Hery (2021), laba bersih tidak hanya mencerminkan keberhasilan aktivitas operasional dan keuangan perusahaan dalam satu periode akuntansi, tetapi juga menjadi sinyal penting bagi investor, kreditur, dan pemangku kepentingan lainnya dalam menilai prospek perusahaan ke depan.

Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa volume penjualan memiliki hubungan yang erat dengan laba bersih perusahaan. Penelitian Pratiwi dan Setiawan (2022) menyatakan bahwa volume penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Selain itu, penelitian Rahmawati dan Hidayat (2023) juga menemukan bahwa peningkatan volume penjualan mampu meningkatkan laba perusahaan apabila diimbangi dengan efisiensi biaya operasional. Penelitian Nugroho dan Lestari (2022) menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat penjualan yang tinggi cenderung memiliki profitabilitas yang lebih baik dibandingkan perusahaan dengan tingkat penjualan rendah. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa volume penjualan memiliki pengaruh penting terhadap peningkatan laba bersih perusahaan.

Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan rumusan kajian teori yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini disusun sebagai berikut:

H_0 : Volume penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2025.

H_1 : Volume penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2025.

Hipotesis ini diuji menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05 (5%). H_0 ditolak apabila nilai Sig. < 0,05 atau nilai t hitung > t tabel, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara statistik antara volume penjualan dan laba bersih (Ghozali, 2018).

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dimana data berbentuk numerik atau angka. Dimana penelitian ini untuk menguji hubungan sebab-akibat antara variabel independent (Volume Penjualan), dan variabel dependen (Laba Bersih). Data yang digunakan adalah data sekunder. Penelitian ini mengambil data laporan keuangan perusahaan ritel periode 2021-2025. Data diakses dari situs www.idx.co.id dan sumber-sumber lain yang relevan.

Teknik Penarikan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling,* yaitu metode pengambilan sampel non-probabilistik berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2019). Teknik ini dipilih karena tidak semua perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) memenuhi persyaratan data yang dibutuhkan dalam analisis ini.

1. Perusahaan ritel yang terdaftar di BEI secara berturut-turut selama 2021-2025.
2. Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan tahunan (annual report) secara lengkap selama masa pengamatan.
3. Perusahaan tidak mengalami kerugian bersih lebih dari 3 tahun berturut-turut yang dapat mengindikasikan kondisi perusahaan tidak representatif.

Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh sampel sebanyak 18 perusahaan dengan total pengamatan selama 5 tahun sebanyak 90 data observasi (18 x 5 = 90).

No.	Keterangan	Jumlah Perusahaan
1	Perusahaan ritel yang terdaftar di BEI secara berturut turut selama 2021-2025.	32
2	Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan tahunan (annual report) secara lengkap selama masa pengamatan.	26
3	Perusahaan tidak mengalami kerugian bersih lebih dari 3 tahun berturut-turut yang dapat mengindikasikan kondisi perusahaan tidak representative.	18

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil analisis statistik terhadap data 18 perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2025, dengan total 90 sampel. Seluruh pengujian menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk menguji pengaruh volume penjualan (variabel independen) terhadap laba bersih (variabel dependen). Penjelasan berikut disusun berdasarkan urutan output analisis SPSS.

1. **Tabel Statistik Deskriptif (Dalam Ratusan Ribu)**

Variabel	Mean (Rata-rata)	Std. Deviation	N
Laba Bersih	1.073.482,24	2.459.982,98	90
Volume Penjualan	28.876.104,62	70.713.568,38	90

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2026

Berdasarkan tabel statistik deskriptif memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data yang digunakan dalam penelitian ini. Rata-rata laba bersih seluruh perusahaan sampel selama periode pengamatan adalah sebesar Rp1.073.482,24 (Dalam Ratusan Ribu). Nilai ini menggambarkan tingkat profitabilitas rata-rata perusahaan ritel. Standar deviasi sebesar Rp2.459.982,98 (Dalam Ratusan Ribu), menunjukkan bahwa terdapat variasi atau kesenjangan yang cukup besar antar perusahaan, artinya ada perusahaan yang labanya jauh di atas atau jauh di bawah rata-rata. Hal ini wajar mengingat perbedaan skala usaha antaremiten (Hery, 2021).

