

FAKTOR-FAKTOR PEMBENTUK PERTUMBUHAN PENJUALAN CV LIMA DAUN SEMANGGI

Erick Tjendriawan¹, David Sukardi Kodrat²
erick.tj@limadaunsemanggi.com¹
Universitas Ciputra Surabaya

Abstrak

Dalam era bisnis yang semakin kompetitif, memahami faktor-faktor yang berkontribusi terhadap pertumbuhan penjualan sangatlah penting bagi keberhasilan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh beberapa faktor terhadap pertumbuhan penjualan CV Lima Daun Semanggi di Kota Surakarta. Variabel yang diuji meliputi peningkatan jumlah konsumen, jumlah permintaan, sarana dan prasarana, tenaga kerja, modal, kondisi perekonomian Indonesia, dan isu keberlanjutan lingkungan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan metode kuantitatif, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarikan kepada 81 responden yang merupakan konsumen wirausaha di bidang plastik yang telah membeli produk kantong plastik CV Lima Daun Semanggi minimal lima kali dalam tiga bulan terakhir. Teknik purposive sampling digunakan untuk memilih sampel yang representatif. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan jumlah konsumen, jumlah permintaan, sarana dan prasarana, serta modal memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pertumbuhan penjualan. Peningkatan jumlah konsumen memberikan kontribusi sebesar 0.379, peningkatan jumlah permintaan sebesar 0.149, peningkatan sarana dan prasarana sebesar 0.285, dan penambahan modal sebesar 0.349. Namun, penambahan tenaga kerja, kondisi perekonomian Indonesia, dan isu keberlanjutan lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan penjualan.

Kata Kunci: Pertumbuhan Penjualan, Konsumen, Permintaan, Produk kantong plastic.

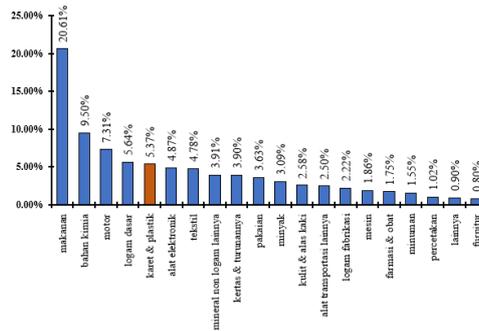
PENDAHULUAN

Plastik digunakan luas dalam berbagai industri, mulai dari kemasan makanan dan minuman, otomotif, konstruksi, hingga barang konsumen sehari-hari. Produksi plastik yang besar juga menciptakan lapangan kerja dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Dengan demikian, sektor industri plastik bukan hanya menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia, tetapi juga menjadi tulang punggung bagi sektor manufaktur secara keseluruhan. Dalam sepuluh tahun terakhir, industri plastik telah menjadi salah satu penyumbang utama dalam output manufaktur di Indonesia. Meskipun berada di posisi kelima setelah sektor-sektor lain seperti logam dasar, motor, bahan kimia, dan makanan, kontribusinya terhadap output produksi manufaktur tetap signifikan.

Industri plastik menampilkan potensi besar untuk pertumbuhan dan kemajuan di masa yang akan datang, mengingat perannya yang krusial dalam berbagai sektor ekonomi. Selain itu, industri plastik juga memberikan dampak yang signifikan dalam menciptakan lapangan kerja, mengingat perannya yang tak terpisahkan dalam berbagai proses produksi di berbagai sektor.

Dengan pertumbuhan industri yang terus meningkat, sektor plastik di Indonesia dapat menjadi salah satu sektor kunci yang memainkan peran penting dalam menggerakkan perekonomian negara ini. Berdasarkan data porsi output produksi terhadap total sektor manufaktur dari BPS tampak pada gambar dibawah ini.



Gambar 1. Porsi output produksi terhadap total output sektor manufaktur dalam 10 tahun terakhir Sumber : BPS 2023

Berdasarkan Gambar 1 menunjukkan total output sektor manufaktur untuk karet dan plastik berkontribusi sebesar 5, hal tersebut menunjukkan bahwa plastik menjadi sektor relatif besar dalam sektor manufaktur.

Nilai impor plastik jauh lebih besar daripada nilai ekspor, karena Indonesia memiliki ketergantungan yang signifikan pada impor produk plastik dari negara lain, selama sepuluh tahun terakhir, industri plastik Indonesia telah mencatatkan trade balance yang negatif secara konsisten. Permintaan yang tinggi menunjukkan potensi pasar yang besar, tetapi jika produksi dalam negeri tidak dapat menyesuaikan diri dengan permintaan tersebut, maka akan terjadi ketergantungan pada impor untuk memenuhi kebutuhan pasar yang tidak terpenuhi. Oleh karena itu, peningkatan kualitas produk lokal menjadi kunci untuk dapat bersaing secara efektif di pasar domestik.

Kebijakan perdagangan dan regulasi yang memengaruhi arus impor dan ekspor produk plastik juga berperan penting dalam menentukan kondisi pasar. Regulasi yang berubah-ubah atau kebijakan perdagangan yang tidak stabil dapat memengaruhi aliran barang impor dan ekspor, sehingga berdampak pada ketersediaan dan harga produk plastik di pasar domestik.

Oleh karena itu, ada kebutuhan untuk memperkuat industri plastik dalam negeri agar dapat bersaing secara lebih baik di pasar global dan mengurangi ketergantungan pada impor. Hal ini dapat dilakukan melalui peningkatan investasi dalam infrastruktur dan teknologi produksi, pengembangan SDM, serta perbaikan kebijakan perdagangan dan regulasi untuk mendukung pertumbuhan industri plastik yang berkelanjutan.



Gambar 2. Ekspor impor plastik dan produk turunannya (Miliar USD) Sumber : BPS 2023 Berdasarkan Gambar 1.

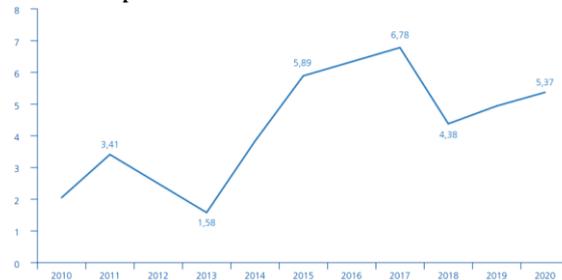
Gambar 2 tampak bahwa nilai impor plastik relatif lebih besar dibandingkan ekspor plastik dan produk turunannya hingga tahun 2022. Penggunaan plastik memiliki dampak yang signifikan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia.

Angka yang tinggi ini menunjukkan bahwa plastik memainkan peran yang sangat penting dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat Indonesia, mulai dari kemasan produk hingga industri rumah tangga dan sektor lainnya. Peningkatan

penggunaan plastik di Indonesia dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk kemajuan teknologi, perkembangan industri, dan pertumbuhan populasi yang terus meningkat.

Plastik telah menjadi bahan yang tak terpisahkan dari berbagai sektor, seperti industri makanan dan minuman, otomotif, peralatan rumah tangga, dan konstruksi.

Sampah plastik yang tidak terkelola dengan baik dapat mencemari lingkungan, membahayakan satwa laut, dan bahkan memengaruhi kesehatan manusia melalui rantai makanan, sebagian besar konsumsi plastik di Indonesia digunakan untuk kemasan sebesar 34. Produksi plastik untuk kemasan di Indonesia terus meningkat setiap tahun dengan rata-rata pertumbuhan tahunan sebesar 4,65%.



Gambar 3. Produksi plastik untuk kemasan (Miliar USD) Sumber : BPS 2023

Penggunaan plastik semakin meluas di kalangan masyarakat Indonesia karena sifatnya yang praktis, terjangkau, dan serbaguna. Plastik memiliki keunggulan dalam kekuatan dan ketahanannya terhadap pelapukan dibandingkan dengan bahan lainnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menganut pendekatan deskriptif dengan metode kuantitatif yang bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antar variabel terhadap objek penelitian. Pendekatan studi kasus digunakan pada produk kantong plastik CV. Lima Daun Semanggi di Kota Surakarta. Metode deskriptif ini bertujuan untuk mengumpulkan data guna menguji hipotesis, sedangkan pendekatan kuantitatif digunakan untuk menganalisis teori dengan memeriksa pengaruh variabel-variabel penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

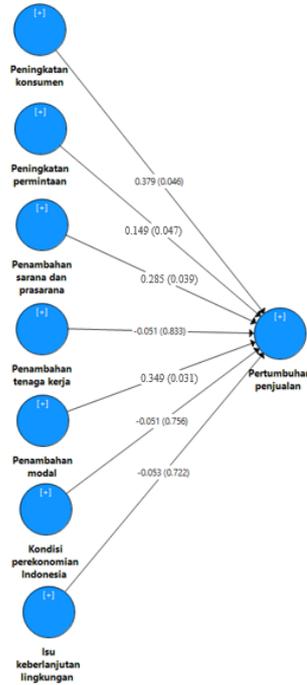
Uji Hipotesis

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SmartPLS 3.0 dan hasilnya dievaluasi melalui teknik *bootstrapping*. *Bootstrapping* adalah metode statistik yang digunakan untuk menghasilkan estimasi yang lebih akurat tentang distribusi parameter model dengan mengambil sampel ulang dari data observasi. Dengan menggunakan teknik *bootstrapping*, kita dapat menghasilkan interval kepercayaan untuk parameter model dan menguji signifikansi statistik dari hubungan antara variabel. Hasil dari pengujian hipotesis ini akan membantu dalam mengonfirmasi atau menolak hipotesis penelitian yang diajukan sebelumnya, serta memberikan pemahaman yang lebih baik tentang hubungan antar variabel dalam model struktural yang dikembangkan.

