

## **Analisis Efek Pergeseran Kurva Penawaran terhadap Keseimbangan Pasar dalam *Shortrun* pada Pasar Persaingan Sempurna**

Gian Fitriani Utami, Eti Kurniati\*

*Prodi Matematika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Islam Bandung, Indonesia.*

### **ARTICLE INFO**

#### **Article history :**

Received : 7/8/2022  
Revised : 14/12/2022  
Published : 20/12/2022



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 2  
No. : 2  
Halaman : 93-100  
Terbitan : **Desember 2022**

### **ABSTRAK**

Keseimbangan pasar dalam jangka pendek pada pasar persaingan sempurna merupakan kondisi dimana jumlah penawaran sama dengan jumlah permintaan. Salah satu cara untuk menganalisis keseimbangan pasar dalam jangka pendek menggunakan analisis efek pergeseran kurva penawaran terhadap keseimbangan pasar. Pada penelitian ini menganalisis efek pergeseran kurva penawaran terhadap keseimbangan pasar dalam periode jangka pendek. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis efek pergeseran kurva penawaran terhadap harga dan jumlah keseimbangan dalam jangka pendek pada pasar persaingan sempurna. Harga keseimbangan ditetapkan dalam proses pengambilan keputusan para konsumen dan produsen. Pergeseran kurva permintaan dan penawaran akan menyebabkan keseimbangan pasar baru atau harga dan jumlah keseimbangan pasar berubah. Perubahan tersebut akan tergantung pada kemiringan kurva permintaan dan kurva penawaran.

**Kata Kunci :** Pasar Persaingan Sempurna; Harga Keseimbangan; *Shortrun*.

### **ABSTRACT**

Market equilibrium in the short run in a perfectly competitive market is a condition in which the quantity supplied is equal to the quantity demanded. One way to analyze the market equilibrium in the short run is to analyze the effect of a shift in the supply curve on the market equilibrium. This study analyzes the effect of the shift in the supply curve on the market balance in the short term. The purpose of this study is to analyze the effect of a shift in the supply curve on prices and the equilibrium quantity in the short run in a perfectly competitive market. The equilibrium price is determined in the decision-making process of consumers and producers. A shift in the supply and demand curves will cause a new market equilibrium or the market equilibrium price and quantity to change. The change will depend on the slope of the demand curve and supply curve.

**Keywords :** Perfect Competition Market; Equilibrium Price; *Shortrun*.

@ 2022 Jurnal Riset Matematika Unisba Press. All rights reserved.

## A. Pendahuluan

Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli secara langsung untuk melakukan transaksi jual-beli. Secara ilmu ekonomi, pasar digolongkan dalam empat bentuk yang disebut struktur pasar. Struktur pasar merupakan penggolongan bentuk pasar berdasarkan ciri-ciri seperti jenis produk yang dihasilkan. Struktur pasar dibedakan menjadi 4 (empat) jenis yaitu pasar persaingan sempurna, pasar monopoli, pasar persaingan monopolistik, dan pasar oligopoli. Pasar persaingan sempurna dapat didefinisikan sebagai struktur pasar dimana terdapat banyak penjual dan pembeli, dimana mereka tidak dapat mempengaruhi keadaan di pasar [1][2].

Dalam pasar persaingan sempurna tidak ada kuasa pasar atau satu pelaku ekonomi yang mempengaruhi harga yang berlaku di pasar. Sehingga dimana baik produsen maupun konsumen berlaku sebagai *price taker*. Dalam pasar persaingan sempurna, harga dipengaruhi oleh permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*) antara penjual dan pembeli [3][4]. Jumlah output perusahaan relatif sangat kecil dibanding output pasar, maka berapapun yang dijual perusahaan, harga relatif tidak berubah [5][6]. Penjual dan pembeli tidak mampu untuk mempengaruhi harga, maka harga secara otomatis ditentukan oleh pasar.