Rata-rata volume penjualan adalah sebesar Rp28.876.104,62 (Dalam Ratusan Ribu), dengan standar deviasi Rp70.713.568,38 (Dalam Ratusan Ribu). Nilai standar deviasi yang jauh lebih besar dari rata-rata menunjukkan distribusi data yang sangat tersebar *(highly dispersed)*, mengindikasikan perbedaan kapasitas penjualan yang sangat signifikan antar perusahaan ritel dalam sampel penelitian ini. Secara keseluruhan, tabel ini menunjukkan bahwa sampel penelitian terdiri dari perusahaan-perusahaan dengan ukuran yang beragam, sehingga hasil analisis mencerminkan kondisi industri ritel yang heterogen. Jumlah observasi sebanyak 90 data (18 perusahaan x 5 tahun) dianggap cukup memadai untuk analisis regresi yang valid (Sugiyono, 2019).

2. **Tabel Correlations (Korelasi)**

		Laba Bersih	Volume Penjualan	
Pearson Correlation	Laba Bersih	1.000	0.831	
	Volume Penjualan	0.831	1.000	
Sig. (1-tailed)	Laba Bersih	.	0.000	N = 90

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2026

Tabel korelasi Pearson digunakan untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan linier antara dua variabel. Hasil menunjukkan nilai *Pearson Correlation* antara volume penjualan dan laba bersih sebesar 0,831. Nilai ini tergolong sangat kuat karena berada pada rentang 0,80–1,00 menurut kriteria interpretasi koefisien korelasi (Sugiyono, 2019). Tanda positif pada angka tersebut menunjukkan bahwa hubungan bersifat searah: ketika volume penjualan meningkat, laba bersih cenderung ikut meningkat, dan sebaliknya. Nilai signifikansi (Sig. 1-tailed) sebesar 0,000 jauh di bawah ambang batas 0,05, yang berarti hubungan ini secara statistik sangat signifikan dan bukan terjadi secara kebetulan. Temuan ini konsisten dengan penelitian Pratiwi dan Setiawan (2022) yang menyatakan bahwa volume penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih perusahaan ritel di BEI.

3. **Tabel Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of Estimate	Sig. F Change
1	0.831a	0.690	0.687	1.377.362,77	0.000

a. Predictors: (Constant), Volume Penjualan | b. Dependent Variable: Laba Bersih

Nilai R = 0,831: Merupakan koefisien korelasi berganda yang menunjukkan kekuatan hubungan antara variabel independen (volume penjualan) dengan variabel dependen (laba bersih). Nilai 0,831 mengindikasikan hubungan yang sangat kuat (Ghozali, 2018).

Nilai R Square = 0,690: Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 69,0% variasi laba bersih dapat dijelaskan oleh volume penjualan. Sisanya 31,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti, seperti efisiensi biaya operasional, manajemen persediaan, atau kondisi makroekonomi (Kasmir, 2019).

Adjusted R Square = 0,687: Nilai ini merupakan penyesuaian R Square yang memperhitungkan jumlah variabel dan sampel. Nilainya sangat dekat dengan R Square (0,690), yang mengindikasikan model cukup stabil dan tidak mengalami overfitting.

4. Tabel ANOVA (Uji Kelayakan Model)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3,716 x 10^14	1	3,716 x 10^14	195.895	0.000b
	Residual	1,669 x 10^14	88	1,897 x 10^12		
	Total	5,386 x 10^14	89			

a. Dependent Variable: Laba Bersih | b. Predictors: (Constant), Volume Penjualan

Tabel ANOVA (*Analysis of Variance*) digunakan untuk menguji apakah model regresi yang dibangun secara keseluruhan layak digunakan *(goodness of fit)*. Uji ini membandingkan variansi yang dapat dijelaskan oleh model dengan variansi yang tidak dapat dijelaskan (Residual).

Nilai F = 195,895: Nilai F yang sangat besar menunjukkan bahwa variansi yang dijelaskan oleh model jauh lebih besar dibandingkan variansi kesalahan/residual. Artinya, model regresi mampu menjelaskan data secara bermakna.

Nilai Sig. = 0,000: Nilai signifikansi 0,000 < 0,05 menunjukkan bahwa model regresi ini secara statistik signifikan pada tingkat kepercayaan 95%. Dengan kata lain, volume penjualan terbukti secara statistik berpengaruh terhadap laba bersih, dan model yang dibangun layak digunakan untuk analisis lebih lanjut (Ghozali, 2018).

Tabel ANOVA mengonfirmasi bahwa hipotesis penelitian dapat diuji lebih lanjut menggunakan tabel koefisien regresi di bawah ini.