Nilai t-statistics mengukur seberapa jauh estimasi parameter (0) dari nol dalam satuan standar deviasi. Sebuah nilai t-statistics yang melebihi 1.96 menunjukkan bahwa hubungan tersebut signifikan pada tingkat kepercayaan 95%. Sementara itu, p-value menilai probabilitas bahwa nilai parameter adalah nol ketika hipotesis nol (tidak ada hubungan) benar. Hubungan dianggap signifikan jika nilai p-value lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditetapkan, yang biasanya adalah 0.05. Dengan

memperhatikan nilai O, T, dan P, dapat ditentukan keberadaan dan signifikansi hubungan antar variabel dalam model SEM.

Hasil pengujian hipotesis penelitian ini disajikan dalam tabel, dan model penelitian dapat digambarkan seperti yang terlihat pada Gambar 1.



Gambar 4. Hasil Bootstrapping SMARTPLS
Tabel 1. Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Peningkatan Permintaan -> Pertumbuhan Penjualan	0.149	0.165	0.187	2.799	0.046
Peningkatan Konsumen -> Pertumbuhan Penjualan	0.379	0.401	0.183	2.073	0.039
Penambahan Sarana Dan Prasarana -> Pertumbuhan Penjualan	0.285	0.194	0.239	2.190	0.036
Penambahan Tenaga Kerja -> Pertumbuhan Penjualan	-0.051	0.035	0.246	0.209	0.835
Penambahan Modal -> Pertumbuhan Penjualan	0.349	0.278	0.248	2.405	0.031
Kondisi Perekonomian Indonesia -> Pertumbuhan Penjualan	-0.051	-0.019	0.159	0.318	0.750
Isu Keberlanjutan Lingkungan -> Pertumbuhan Penjualan	-0.053	-0.065	0.143	0.370	0.712

 Pertumbuhan
 Penjualan

Berdasarkan hasil analisis pada pengujian hipotesis menunjukkan bahwa:

1. H1: Peningkatan permintaan berpengaruh secara positif terhadap pertumbuhan penjualan. Hipotesis 1 diterima karena memiliki nilai p value 0.046 atau < 0.05 dan nilai t statistic 2.799 atau > 1.96 sehingga peningkatan permintaan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan penjualan sebesar 0.149. semakin meningkatnya permintaan akan meningkatkan penjualan sebesar 0.149.
2. H2: Peningkatan konsumen berpengaruh secara positif terhadap pertumbuhan penjualan. Hipotesis 2 diterima karena memiliki nilai p value 0.039 atau < 0.05 dan nilai t statistic 2.073 atau > 1.96 sehingga peningkatan konsumen berpengaruh positif terhadap pertumbuhan penjualan sebesar 0.379. semakin meningkatnya konsumen akan meningkatkan penjualan sebesar 0.379.
3. H3: Peningkatan sarana dan prasarana berpengaruh secara positif terhadap pertumbuhan penjualan. Hipotesis 3 diterima karena memiliki nilai p value 0.036 atau < 0.05 dan nilai t statistic 2.190 atau > 1.96 sehingga peningkatan sarana dan prasarana berpengaruh positif terhadap pertumbuhan penjualan sebesar 0.285. semakin meningkatnya sarana dan prasarana akan meningkatkan penjualan sebesar 0.285
4. H4: Penambahan tenaga kerja tidak berpengaruh pada pertumbuhan penjualan. Hipotesis 4 tidak diterima karena memiliki nilai p value 0.835 atau > 0.05 dan nilai t statistic 0.209 atau < 1.96 sehingga penambahan tenaga kerja tidak mempengaruhi peningkatan penjualan.
5. H5: Penambahan modal berpengaruh secara positif terhadap pertumbuhan penjualan. Hipotesis 5 diterima karena memiliki nilai p value 0.031 atau < 0.05 dan nilai t statistic 2.405 atau > 1.96 sehingga peningkatan modal berpengaruh positif terhadap pertumbuhan penjualan sebesar 0.349. semakin meningkatnya modal akan meningkatkan penjualan sebesar 0.349
6. H6: Kondisi perekonomian indonesia tidak berpengaruh pada pertumbuhan penjualan. Hipotesis 6 tidak diterima karena memiliki nilai p value 0.750 atau > 0.05 dan nilai t statistic 0.318 atau < 1.96 sehingga kondisi perekonomian indonesia tidak mempengaruhi peningkatan penjualan.
7. H7: isu keberlanjutan lingkungan tidak berpengaruh pada pertumbuhan penjualan. Hipotesis 7 tidak diterima karena memiliki nilai p-value 0.712 atau > 0.05 dan nilai t statistic 0.370 atau < 1.96 sehingga isu keberlanjutan lingkungan tidak mempengaruhi peningkatan penjualan.

Berdasarkan hasil analisis pengujian hipotesis, beberapa faktor menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan penjualan, sementara yang lain tidak. Peningkatan konsumen memiliki pengaruh terbesar terhadap pertumbuhan penjualan dengan koefisien sebesar 0.379. Hipotesis ini diterima karena memiliki nilai p-value 0.039 (< 0.05) dan nilai t-statistic 2.073 (> 1.96). Ini menunjukkan bahwa semakin meningkatnya jumlah konsumen akan meningkatkan penjualan. Oleh karena itu, CV Lima Daun Semanggi harus fokus pada strategi yang menarik lebih banyak konsumen, seperti peningkatan kualitas produk, pelayanan pelanggan yang lebih baik, dan promosi yang lebih agresif.

Selanjutnya, peningkatan modal juga berpengaruh positif terhadap pertumbuhan penjualan dengan koefisien sebesar 0.349, nilai p-value 0.031 (< 0.05), dan nilai t-statistic 2.405 (> 1.96). Investasi dalam modal seperti pembelian mesin baru, teknologi, atau perluasan kapasitas produksi akan meningkatkan penjualan. CV Lima Daun Semanggi harus mempertimbangkan untuk mencari sumber pembiayaan

tambahan atau menggunakan kembali keuntungan untuk reinvestasi. Peningkatan sarana dan prasarana juga berpengaruh positif dengan koefisien sebesar 0.285, nilai p-value 0.036 (< 0.05), dan nilai t-statistic 2.190 (> 1.96). Memperbaiki dan meningkatkan infrastruktur bisnis seperti fasilitas produksi, transportasi, dan distribusi dapat meningkatkan efisiensi dan kapasitas produksi. CV Lima Daun Semanggi harus mengevaluasi kondisi infrastruktur saat ini dan melakukan perbaikan yang diperlukan.

Peningkatan permintaan memiliki pengaruh positif dengan koefisien sebesar 0.149, nilai p-value 0.046 (< 0.05), dan nilai t-statistic 2.799 (> 1.96). Memperkuat pemasaran dan promosi untuk meningkatkan permintaan produk adalah langkah penting. CV Lima Daun Semanggi harus melakukan analisis pasar untuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen serta mengadaptasi strategi pemasaran yang efektif. Di sisi lain, penambahan tenaga kerja tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan penjualan dengan nilai p-value 0.835 (> 0.05) dan nilai t-statistic 0.209 (< 1.96). Oleh karena itu, fokus harus diberikan pada efisiensi tenaga kerja yang ada dan pelatihan untuk meningkatkan produktivitas daripada menambah jumlah tenaga kerja.

Kondisi perekonomian Indonesia juga tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan penjualan dengan nilai p-value 0.750 (> 0.05) dan nilai t-statistic 0.318 (< 1.96). Mengembangkan strategi bisnis yang tahan terhadap fluktuasi ekonomi dengan fokus pada diversifikasi produk dan pasar menjadi penting. Isu keberlanjutan lingkungan tidak mempengaruhi pertumbuhan penjualan dengan nilai p-value 0.712 (> 0.05) dan nilai t-statistic 0.370 (< 1.96). Meskipun isu keberlanjutan lingkungan tidak langsung mempengaruhi penjualan, tetap penting untuk mempertahankan praktik bisnis yang ramah lingkungan untuk reputasi perusahaan dan kepatuhan terhadap peraturan. Dengan fokus pada faktor-faktor yang paling berpengaruh dan mengoptimalkan strategi berdasarkan temuan ini, CV Lima Daun Semanggi dapat mendorong pertumbuhan penjualan yang lebih signifikan dan berkelanjutan.