Dalam pasar persaingan sempurna kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran dapat bergerak secara leluasa. Permintaan menggambarkan keinginan konsumen sedangkan penawaran menggambarkan keinginan produsen. Dalam pasar persaingan sempurna, diasumsikan bahwa jumlah permintaan dan penawaran yang cukup besar untuk setiap barang sehingga masing-masing harus menjadi penerima harga yaitu setiap peminta percaya bahwa mereka merupakan bagian kecil dari pasar sehingga keputusan tentang apa yang akan dibeli tidak akan berdampak pada harga pasar. Demikian pula setiap produsen percaya bahwa keputusan penawarannya tidak akan mengubah harga yang diterima untuk outputnya.

Kurva penawaran dalam jangka pendek dipengaruhi oleh faktor harga, teknologi dan upah. Namun faktor teknologi dan upah dianggap konstan. Jika terjadi perubahan dari faktor teknologi dan upah baik menaik atau menurun sehingga terjadi keseimbangan pasar yang baru dan elastisitas penawaran. Oleh karena itu terkait teknologi dan upah yang mempengaruhi kurva penawaran sehingga terdapat biaya produksi.

Dalam periode waktu pendek sebagian besar input tetap sedangkan dalam periode waktu panjang semua input berubah. Sehingga dalam jangka pendek terdapat dua biaya produksi. Biaya produksi adalah biaya yang harus dikeluarkan oleh pengusaha untuk dapat menghasilkan *output* atau dengan kata lain yaitu nilai semua faktor produksi yang dipergunakan untuk menghasilkan (memproduksi) *output* [7][8]. Terdapat dua biaya produksi dalam jangka pendek yaitu biaya tetap dan biaya variabel.

## B. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Tema yang dipilih dalam penelitian ini adalah tentang harga keseimbangan pasar dalam jangka pendek pada pasar persaingan sempurna yang di rujuk dari buku *Microeconomic Theory Basic Principles and extansions*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan metode penelitian Pustaka (*Library Research*) dengan cara membaca, mencatat dan menelaah dari berbagai literatur yang sesuai dengan tema penelitian.

## C. Hasil dan Pembahasan

### Efek Kurva Penawaran terhadap Keseimbangan Pasar dalam Jangka Pendek Pada Pasar Persaingan Sempurna

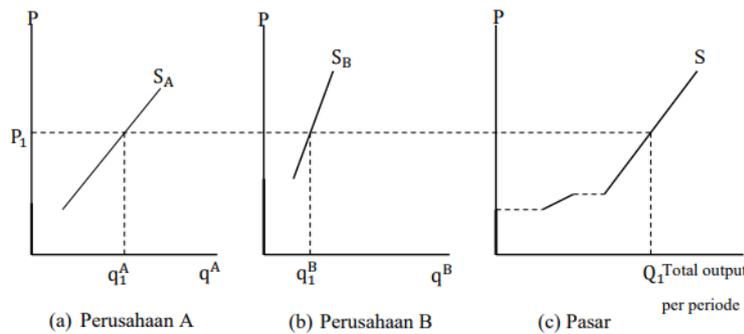
Pasar persaingan sempurna merupakan model pasar yang paling klasik dan paling sering digunakan dalam analisis ilmu ekonomi. Pasar persaingan sempurna adalah suatu pasar dimana jumlah produsen dan konsumen sangat banyak dan barang yang ditawarkan sejenis. Produsen yang menjual barangnya dengan harga lebih tinggi tentu akan ditinggalkan konsumen. Hal inilah yang mendorong produsen untuk mengikuti harga yang berlaku di pasar [3]. Contoh barang yang dijual pada bentuk pasar ini adalah beras, sembako, gandum, sayur, batu bara, dan lain sebagainya. Sebuah pasar dapat dikatakan persaingan sempurna jika memenuhi syarat-syarat sebagai berikut [9][10]: (1) Ada sejumlah perusahaan, masing-masing memproduksi produk homogen yang sama; (2) Semua perusahaan bebas keluar dan masuk pasar; (3) Terdapat banyak perusahaan di pasar;

(4) Produsen dan konsumen memiliki informasi dan pengetahuan sempurna mengenai harga suatu produk dan input yang dijual; (5) Perusahaan menjual produknya dengan berpatokan harga yang ditentukan oleh pasar.