5. Tabel Coeficients (Koefisien Regresi)

Model	Unstand. Coeff. B	Std. Error	Beta (Stand.)	t	Sig.
(Constant)	239.031,488	156.951,270	-	1.523	0.131
Volume Penjualan	0.029	0.002	0.831	13.996	0.000

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Tabel koefisien regresi merupakan inti dari analisis ini. Berdasarkan tabel tersebut, persamaan regresi linear sederhana yang terbentuk adalah:

Laba Bersih = 239.031,488 + 0,029 × Volume Penjualan

Konstanta (239.031,488): Nilai konstanta sebesar 239.031,488 (Dalam Ratusan Ribu) menunjukkan nilai laba bersih yang diprediksi ketika volume penjualan bernilai nol. Namun, dalam konteks perusahaan ritel, kondisi volume penjualan sama dengan nol merupakan kondisi yang secara praktis hampir tidak mungkin terjadi karena perusahaan tetap harus menjalankan aktivitas operasionalnya. Oleh karena itu, nilai konstanta dalam penelitian ini lebih tepat dipahami sebagai parameter matematis yang diperlukan untuk membentuk persamaan regresi, bukan sebagai kondisi yang benar-benar terjadi dalam praktik bisnis. Selain itu, nilai signifikansi konstanta sebesar 0,131 (> 0,05) menunjukkan bahwa konstanta tidak memiliki makna statistik yang kuat sehingga fokus interpretasi penelitian lebih diarahkan pada pengaruh variabel volume penjualan terhadap laba bersih.

Koefisien Volume Penjualan (0,029): Nilai koefisien regresi 0,029 menunjukkan bahwa setiap kenaikan volume penjualan sebesar Rp1 (Dalam Ratusan Ribu), maka laba bersih akan meningkat sebesar Rp0,029 (Dalam Ratusan Ribu). Koefisien ini memiliki nilai Sig. = 0,000 < 0,05, sehingga pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih dinyatakan signifikan secara statistik.

Nilai t = 13,996: Nilai t hitung sebesar 13,996 jauh lebih besar dari t tabel (sekitar 1,987 pada df=88, alpha 0,05), yang semakin mempertegas bahwa variabel volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih (Sugiyono, 2019).

Beta (Standardized) = 0,831: Koefisien beta standar sebesar 0,831 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu standar deviasi pada volume penjualan akan meningkatkan laba bersih sebesar 0,831 standar deviasi. Ini merupakan ukuran efek yang sangat kuat.

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai t hitung sebesar 13,996 lebih besar dari t tabel sebesar 1,987. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, volume penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2025.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2025, dapat disimpulkan bahwa volume penjualan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih perusahaan. Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis penelitian diterima. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,831 menggambarkan hubungan yang sangat kuat antara volume penjualan dan laba bersih, sedangkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,690 menunjukkan bahwa 69,0% variasi laba bersih dapat dijelaskan oleh volume penjualan dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa semakin tinggi volume penjualan perusahaan, maka laba bersih yang diperoleh cenderung meningkat. Namun demikian, peningkatan laba juga dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam mengelola biaya operasional secara efisien. Oleh karena itu, perusahaan ritel perlu meningkatkan strategi penjualan serta menjaga efisiensi biaya agar pertumbuhan penjualan dapat memberikan dampak maksimal terhadap peningkatan laba bersih perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan ritel disarankan untuk terus meningkatkan volume penjualan melalui strategi pemasaran yang efektif dan peningkatan kualitas layanan kepada pelanggan. Selain itu, perusahaan juga perlu mengelola biaya operasional secara efisien agar peningkatan penjualan dapat memberikan dampak yang maksimal terhadap peningkatan laba bersih. Bagi investor, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam menilai kinerja perusahaan ritel, khususnya terkait kemampuan perusahaan dalam meningkatkan penjualan dan menghasilkan laba. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi laba bersih, seperti biaya operasional, harga pokok penjualan, atau ukuran perusahaan, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai faktor-faktor yang memengaruhi laba bersih perusahaan.

REFERENCES

Badan Pusat Statistik. (2023). *Produk Domestik Bruto Indonesia menurut lapangan usaha*. Badan Pusat Statistik Republik Indonesia.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hery. (2021). *Analisis laporan keuangan: Integrated and comprehensive edition*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

Kasmir. (2019). *Analisis laporan keuangan* (Edisi Revisi). Rajawali Pers.

Nugroho, A., & Lestari, D. (2022). *Pengaruh tingkat penjualan terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 14(1), 45–58.

Pratiwi, R., & Setiawan, B. (2022). *Pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, *10*(2), 112–125.

Rahmawati, S., & Hidayat, T. (2023). *Analisis inefisiensi struktural pada perusahaan ritel di Bursa Efek Indonesia periode 2018–2022*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, *18*(1), 78–94.

Santoso, E., & Wijaya, H. (2023). *Perubahan pola konsumsi pascapandemi dan dampaknya terhadap profitabilitas perusahaan ritel*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi, *20*(2), 133–148.

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi 2). Alfabeta.