Tambahan tenaga kerja, kondisi ekonomi, dan keberlanjutan lingkungan tidak signifikan pengaruhnya terhadap pertumbuhan penjualan karena berbagai alasan yang berkaitan dengan karakteristik spesifik bisnis, pasar, dan faktor internal serta eksternal yang berinteraksi secara kompleks. Pertama, tambahan tenaga kerja tidak selalu berarti peningkatan produktivitas atau penjualan jika tenaga kerja yang ada sudah cukup efisien. Jika tenaga kerja tambahan tidak dibarengi dengan peningkatan produktivitas atau kapasitas produksi, maka penambahan ini tidak akan berpengaruh signifikan terhadap penjualan. Selain itu, perusahaan lebih bergantung pada otomatisasi dan teknologi untuk meningkatkan produksi daripada menambah tenaga kerja. Jika mesin dan teknologi yang digunakan sudah optimal, penambahan tenaga kerja mungkin tidak memberikan dampak besar. Fokus pada peningkatan kualitas tenaga kerja melalui pelatihan dan pengembangan juga lebih efektif daripada sekadar menambah jumlah tenaga kerja, karena kualitas tenaga kerja yang lebih baik dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas produk yang pada akhirnya mempengaruhi penjualan.

Kedua, kondisi ekonomi makro tidak secara langsung mempengaruhi penjualan jika pasar target memiliki karakteristik yang berbeda atau tidak terlalu terpengaruh oleh fluktuasi ekonomi. Produk yang dijual bukan merupakan barang kebutuhan pokok, permintaan akan tidak stabil ketika kondisi ekonomi memburuk. Ketiga, meskipun isu keberlanjutan lingkungan semakin penting, pengaruhnya terhadap penjualan tergantung pada tingkat kesadaran dan kepedulian konsumen. Konsumen

di pasar target belum terlalu peduli dengan isu lingkungan, dampaknya terhadap penjualan minimal. Upaya keberlanjutan lingkungan lebih berpengaruh pada reputasi jangka panjang daripada penjualan langsung. Investasi dalam keberlanjutan tidak segera terlihat dalam bentuk peningkatan penjualan, tetapi lebih sebagai investasi jangka panjang untuk membangun citra perusahaan yang bertanggung jawab. Jika tidak ada regulasi yang ketat atau insentif yang jelas dari pemerintah terkait praktik keberlanjutan, perusahaan tidak merasakan tekanan atau motivasi yang kuat untuk mengadopsi praktik tersebut, sehingga pengaruhnya terhadap penjualan juga tidak signifikan.

Pengaruh peningkatan permintaan terhadap pertumbuhan penjualan

H1: Peningkatan permintaan berpengaruh secara positif terhadap pertumbuhan penjualan. Hipotesis 1 diterima karena memiliki nilai p-value 0.046 atau < 0.05 dan nilai t statistic 2.799 atau > 1.96 sehingga peningkatan permintaan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan penjualan sebesar 0.149. Semakin meningkatnya permintaan akan meningkatkan penjualan sebesar 0.149. Hasil analisis menunjukkan bahwa indikator peningkatan permintaan di CV Lima Daun Semanggi yang mencakup (1) Peningkatan permintaan produk dari konsumen, (2) Kelancaran pemasaran produk karena tingginya pengetahuan masyarakat tentang produk, (3) Produk yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat, memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan penjualan. Produk berkualitas memiliki kecenderungan untuk mendorong konsumen untuk merencanakan pembelian ulang.

Penelitian yang dilakukan oleh berbagai peneliti, seperti Saragih (2017), Swastha dan Handoko (2012), Adewale et al. (2013), Foxall (2009), R. Porto & Lima (2015), Swastha (2008), dan Dwijayani (2013), telah menyelidiki pengaruh berbagai faktor terhadap pertumbuhan penjualan. Salah satu aspek yang terbukti memengaruhi pertumbuhan penjualan adalah kualitas produk. Saragih (2017) menemukan bahwa kualitas produk memiliki dampak signifikan terhadap volume penjualan ekspor, sementara Swastha dan Handoko (2012) menekankan bahwa motivasi pembelian seseorang dipengaruhi oleh kelengkapan produk, termasuk mutunya. Adewale et al. (2013) menyimpulkan bahwa kualitas produk berkontribusi pada kinerja bisnis dengan meningkatkan pangsa pasar dan melakukan ekspansi.

Selain itu, faktor harga juga memiliki peran penting. Foxall (2009) menunjukkan bahwa konsumen cenderung membeli lebih banyak saat harga lebih rendah, sedangkan R. Porto & Lima (2015) menemukan bahwa diskon harga berdampak signifikan pada peningkatan volume penjualan. Swastha (2008) menegaskan bahwa harga adalah salah satu faktor utama yang mempengaruhi volume penjualan. Terakhir, Dwijayani (2013) menyoroti bahwa harga, lokasi, dan kualitas layanan bersama-sama memiliki dampak signifikan pada volume penjualan. Melalui penelitian mereka, para peneliti tersebut telah memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi pertumbuhan penjualan dan bagaimana faktor-faktor tersebut saling berhubungan dalam konteks bisnis.

Pengaruh peningkatan konsumen terhadap pertumbuhan penjualan

H2: Peningkatan konsumen berpengaruh secara positif terhadap pertumbuhan penjualan. Hipotesis 2 diterima karena memiliki nilai p value 0.039 atau < 0.05 dan nilai t statistic 2.073 atau > 1.96 sehingga peningkatan konsumen berpengaruh positif terhadap pertumbuhan penjualan sebesar 0.379. Semakin meningkatnya konsumen akan meningkatkan penjualan sebesar 0.379. Berdasarkan hasil menunjukkan bahwa indikator peningkatan konsumen di CV Lima Daun Semanggi yang meliputi (1) Konsumen yang berbelanja di CV Lima Daun Semanggi semakin lama semakin

bertambah, (2) Harga produk yang dijual terjangkau atau tergolong murah dibandingkan tempat yang lain, (3) Konsumen yang berbelanja dikarenakan kualitas produk tergolong baik, (4) Konsumen merasa senang berbelanja di CV Lima Daun Semanggi, (5) Konsumen merekomendasikan CV Lima Daun Semanggi ke orang lain, (6) Konsumen membeli Kembali produk di CV Lima Daun Semanggi dapat mempengaruhi dalam peningkatan penjualan.

Pentingnya jumlah pelanggan dalam memengaruhi profitabilitas perusahaan telah menjadi fokus penelitian yang relevan. Menurut Mashuri & Mardianis (2020), semakin banyak pelanggan yang merasa puas dengan produk dan layanan suatu perusahaan, semakin besar kemungkinan mereka akan menjadi pelanggan tetap. Dalam konteks ini, perusahaan perlu memprioritaskan peningkatan kualitas produk dan layanan untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Hal ini dapat berdampak positif pada pertumbuhan penjualan, karena kepuasan pelanggan seringkali menjadi kunci untuk mempertahankan dan menarik pelanggan baru.

Selain itu, menurut Medeiros et al (2020) kepuasan pelanggan memiliki peran strategis sebagai strategi defensif dan ofensif dalam persaingan bisnis. Secara defensif, meningkatnya kepuasan pelanggan dapat membantu perusahaan mempertahankan basis pelanggannya dari serangan pesaing, karena pelanggan yang puas cenderung loyal dan kurang terpengaruh oleh tawaran dari pesaing. Di sisi lain, secara ofensif, kepuasan pelanggan dapat dimanfaatkan untuk menarik pelanggan dari pesaing dengan menawarkan pengalaman yang lebih baik dan layanan yang lebih memuaskan.

Jumlah konsumen dipandang sebagai indikator penting dari pertumbuhan perusahaan karena mencerminkan tingkat daya tarik perusahaan di pasar. Dengan memiliki basis pelanggan yang besar dan berkualitas, perusahaan dapat meningkatkan pangsa pasarnya dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, memahami hubungan antara jumlah pelanggan, kepuasan pelanggan, dan pertumbuhan penjualan menjadi kunci bagi perusahaan untuk mencapai kesuksesan jangka panjang dalam bisnisnya.

Pengaruh peningkatan sarana dan prasarana berpengaruh terhadap pertumbuhan penjualan

H3: Peningkatan sarana dan prasarana memiliki dampak positif terhadap pertumbuhan penjualan. Hipotesis 3 dapat diterima karena memiliki nilai p-value sebesar 0.036, yang kurang dari 0.05, dan nilai t-statistic sebesar 2.190, yang lebih besar dari 1.96. Oleh karena itu, peningkatan sarana dan prasarana berkontribusi positif terhadap pertumbuhan penjualan sebesar 0.285. Semakin meningkatnya sarana dan prasarana akan meningkatkan penjualan sebesar 0.285. Berdasarkan hasil menunjukkan bahwa indikator peningkatan sarana dan prasarana di CV Lima Daun Semanggi yang meliputi (1) sarana dan prasarana yang tersedia untuk produksi tergolong lengkap, (2) penambahan sarana dan prasarana menunjang kuantitas produk yang dihasilkan, (3) sarana dan prasarana yang tersedia terawat dengan baik, (4) sarana dan prasarana yang rusak dengan cepat diganti dengan yang baru, dapat mempengaruhi dalam peningkatan penjualan.