Dalam pasar persaingan sempurna, harga dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran antara konsumen dan produsen. Konsumen memberikan permintaan antara sifat barang yang akan dibeli, sedangkan konsumen menawarkan nilai barang yang akan dijual. Pertukaran antara nilai keduanya adalah salah satu keseimbangan harga [1].

Jumlah perusahaan dalam analisis jangka pendek suatu pasar adalah tetap. Perusahaan diasumsikan tidak memiliki fleksibilitas yang cukup baik untuk memasuki atau meninggalkan pasar. Akan tetapi perusahaan dalam pasar tersebut dapat menyesuaikan jumlah yang diproduksi sebagai tanggapan terhadap kondisi harga yang berubah. Sehingga perusahaan tersebut akan mengubah tingkat pekerjaan untuk input yang dapat bervariasi dalam jangka pendek.

Dalam kurva penawaran pasar, diketahui bahwa jumlah output yang ditawarkan ke pasar dalam jangka pendek hanya dari jumlah yang ditawarkan oleh setiap perusahaan. Setiap perusahaan menggunakan harga pasar yang sama untuk menentukan jumlah yang akan diproduksi, sehingga jumlah total yang dipasok ke pasar akan bergantung pada harga. Hubungan antara harga dan kuantitas yang ditawarkan dalam jangka pendek disebut kurva penawaran jangka pendek. Kurva penawaran perusahaan adalah kurva biaya marjinal yang sama atau lebih besar dari biaya rata-rata variabel. Sedangkan kurva penawaran pasar adalah jumlah dari semua kurva penawaran perusahaan dalam jangka pendek. Kurva penawaran pasar jangka pendek diilustrasikan pada gambar dibawah ini



**Gambar 1.** Kurva Penawaran Pasar Dalam Jangka Pendek

Pada gambar 1 merupakan kurva penawaran dari dua perusahaan ditunjukkan pada (a) dan (b) sedangkan kurva penawaran pasar terdapat pada (c). Pada gambar 1, pada harga  $P_1$  perusahaan A memasok  $q_1^A$  dan perusahaan B memasok  $q_1^B$  sehingga total penawaran pasar diberikan oleh  $Q = q_1^A + q_1^B$ . Terlihat dari gambar 1 bahwa kurva penawaran setiap perusahaan memiliki kemiringan yang positif, maka kurva penawaran pasar juga akan memiliki kemiringan positif. Kemiringan positif mencerminkan bahwa ketika perusahaan meningkatkan output maka jumlah penawaran akan meningkat. Perusahaan dalam pasar diasumsikan menghadapi harga pasar yang sama dan harga input yang sama.

Fungsi penawaran jangka pendek untuk masing-masing n perusahaan dalam pasar adalah  $q_i(P, v, w)$ , maka dapat didefinisikan fungsi penawaran pasar jangka pendek adalah sebagai berikut:

$$Q_S(P, v, w) = \sum_{i=1}^n q_i(P, v, w) \tag{1}$$

Dengan :

- $Q_S$  = Penawaran pasar jangka pendek
- $q_i$  = Penawaran perusahaan dalam jangka pendek
- $P$  = Harga barang yang ditawarkan
- $v$  = Teknologi
- $w$  = Upah

Dari persamaan 1 terlihat bahwa fungsi penawaran pasar jangka pendek menunjukkan jumlah total yang ditawarkan oleh setiap perusahaan ke pasar. Kurva penawaran jangka pendek juga merupakan hubungan antara kuantitas ( $Q$ ) dan harga ( $P$ ), dengan  $v$  dan  $w$  konstan.

Perusahaan dalam suatu pasar akan mengurangi output terhadap harga yang lebih tinggi dengan menggunakan koefisien elastisitas penawaran jangka pendek. Elastisitas ini menunjukkan perubahan yang seimbang dalam harga pasar dipenuhi oleh perubahan total output. Konsep elastisitas penawaran jangka pendek didefinisikan sebagai berikut:

$$e_{S,P} = \frac{\text{persentase perubahan jumlah barang yang ditawarkan}}{\text{persentase perubahan harga}}$$

$$e_{S,P} = \frac{\frac{\partial Q_S}{Q_S}}{\frac{\partial P}{P}} \tag{2}$$

$$e_{S,P} = \frac{\partial Q_S}{Q_S} \cdot \frac{P}{\partial P} \tag{3}$$

$$e_{S,P} = \frac{\partial Q_S}{\partial P} \cdot \frac{P}{Q_S} \tag{4}$$

Dimana :