Menurut penelitian Isichei et al (2020), Ketersediaan sarana dan prasarana memiliki peran krusial dalam mendukung pertumbuhan penjualan suatu perusahaan. Sarana mengacu pada segala peralatan, bahan, dan perabot yang digunakan secara langsung dalam proses produksi atau penjualan, seperti mesin, kendaraan, perabot, dan sebagainya. Di sisi lain, prasarana mencakup fasilitas fisik yang menjadi

penunjang utama dalam pelaksanaan kegiatan, seperti gedung produksi, gudang, ruang kerja, dan tempat parkir.

Menurut penelitian Yadav et al (2020), Kehadiran sarana dan prasarana yang memadai sangat penting untuk kelancaran operasional perusahaan, baik dalam aspek pemasaran produk maupun proses produksi. Sarana yang memadai dapat meningkatkan efisiensi dalam proses produksi, memperbaiki kualitas produk, dan mempercepat waktu pengiriman kepada pelanggan. Sementara itu, prasarana yang memadai, seperti fasilitas produksi yang modern dan fasilitas penyimpanan yang luas, dapat membantu perusahaan dalam memenuhi permintaan pelanggan dengan tepat waktu dan mengoptimalkan rantai pasok secara keseluruhan.

Menurut Tamošaitienė et al (2020), Meskipun terdapat kendala terkait keterbatasan sarana dan prasarana, seperti keterbatasan anggaran atau infrastruktur yang tidak memadai, perusahaan masih dapat mencapai pertumbuhan penjualan yang signifikan dengan melakukan peningkatan yang tepat. Hal ini bisa dilakukan dengan mengalokasikan sumber daya yang tersedia secara efisien, melakukan investasi dalam perbaikan infrastruktur, atau mencari solusi alternatif untuk mengatasi kendala yang ada. Dengan demikian, ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai akan menjadi faktor penting dalam mendorong pertumbuhan penjualan dan keberhasilan jangka panjang suatu perusahaan.

Pengaruh penambahan tenaga kerja terhadap pertumbuhan penjualan

H4: Penambahan tenaga kerja tidak berpengaruh pada pertumbuhan penjualan. Hipotesis 4 tidak diterima karena memiliki nilai p value 0.835 atau > 0.05 dan nilai t statistic 0.209 atau < 1.96 sehingga penambahan tenaga kerja tidak mempengaruhi peningkatan penjualan. Berdasarkan hasil analisis, faktor peningkatan tenaga kerja di CV Lima Daun Semanggi mencakup beberapa aspek penting yang memengaruhi operasional perusahaan. Pertama, perusahaan tidak mengalami kesulitan dalam merekrut tenaga kerja, menunjukkan ketersediaan sumber daya manusia yang memadai dalam pasar tenaga kerja setempat. Kedua, pendidikan bukanlah faktor utama yang dipertimbangkan dalam penerimaan tenaga kerja baru, namun pengalaman kerja menjadi kriteria utama dalam proses seleksi, menekankan pentingnya keahlian praktis dalam lingkungan kerja. Ketiga, keterampilan dan keahlian dari tenaga kerja sangat diperlukan untuk mencegah kemacetan produksi, menunjukkan bahwa efisiensi operasional tergantung pada kemampuan individu dalam menangani tugas dan tanggung jawab mereka. Keempat, baik tenaga kerja laki-laki maupun perempuan memiliki peran penting dalam proses produksi dan distribusi, menekankan kesetaraan gender dalam lingkungan kerja. Terakhir, gaji atau upah yang diberikan kepada karyawan tidak dianggap sebagai faktor yang mempengaruhi peningkatan penjualan, karena telah disepakati sebelumnya dan dianggap memadai oleh kedua belah pihak. Dengan demikian, analisis tersebut memberikan gambaran yang komprehensif tentang dinamika peningkatan tenaga kerja di CV Lima Daun Semanggi dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Menurut penelitian de Jong et al (2021), Perusahaan yang telah berhasil mengelola tenaga kerja yang sudah efisien dalam menghadapi volume kerja, sehingga penambahan lebih lanjut tidak secara signifikan meningkatkan output yang mempengaruhi penjualan. Selain itu, menurut penelitian Santos et al (2020), fokus rekrutmen pada pengalaman kerja dibandingkan pendidikan formal menunjukkan komitmen untuk meningkatkan efisiensi operasional, meskipun hal ini tidak secara langsung menghasilkan peningkatan penjualan tanpa adanya pertumbuhan permintaan atau perubahan di pasar. Menurut penelitian Kabeer (2021), Meskipun

praktik kesetaraan gender dan kompensasi yang adil diterapkan, hal ini tidak secara langsung mempengaruhi penjualan kecuali jika terdapat perubahan signifikan dalam permintaan atau pasar.

Pengaruh penambahan modal terhadap pertumbuhan penjualan

H5: Penambahan modal berpengaruh secara positif terhadap pertumbuhan penjualan. Hipotesis 5 diterima karena memiliki nilai p value 0.031 atau < 0.05 dan nilai t statistic 2.405 atau > 1.96 sehingga peningkatan modal berpengaruh positif terhadap pertumbuhan penjualan sebesar 0.349. Semakin meningkatnya modal akan meningkatkan penjualan sebesar 0.349. Analisis menunjukkan bahwa faktor peningkatan modal di CV Lima Daun Semanggi mencakup beberapa aspek penting yang memengaruhi kinerja dan pertumbuhan perusahaan. Pertama, modal perusahaan bersumber dari sumber daya internal, menunjukkan kemandirian finansial dan keberlangsungan usaha. Kedua, modal yang tersedia memadai untuk menjalankan operasional perusahaan dengan efisien dan efektif, mengindikasikan stabilitas keuangan dan pengelolaan yang baik. Ketiga, terkadang ada penawaran tambahan modal dari lembaga keuangan seperti koperasi dan bank, memberikan fleksibilitas tambahan dalam pengelolaan keuangan perusahaan. Keempat, modal tambahan yang diperoleh digunakan untuk memperoleh peralatan yang lebih lengkap, meningkatkan kapasitas produksi dan kualitas barang atau jasa yang dihasilkan. Kelima, dengan adanya modal tambahan, tingkat produksi meningkat, memungkinkan perusahaan untuk memenuhi permintaan pasar yang lebih besar. Keenam, besarnya modal dapat memenuhi kebutuhan produksi dengan lebih baik, memastikan ketersediaan sumber daya yang diperlukan. Ketujuh, besarnya modal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap produksi dan pendapatan yang diperoleh, menunjukkan hubungan yang erat antara sumber daya finansial dan kinerja perusahaan. Terakhir, keuntungan yang diperoleh sejalan dengan besarnya modal yang dikeluarkan, menggambarkan hubungan yang proporsional antara investasi dan hasil yang dicapai, yang pada gilirannya dapat memengaruhi peningkatan penjualan dan pertumbuhan perusahaan secara keseluruhan. Dengan demikian, analisis tersebut memberikan pemahaman yang komprehensif tentang pentingnya modal dalam mendukung operasional dan pertumbuhan CV Lima Daun Semanggi.

Teori pecking order menyatakan bahwa dalam mengelola struktur modalnya, perusahaan cenderung mengikuti urutan prioritas tertentu. Ketika pertumbuhan penjualan meningkat, perusahaan lebih memilih untuk menggunakan dana internal, seperti laba yang ditahan, daripada mengandalkan dana eksternal. Prinsip ini didasarkan pada keyakinan bahwa penggunaan dana internal lebih fleksibel dan lebih murah daripada dana eksternal, seperti pinjaman atau penerbitan saham. Seiring dengan itu, jika dana internal tidak mencukupi, perusahaan akan lebih memilih untuk menerbitkan obligasi daripada saham, karena obligasi memungkinkan perusahaan untuk mempertahankan kendali manajerial. Teori ini menyatakan bahwa tidak ada struktur modal yang optimal, dan keputusan perusahaan tentang pembiayaan lebih didasarkan pada pertimbangan praktis dan situasional.

Penelitian dalam konteks teori pecking order menunjukkan hasil yang beragam tentang hubungan antara pertumbuhan penjualan dan struktur modal perusahaan. Beberapa penelitian, seperti yang dilakukan oleh Farisa & Widati (2017), Naibaho et al. (2015), dan Wijaya et al. (2013), menemukan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh positif terhadap struktur modal. Hal ini karena pertumbuhan penjualan yang meningkat dapat meningkatkan laba yang ditahan, yang pada

gilirannya meningkatkan jumlah dana internal yang tersedia untuk perusahaan. Namun, penelitian lain, seperti yang dilakukan oleh Dewiningrat & Mustanda (2018), menemukan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh negatif terhadap struktur modal. Mereka menunjukkan bahwa pertumbuhan yang tinggi mendorong perusahaan untuk menggunakan lebih banyak modal dan mengurangi ketergantungannya pada pinjaman.

Pengaruh kondisi perekonomian Indonesia terhadap pertumbuhan penjualan

H6: Kondisi perekonomian Indonesia tidak berpengaruh pada pertumbuhan penjualan. Hipotesis 6 tidak diterima karena memiliki nilai p value 0.750 atau > 0.05 dan nilai t statistic 0.318 atau < 1.96 sehingga kondisi perekonomian Indonesia tidak mempengaruhi peningkatan penjualan. Hasil analisis menunjukkan bahwa kondisi perekonomian Indonesia di CV Lima Daun Semanggi tercermin dalam beberapa indikator, antara lain: (1) Daya beli masyarakat menurun selama masa pandemi, mengakibatkan penurunan pola konsumsi dan jumlah barang yang dibeli oleh masyarakat, serta berdampak pada berkurangnya pendapatan usaha. (2) Meskipun demikian, peningkatan ekonomi masyarakat tidak signifikan mempengaruhi peningkatan penjualan.

Menurut penelitian Satish et al (2021), penurunan daya beli masyarakat yang terjadi selama pandemi mengindikasikan bahwa konsumen mengurangi pengeluaran mereka, memilih untuk membatasi pembelian barang-barang non-essential. Ini mencerminkan tantangan nyata bagi perusahaan yang bergantung pada konsumsi langsung dari pasar domestik. Meskipun demikian, tidak adanya dampak yang signifikan terhadap penjualan menunjukkan bahwa perusahaan telah berhasil menyesuaikan strategi pemasaran atau menargetkan segmen pasar yang lebih stabil atau memiliki kebutuhan yang lebih tetap.

Menurut penelitian Sohn & Kim (2020). meskipun terdapat peningkatan ekonomi masyarakat yang tidak signifikan, dampaknya terhadap penjualan juga tidak signifikan. Ini menunjukkan bahwa faktor-faktor lain seperti kualitas produk, keunggulan kompetitif, atau strategi pemasaran memiliki peran yang lebih dominan dalam menentukan pertumbuhan penjualan perusahaan. Perubahan kecil dalam kondisi perekonomian tidak cukup kuat untuk mengubah perilaku konsumen atau permintaan produk secara signifikan.

Pengaruh isu keberlanjutan lingkungan terhadap pertumbuhan penjualan

H7: isu keberlanjutan lingkungan tidak berpengaruh pada pertumbuhan penjualan. Hipotesis 7 tidak diterima karena memiliki nilai p value 0.712 atau > 0.05 dan nilai t statistic 0.370 atau < 1.96 sehingga isu keberlanjutan lingkungan tidak mempengaruhi peningkatan penjualan. Berdasarkan hasil menunjukkan bahwa indikator isu keberlanjutan lingkungan di CV Lima Daun Semanggi yang meliputi (1) Adanya isu pengurangan plastik berpengaruh terhadap penurunan penjualan, (2) Sejak adanya kebijakan plastik berbayar, konsumen yang berbelanja menjadi berkurang, (3) Adanya peningkatan Upaya untuk berpartisipasi melindungi lingkungan dari pencemaran, (4) Isu keberlanjutan lingkungan tidak berpengaruh pada penjualan yang terjadi, (5) konsumen tetap membeli produk meskipun adanya isu keberlanjutan lingkungan, tidak dapat mempengaruhi dalam peningkatan penjualan.

Menurut penelitian Van Loon et al (2021), meskipun isu-isu lingkungan seperti pengurangan plastik dan kebijakan plastik berbayar mempengaruhi pola pembelian konsumen, dampaknya tidak menciptakan perubahan yang signifikan dalam penjualan perusahaan. Menurut penelitian Walker et al (2021), adanya isu

pengurangan plastik dan kebijakan plastik berbayar memang memiliki dampak terhadap perilaku konsumen. Konsumen yang lebih peduli terhadap lingkungan cenderung memilih produk yang lebih ramah lingkungan atau mengurangi pembelian produk yang memiliki dampak negatif terhadap lingkungan. Namun, meskipun ada perubahan dalam preferensi ini, dampaknya tidak cukup besar untuk secara signifikan mempengaruhi penjualan.

Menurut penelitian Khan et al (2021), peningkatan upaya untuk melindungi lingkungan dari pencemaran menunjukkan bahwa isu keberlanjutan lingkungan menjadi semakin penting dalam kesadaran publik dan tanggung jawab sosial perusahaan. Meskipun ini dapat meningkatkan reputasi perusahaan dalam jangka panjang, pengaruhnya terhadap penjualan dalam jangka pendek terbatas.

Menurut penelitian Zhang & Dong (2020), walaupun konsumen tetap membeli produk meskipun ada isu keberlanjutan lingkungan, hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor lain seperti kualitas produk, harga, atau citra merek lebih dominan dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen. Preferensi untuk membeli produk tertentu lebih dipengaruhi oleh manfaat langsung yang diberikan produk tersebut dibandingkan dengan faktor lingkungan.

IMPLIKASI MANAGERIAL

1. Manajemen harus fokus pada strategi pemasaran yang efektif untuk terus meningkatkan permintaan produk. Ini dapat dilakukan melalui kampanye promosi yang agresif, penawaran diskon, dan program loyalitas pelanggan. Dengan peningkatan permintaan yang mampu meningkatkan penjualan sebesar 0.149, investasi dalam pemasaran yang tepat akan memberikan dampak positif yang signifikan pada pertumbuhan penjualan.
2. Perusahaan harus meningkatkan upaya untuk menarik konsumen baru dan mempertahankan yang sudah ada. Strategi ini bisa melibatkan pengembangan produk baru, peningkatan layanan pelanggan, dan eksplorasi pasar baru. Mengingat peningkatan konsumen dapat meningkatkan penjualan sebesar 0.379, upaya untuk meningkatkan basis konsumen harus menjadi prioritas utama.
3. Investasi dalam infrastruktur dan fasilitas yang lebih baik sangat penting. Ini termasuk peningkatan kapasitas produksi, perbaikan sistem distribusi, dan modernisasi peralatan. Dengan peningkatan sarana dan prasarana yang dapat meningkatkan penjualan sebesar 0.285, manajemen harus mengalokasikan anggaran yang cukup untuk perbaikan dan pengembangan fasilitas.
4. Meskipun penambahan tenaga kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan penjualan, perusahaan tetap harus memastikan efisiensi tenaga kerja yang ada. Fokus dapat dialihkan ke pelatihan dan pengembangan keterampilan tenaga kerja untuk meningkatkan produktivitas tanpa perlu menambah jumlah tenaga kerja yang signifikan.
5. Manajemen perlu mencari sumber pendanaan tambahan untuk memperbesar modal usaha. Hal ini bisa dilakukan melalui penggalangan dana, pinjaman, atau reinvestasi laba. Mengingat bahwa penambahan modal dapat meningkatkan penjualan sebesar 0.349, memiliki akses ke modal yang cukup akan membantu dalam ekspansi bisnis dan pengembangan produk baru.

Meski isu keberlanjutan lingkungan tidak memiliki pengaruh langsung terhadap pertumbuhan penjualan, perusahaan tetap harus mengadopsi praktik bisnis yang ramah lingkungan. Ini penting untuk menjaga reputasi perusahaan dan memenuhi ekspektasi konsumen yang semakin peduli terhadap isu lingkungan. Selain itu,

kepatuhan terhadap regulasi lingkungan dapat mencegah potensi masalah hukum di masa depan.

KESIMPULAN

1. Peningkatan permintaan berpengaruh secara positif terhadap pertumbuhan penjualan. Semakin meningkatnya permintaan akan meningkatkan penjualan sebesar 0.149.
2. Peningkatan konsumen berpengaruh secara positif terhadap pertumbuhan penjualan. Semakin meningkatnya konsumen akan meningkatkan penjualan sebesar 0.379.
3. Peningkatan sarana dan prasarana berpengaruh secara positif terhadap pertumbuhan penjualan. Semakin meningkatnya sarana dan prasarana akan meningkatkan penjualan sebesar 0.285
4. Penambahan tenaga kerja tidak berpengaruh pada pertumbuhan penjualan, sehingga penambahan tenaga kerja tidak mempengaruhi peningkatan penjualan.
5. Penambahan modal berpengaruh secara positif terhadap pertumbuhan penjualan. Semakin meningkatnya modal akan meningkatkan penjualan sebesar 0.349
6. Kondisi perekonomian indonesia tidak berpengaruh pada pertumbuhan penjualan, sehingga kondisi perekonomian indonesia tidak mempengaruhi peningkatan penjualan..
7. Isu keberlanjutan lingkungan tidak berpengaruh pada pertumbuhan penjualan, sehingga isu keberlanjutan lingkungan tidak mempengaruhi peningkatan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, J. (2020). HEISQUAL: A modern approach to measure service quality in higher education institutions. *Studies in Educational Evaluation*, 67, 100933.
- Adewale, G. 2013. Impact of Marketing Strategy on Business Performance A Study of Selected Small and Medium Enterprises (Smes) In Oluyole Local Government, Ibadan, Nigeria. *IOSR Journal of Business and Management*, 11(4), 59–66.
- Adiputra, I. G., & Hermawan, A. (2020). The effect of corporate social responsibility, firm size, dividend policy and liquidity on firm value: Evidence from manufacturing companies in Indonesia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 11(6), 325-338.
- Adyatma, E, & Oktaviani, RM. 2015. Pengaruh Pendapatan Asli Daerah dan Dana Alokasi Umum Terhadap Belanja Modal Dengan Pertumbuhan Ekonomi Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 4(2), 190–205.
- Afila, R, Kismartini, K, Santoso, RS. 2022. Monitoring Kebijakan Penggunaan Plastik Di Kota Semarang. Universitas Diponegoro
- Ahearne, M., Atefi, Y., Lam, S. K., & Pourmasoudi, M. (2022). The future of buyer–seller interactions: A conceptual framework and research agenda. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 1-24.
- Ahidi, U. 2019. Implementasi Pemasaran Berkelanjutan Dalam Rangka Mendukung Ekonomi Berkelanjutan Dan Pembangunan Berkelanjutan (Sebuah Tinjauan). *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(1), 243-255
- Albi, M. 2019. Pengaruh Sarana Prasarana Dan Kreativitas Pendidik Terhadap Kepuasan Santri Di Ponpes Yasin Kudus. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
- Alexandro, R., & Basrowi, B. (2024). The influence of macroeconomic infrastructure on supply chain smoothness and national competitiveness and its implications on a country's economic growth: evidence from BRICS countries. *Uncertain Supply Chain Management*, 12(1), 167-180.

- Alim, B. E., Damayanti, S., & Noveria, A. (2023). Unraveling PT Cita Mineral Investindo: Growth Potential through Organic & Inorganic Strategies under Bauxite Export Ban. *International Journal of Current Science Research and Review*, 6(12), 8019-8030.
- Al-Omari, Z., Alomari, K., & Aljawarneh, N. (2020). The role of empowerment in improving internal process, customer satisfaction, learning and growth. *Management Science Letters*, 10(4), 841-848.
- Alzoubi, H., Alshurideh, M., Kurdi, B. A., Alhyasat, K., & Ghazal, T. (2022). The effect of e-payment and online shopping on sales growth: Evidence from banking industry. *International Journal of Data and Network Science*, 6(4), 1369-1380.
- Amar, MY, & Alexander, KP. 2017. Analisis Penerapan Marketing Value Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen: Studi Kasus Pada Konsumen Motor Yamaha Di Makassar. *Sosiohumaniora*, 9(2), 145-160
- Anggalih, NN. 2022. Analisis Perbandingan Kemasan Berkelanjutan Dengan Berbahan Dasar Material Alam. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*. 22 (1), 8-17
- Anwar, G., & Abdullah, N. N. (2021). The impact of Human resource management practice on Organizational performance. *International journal of Engineering, Business and Management (IJEEM)*, 5.
- Arbintarso, ES., Nurnawati, EK. 2022. Peranan Keluarga Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Lingkungan Melalui Daur Ulang Limbah Plastik Rumah Tangga . *Jurnal Berdaya Mandiri* 4(3), 300 – 318
- Arifin, J, dan Ihsan, S. 2018. Analisa Dan Perancangan Limbah Plastik Sampah Polyethylene Terephthalate Untuk Menghasilkan Bahan Bakar Alternatif . *Jurnal Eeict*, 1, 53-60
- Arsadena, BA. 2020. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Struktur Modal Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 1011-1025
- Asih, D., Harwani, Y., Ramli, Y., Yussoff, Y. M., Saratian, E. T. P., & Soelton, M. (2023). Strategy Of Sales Volume Expansion For Msme Group In Bantarjaya Village, Rancabungur-Bogor. *Jurnal Pengabdian Teratai*, 4(1), 132-139.
- Astuti, DD, & Hotima, C. (2016). Variabel Yang Mempengaruhi Struktur Modal Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Industri Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia). *Dinamika Global: Rebranding Keunggulan Kompetitif Berbasis Kearifan Lokal*, 398-411
- Azolibe, C. B., & Okonkwo, J. J. (2020). Infrastructure development and industrial sector productivity in Sub-Saharan Africa. *Journal of Economics and Development*, 22(1), 91-109.
- Badan Pusat Statistik. 2023. Tren produksi dan konsumsi plastik di Indonesia.
- Bilan, Y., Mishchuk, H., Samoliuk, N., & Yurchyk, H. (2020). Impact of income distribution on social and economic well-being of the state. *Sustainability*, 12(1), 429.
- Blanco-Gonzalez, A., Diéz-Martín, F., Cachón-Rodríguez, G., & Prado-Román, C. (2020). Contribution of social responsibility to the work involvement of employees. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(6), 2588-2598.
- Bowden, B. (2020). Economic Foundations: Adam Smith and the Classical School of Economics. *The Palgrave Handbook of Management History*, 345-365.
- Cahyaningtyas, R., And Lestari, P. 2020. Studi Kinerja Pemasaran Edel Cacao: Peran Kualitas Produk Dan Harga. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 768-780
- Caloghirou, Y., Giotopoulos, I., Kontolaimou, A., & Tsakanikas, A. (2022). Inside the black box of high-growth firms in a crisis-hit economy: Corporate strategy, employee human capital and R&D capabilities. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 18(3), 1319-1345.
- Cheong, C. W., Lee, M. H., & Weissmann, M. A. (2020). Credit access, tax structure and the performance of Malaysian manufacturing SMEs. *International Journal of Managerial Finance*, 16(4), 433-454.

- Chollisni, A., Syahrani, S., Shandy, A., & Anas, M. (2022). The concept of creative economy development-strengthening post COVID-19 pandemic in Indonesia. *Linguistics and Culture Review*, 6, 413-426.
- Coscieme, L., Mortensen, L. F., Anderson, S., Ward, J., Donohue, I., & Sutton, P. C. (2020). Going beyond Gross Domestic Product as an indicator to bring coherence to the Sustainable Development Goals. *Journal of Cleaner Production*, 248, 119232.
- Dadd, D., & Hinton, M. (2023). Performance measurement and evaluation: Applying return on investment (ROI) to human capital investments. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 72(9), 2736-2764.
- Darmawan, R.D. 2018. Analisa Pengaruh Work Family Conflict Dan Job Stress Terhadap Job Performance Perawat Di Rumah Sakit X. *Agora*, 6(2)
- Daulay, RA. 2020. Pengaruh Belanja Modal Dan Pendapatan Asli Daerah (Pad) Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Provinsi Sumatera Utara. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
- de Jong, A., Zacharias, N. A., & Nijssen, E. J. (2021). How young companies can effectively manage their slack resources over time to ensure sales growth: the contingent role of value-based selling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49(2), 304-326.
- Dewiningrat, Al, & Mustanda, IK. (2018). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, dan Struktur Aset terhadap Struktur Modal. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(7), 3471-3501
- Diana, H. I. (2020). Indicators for Measuring the Financial Performance of Economic Entities. *Ovidius University Annals, Economic Sciences Series*, 20(1), 945-953.
- Didier, T., Huneus, F., Larrain, M., & Schmukler, S. L. (2021). Financing firms in hibernation during the COVID-19 pandemic. *Journal of Financial Stability*, 53, 100837
- Dwijayani, H. 2013. Analysis of Effect of Price, Location And Services to Increase Sales Volume. *Improving the Quality of Education to Face the Impact of Technology*, 1(December), 586-588.
- Edwards, M. G. (2021). The growth paradox, sustainable development, and business strategy. *Business Strategy and the Environment*, 30(7), 3079-3094.
- Ekechi, C. C., Chukwurah, E. G., Oyeniyi, L. D., & Okeke, C. D. (2024). AI-infused chatbots for customer support: a cross-country evaluation of user satisfaction in the USA and the UK. *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 6(4), 1259-1272.
- Fajriah, Al, Idris, A., Nadhiroh, U. 2022. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 1-12
- Farisa, NA, & Widati, LW. 2017. Analisa Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, Struktur Aktiva dan Kebijakan Dividen terhadap Struktur Modal. *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papers UNISBANK Ke-3 (SENDI_U 3)*, 640-649.
- Foxall, GR. 2009. Consumer behavior analysis. *The SAGE Handbook of Marketing Theory*, 299- 315.
- Fraccastoro, S., Gabrielsson, M., & Pullins, E. B. (2021). The integrated use of social media, digital, and traditional communication tools in the B2B sales process of international SMEs. *International business review*, 30(4), 101776.
- Ghozali, I. 2008. *Structural Equation Modelling*, Edisi II, Universitas Diponegoro, Semarang
- Grafius, D. R., Varga, L., & Jude, S. (2020). Infrastructure interdependencies: Opportunities from complexity. *Journal of Infrastructure Systems*, 26(4), 04020036.
- Grant, R. M. (2021). *Contemporary strategy analysis*. John Wiley & Sons.
- Greenpeace. 2019. *Krisis Sebelum Terurai: Rekapitulasi Temuan Audit Merek Sampah Plastik Tahun 2016-2019 di Indonesia*. <https://www.greenpeace.org/static/planet4-indonesia-stateless/2019/11/f8b99e3cgreenpeace-final-rekapitulasi-audit-mereksampah-plastik-sekali-pakai-lowres.pdf>

- Hair JF., Sarstedt, Hopkins, Kuppelwieser VG. 2014. Partial least square structural equation modeling (pls-sem): an emerging tool in business research. *European business review*, 26(2), 106-121
- Hakim, MZ. 2019. Pengelolaan Dan Pengendalian Sampah Plastik Berwawasan Lingkungan . *Ammana Gappa* 27(2), 111-121
- Hamidi, N. N. E., Mansor, F. A., Hashim, M. Z., Muhammad, N., & Wan Azib, W. N. H. (2020). The relationship between physical workplace environment and employees' performance. *Journal of Contemporary Social Science Research*, 4(1), 56-67.
- Hamzah, A. A., & Shamsudin, M. F. (2020). Why customer satisfaction is important to business?. *Journal of Undergraduate Social Science and Technology*, 1(1).
- Han, M. S., Hampson, D. P., Wang, Y., & Wang, H. (2022). Consumer confidence and green purchase intention: An application of the stimulus-organism-response model. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 68, 103061.
- Hasrat, R., & Lase, B. 2020. Pertumbuhan Ekonomi Dan Dana Alokasi Umum Terhadap Anggaran Belanja Modal. *Student Scientific Creativity Journal (Sscj)*, 1(3), 227-241
- Hellen, Mintarti, S, Fitriadi. 2017. Pengaruh Investasi Dan Tenaga Kerja Serta Pengeluaran Pemerintah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Serta Kesempatan Kerja. *Inovasi*, 13(1), 28-38
- Hutapea, DLF, Sari, R, Hulu, J., Siurian, EF. 2020. Pengaruh Current Ratio, Debt To Equity, Sales Growth, Dan Perputaran Modal Kerja Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Di Indonesia Periode 2013 - 2017. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(3), 588-600
- Hutt, M. D., & Speh, T. W. (2021). *Business marketing management: B2B*. South-Western, Cengage Learning.
- Indrawati, S. M., & Kuncoro, A. (2021). Improving competitiveness through vocational and higher education: Indonesia's vision for human capital development in 2019–2024. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 57(1), 29-59.
- Isichei, E. E., Emmanuel Agbaeze, K., & Odiba, M. O. (2020). Entrepreneurial orientation and performance in SMEs: The mediating role of structural infrastructure capability. *International Journal of Emerging Markets*, 15(6), 1219-1241.
- Javaid, M., Haleem, A., Singh, R. P., & Suman, R. (2021). Significance of Quality 4.0 towards comprehensive enhancement in manufacturing sector. *Sensors International*, 2, 100109
- Javaid, M., Haleem, A., Singh, R. P., Suman, R., & Rab, S. (2021). Role of additive manufacturing applications towards environmental sustainability. *Advanced Industrial and Engineering Polymer Research*, 4(4), 312-322.
- Kabeer, N. (2021). Gender equality, inclusive growth, and labour markets. In *Women's Economic Empowerment* (pp. 13-48). Routledge.
- Kazekami, S. (2020). Mechanisms to improve labor productivity by performing telework. *Telecommunications Policy*, 44(2), 101868.
- Kesuma, A. 2009. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal Serta Pengaruhnya Terhadap Harga Saham Perusahaan Real Estate Yang Go Public Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11(1), 38-45
- Khan, S. A. R., Yu, Z., & Umar, M. (2021). How environmental awareness and corporate social responsibility practices benefit the enterprise? An empirical study in the context of emerging economy. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 32(5), 863-885.
- Kore, ELR, & Dina Fitri Septarini, DF. 2018. Analisis Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) (Studi Kasus Pada Ukm Sektor Industri Kecil Formal Di Kabupaten Merauke). *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 9 (1), 22-37
- Kruk, S. (2021). Impact of capital structure on corporate value—review of literature. *Journal of Risk and Financial Management*, 14(4), 155.
- Kumar, V., & Rajan, B. (2020). Customer lifetime value: What, how, and why. In *The Routledge companion to strategic marketing* (pp. 422-448). Routledge

- Kuncoro, H. A. D. P., & Kusumawati, N. (2021). a Study of Customer Preference, Customer Perceived Value, Sales Promotion, and Social Media Marketing Towards Purchase Decision of Sleeping Product in Generation Z. *Advanced International Journal of Business, Entrepreneurship and SMEs*, 3(9), 265-276.
- Kuprina, N., Markova, T., Stupnytska, M., & Volodina, O. (2020). Peculiarities of analysis of enterprise's own capital in modern conditions. *Food Industry Economics*, 12(1).
- Kurniati, H., & Yulian, I. 2022. Pengaruh Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal. *Jurnal Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 11(1), 118-129.
- Kurniawan, E., & Satria, D. 2021. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pertumbuhan Penjualan Perusahaan Otomotif Pada Masa Pandemi Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3(2), 29-43
- Lase, R. H. B., & Ananda, F. (2023). Pertumbuhan Ekonomi Dan Dana Alokasi Umum Terhadap Anggaran Belanja Modal. *Student Scientific Creativity Journal*, 1(3), 227-241.
- Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia. 2023. Konsumsi Plastik Indonesia Tertinggi Kedua di Dunia. <http://lipi.go.id/lipimedia/single/Konsumsi-Plastik-Indonesia-Tertinggi-Kedua-di-Dunia/1517>
- Li, L. (2022). Reskilling and upskilling the future-ready workforce for industry 4.0 and beyond. *Information Systems Frontiers*, 1-16.
- Litvinenko, V. S. (2020). Digital economy as a factor in the technological development of the mineral sector. *Natural Resources Research*, 29(3), 1521-1541.
- Lyu, W., & Liu, J. (2021). Soft skills, hard skills: What matters most? Evidence from job postings. *Applied Energy*, 300, 117307.
- Maestas, N., Mullen, K. J., & Powell, D. (2023). The effect of population aging on economic growth, the labor force, and productivity. *American Economic Journal: Macroeconomics*, 15(2), 306-332.
- Martins, A., Gomes, D., & Branco, M. C. (2020). Managing corporate social and environmental disclosure: An accountability vs. impression management framework. *Sustainability*, 13(1), 296.
- Mashuri, & Mardianis, N. 2020. Pengaruh Jumlah Pelanggan Terhadap Tingkat Profitabilitas Pada Perusahaan Daerah Air Minum Di Kota Bengkalis Jas (*Jurnal Akuntansi Syariah*), 4(1), 83-94
- Medeiros, M. M. D., Maçada, A. C. G., & Freitas Junior, J. C. D. S. (2020). The effect of data strategy on competitive advantage. *The Bottom Line*, 33(2), 201-216.
- Montiel, I., Cuervo-Cazurra, A., Park, J., Antolín-López, R., & Husted, B. W. (2021). Implementing the United Nations' sustainable development goals in international business. *Journal of International Business Studies*, 52(5), 999-1030.
- Naibaho, A., Topowijono, & Azizah, D. F. (2015). Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Struktur Aktiva dan Ukuran Perusahaan terhadap Struktur Modal. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 28(1), No. 1. Retrieved from administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id
- Naini, N. F., Santoso, S., Andriani, T. S., Claudia, U. G., & Nurfadillah, N. (2022). The effect of product quality, service quality, customer satisfaction on customer loyalty. *Journal of consumer sciences*, 7(1), 34-50.
- Neamat, S. (2022). A Strategy for the Growth and Internationalization of Companies: International Mergers and Acquisitions. *Journal of Applied Science and Technology Trends*, 3(01), 20-26.
- Neves, M. E., Serrasqueiro, Z., Dias, A., & Hermano, C. (2020). Capital structure decisions in a period of economic intervention: Empirical evidence of Portuguese companies with panel data. *International Journal of Accounting & Information Management*, 28(3), 465-495.
- Novianti, AI, & Kartika L. 2017. Pengaruh green marketing kebijakan kantong plastik berbayar terhadap green behaviour masyarakat kota. *Jurnal riset manajemen dan bisnis*, 2(1), 81-94.

- Novione, NM, Suweta, PD, Dewi MR. 2016. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Struktur Aktiva, Dan Pertumbuhan Aktiva Terhadap Struktur Modal. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(8), 5172-5199
- Ochuba, N. A., Amoo, O. O., Akinrinola, O., Usman, F. O., & Okafor, E. S. (2024). Market expansion and competitive positioning in satellite telecommunications: a review of analytics-driven strategies within the global landscape. *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 6(3), 567-581.
- Olasunkanmi, S. 2013. *I j c r b*. 485–496
- Paley, N. (2021). *The manager's guide to competitive marketing strategies*. Routledge
- Pasanea, JSE. 2020. Pengaruh Pengungkapan Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan: 1-27
- Peterson, M. F., Arregle, J. L., & Martin, X. (2020). Multilevel models in international business research. *Research methods in international business*, 417-432.
- Plumlee, M., Brown, D., Hayes, RM., & Marshall, RS. 2015. Voluntary Environmental Disclosure Quality and Firm Value : Further Evidence. 34, 336–338
- Porto, R., & Lima, N. 2015. Nonlinear Impact of the Marketing Mix on Brand Sales Performance. *Brazilian Business Review*, 12(5), 57–77
- Prasetyo, P. E., & Kistanti, N. R. (2020). Human capital, institutional economics and entrepreneurship as a driver for quality & sustainable economic growth. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 7(4), 2575.
- Pratama, N,D., A. Abdurahim, dan H. Sofyani. 2018. Determinan efektivitas implementasi anggaran berbasis kinerja dan penyerapan anggaran di pemerintah daerah, *jurnal reuiu akuntansi dan keuangan*, 8(1), 9-24.
- Priambodo, TJ, Topowijono, Azizah DF. 2014. Pengaruh Struktur Aktiva, Tingkat Pertumbuhan Penjualan Dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal (Studi Pada Perusahaan Tekstil Dan Garmen Yang Listing Di Bei Periode 2010-2012). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 9(1), 1-9
- Qiu, L., Hu, D., & Wang, Y. (2020). How do firms achieve sustainability through green innovation under external pressures of environmental regulation and market turbulence?. *Business Strategy and the Environment*, 29(6), 2695-2714.
- Redjeki, F., & Affandi, A. (2021). Utilization of digital marketing for MSME players as value creation for customers during the COVID-19 pandemic. *International Journal of Science and Society*, 3(1), 40-55.
- Rivaldo, Y., Kamanda, S. V., & Yusman, E. (2022). The Effect Of Products, Promotions And Prices On Mizon's Purchasing Decision At Alfamart Sungai Harapan. *Jurnal Mantik*, 6(2), 2393-2399.
- Rosadi E. 2019. Pengaruh Modal Dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Bersih Perusahaan Dalam Persepektif Ekonomi Islam. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung
- Salam, R. (2022). The Effectiveness of Accounting Information Systems on Vehicle Sales Growth. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 2(1), 10-18.
- Santi, NWA, Haris IA, Sujana, N. 2019. Pengaruh Harga Jual Dan Volum Penjualan Terhadap Pendapatan Ud. Broiler Putra Di Dusun Batumulapan Kabupaten Klungkung Pada Tahun 2015-2017. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(1), 116-127
- Santos, A., Armanu, A., Setiawan, M., & Rofiq, A. (2020). Effect of recruitment, selection and culture of organizations on state personnel performance. *Management science letters*, 10(6), 1179-1186.
- Saragih, H. 2017. Analisis Faktor Pendorong Pemasaran Ekspor Dan Pengaruhnya Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Pt. Perkebunan Nusantara Ii (Persero) Medan. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 3(2), 149–163.
- Sarstedt, M., C.M. Ringle, and J.F.Hair. 2017. Partial lest squares structural equation modeling. *Handbook of market research*, 1-40.
- Satish, K., Venkatesh, A., & Manivannan, A. S. R. (2021). Covid-19 is driving fear and greed in consumer behaviour and purchase pattern. *South Asian Journal of Marketing*, 2(2), 113-129.

- Satriawan R. 2018. Pengaruh promosi terhadap volume penjualan pada kangaroo motor mandiri. Institut agama islam negeri bengkulu.
- Setiadi, I., & Agustina, Y. 2019. Pengungkapan Lingkungan, Profitabilitas dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, XVII(2), 198-207.
- Sohn, J. W., & Kim, J. K. (2020). Factors that influence purchase intentions in social commerce. *Technology in Society*, 63, 101365.
- Sudirjo, F. (2023). Marketing Strategy in Improving Product Competitiveness in the Global Market. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 1(2), 63-69.
- Swastha, Basu. 2008. *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Syaadah, Pp, And Huda, N 2020. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitailitas Pada Pt.Gudang Garam Tbk. *Jurnal Ilmu Akuntansi*, 2(2), 133-140
- Syarif, R., & Halid, H. (1991). *Teknologi Penyimpanan Pangan*. Jakarta: Arcan.
- Tamošaitienė, J., Sarvari, H., Chan, D. W., & Cristofaro, M. (2020). Assessing the barriers and risks to private sector participation in infrastructure construction projects in developing countries of Middle East. *Sustainability*, 13(1), 153.
- Tang, S., & Higgins, C. (2022). Do not forget the “How” along with the “What”: Improving the transparency of sustainability reports. *California Management Review*, 65(1), 44-63.
- Tarigan, Z. J. H., Siagian, H., & Jie, F. (2021). Impact of internal integration, supply chain partnership, supply chain agility, and supply chain resilience on sustainable advantage. *Sustainability*, 13(10), 5460.
- Teng, C. I., Huang, T. L., Yang, Z. H., Wu, W. J., & Liao, G. Y. (2022). How strategic, offensive, and defensive engagement impact gamers’ need satisfaction, loyalty, and game usage. *International Journal of Information Management*, 66, 102515.
- Townsend, P. (2020). Measuring poverty. In *Welfare Law* (pp. 3-10). Routledge.
- Tukker, A., Pollitt, H., & Henkemans, M. (2020). Consumption-based carbon accounting: sense and sensibility. *Climate Policy*, 20(sup1), S1-S13.
- Utiahman RS. 2021. Pengaruh pandemi covid-19 terhadap penurunan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah di pasar rizky desa kolongan tetempangan. Institut agama islam negeri manado.
- Van Loon, P., Diener, D., & Harris, S. (2021). Circular products and business models and environmental impact reductions: Current knowledge and knowledge gaps. *Journal of Cleaner Production*, 288, 125627.
- Wahyudin. 2018. Pengaruh persepsi konsumen mengenai harga, lokasi, dan kualitas pasar terhadap minat beli konsumen di pasar pon purwokerto Universitas negeri yogyakarta.
- Walker, T. R., McGuinty, E., Charlebois, S., & Music, J. (2021). Single-use plastic packaging in the Canadian food industry: Consumer behavior and perceptions. *Humanities and Social Sciences Communications*, 8(1), 1-11.
- Welkom, SS. 2023. Apakah Kondisi Perekonomian Mempengaruhi Kebijakan Struktur Modal Perusahaan Pada Indeks LQ45? *Jurnal Ekobis Dewantara*, 6(1), 390-400
- Wijaya, Agusti, R., & Mutia, Y. (2013). Pengaruh Struktur Aktiva, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Kebijakan Deviden dan Resiko Bisnis terhadap Struktur Modal pada Perusahaan Food and Beverages yang Terdaftar di BEI Periode 2010-2012. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699
- Yadav, G., Luthra, S., Huisingh, D., Mangla, S. K., Narkhede, B. E., & Liu, Y. (2020). Development of a lean manufacturing framework to enhance its adoption within manufacturing companies in developing economies. *Journal of Cleaner Production*, 245, 118726.
- Yolanda, IR., Saputra, AH. 2023. Penerapan Kebijakan Ekstensifikasi Barang Kena Cukai Terhadap Produk Plastik Di Indonesia. *Jurnal Perspektif Bea Dan Cukai* 5(2), 290-305
- Yunaz, H., Hasibuan, AN, Wahab, D, Andriyanty, R. 2021. Pengurangan Penggunaan Plastik Pada Umkm Perkampungan Wisata Budaya Betawi Setu Babakan Jakarta. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(4), 805-814

- Zhang, X., & Dong, F. (2020). Why do consumers make green purchase decisions? Insights from a systematic review. *International journal of environmental research and public health*, 17(18), 6607.
- Zhao, X., Guo, Y., & Feng, T. (2023). Towards green recovery: natural resources utilization efficiency under the impact of environmental information disclosure. *Resources Policy*, 83, 103657.
- Zubair, A. O., Samad, A. R. A., & Dankumo, A. M. (2020). Does gross domestic income, trade integration, FDI inflows, GDP, and capital reduces CO2 emissions? An empirical evidence from Nigeria. *Current Research in Environmental Sustainability*, 2, 100009.