- $e_{S,P}$  = Koefisien elastisitas penawaran
- $\partial Q_S$  = Perubahan jumlah penawaran
- $\partial P$  = Perubahan harga
- $Q_S$  = Pumlah penawaran awal
- $P$  = Harga awal

Karena kuantitas yang ditawarkan merupakan fungsi kenaikan harga ( $\frac{\partial Q_S}{\partial P} > 0$ ), maka elastisitasnya positif. Jika nilai  $e_{S,P}$  tinggi, artinya bahwa kenaikan dalam harga pasar menyebabkan respon penawaran relatif besar karena biaya marjinal tidak naik dan harga input kecil. Sedangkan jika nilai  $e_{S,P}$  kecil artinya untuk mendorong perusahaan mengubah tingkat outputnya maka dibutuhkan perubahan harga yang relatif besar karena biaya marjinal yang naik.

Fungsi permintaan jangka pendek untuk masing-masing n konsumen dalam pasar adalah  $q_i(P, P', I)$ , maka dapat didefinisikan fungsi permintaan pasar jangka pendek adalah sebagai berikut:

$$Q_D(P, P', I) = \sum_{i=1}^n q_i(P, P', I) \tag{5}$$

Dengan :

- $Q_D$  = Permintaan pasar jangka pendek
- $q_i$  = Permintaan konsumen dalam jangka pendek
- $P$  = Harga barang yang diminta
- $P'$  = Harga barang lain atau pengganti
- $I$  = Pendapatan konsumen

Dari persamaan 5 menjelaskan bahwa jumlah total barang yang diminta konsumen tidak hanya bergantung pada pada harganya barang itu sendiri tetapi juga pada harga barang-barang lain dan pada pendapatan setiap konsumen.

Konsep elastisitas permintaan jangka pendek didefinisikan sebagai berikut:

$$e_{Q,P} = \frac{\text{persentase perubahan jumlah barang yang diminta}}{\text{persentase perubahan harga}}$$

$$e_{Q,P} = \frac{\frac{\partial Q_D}{Q_D}}{\frac{\partial P}{P}} \tag{6}$$

$$e_{Q,P} = \frac{\partial Q_D}{Q_D} \cdot \frac{P}{\partial P} \tag{7}$$

$$e_{Q,P} = \frac{\partial Q_D}{\partial P} \cdot \frac{P}{Q_D} \tag{8}$$

Dimana :

- $e_{Q,P}$  = Koefesien elastisitas permintaan
- $\partial Q_D$  = Perubahan jumlah permintaan
- $\partial P$  = Perubahan harga
- $Q_D$  = Jumlah permintaan awal
- $P$  = Harga awal

Elastisitas permintaan adalah suatu konsep yang digunakan untuk mengukur derajat kepekaan perubahan jumlah barang yang dibeli sebagai akibat perubahan faktor yang mempengaruhi . Konsep elastisitas permintaan sangat bermanfaat bagi produsen sebagai pedoman untuk tindakan yang akan dilakukan berkaitan dengan konsumen, misalkan menaikkan harga.

Jika produsen menaikkan harga, maka permintaan konsumen menurun dalam jumlah kecil sehingga kenaikan harga akan menutupi biaya produksi dan produsen masih mendapat keuntungan. Jika produsen menaikkan harga, permintaan konsumen menurun dalam jumlah yang besar, maka produsen akan mengalami kerugian.

Penggabungan kurva permintaan dan kurva penawaran menunjukkan pembentukan keseimbangan harga di pasar. Harga keseimbangan adalah harga dimana kuantitas yang diminta sama dengan kuantitas yang ditawarkan. Pada harga tersebut, baik produsen maupun konsumen tidak dapat mengubah keputusan ekonomi sendiri. Secara matematis, harga keseimbangan didefinisikan sebagai berikut:

$$Q_D(P^*, P', I) = Q_S(P^*, v, w) \tag{9}$$

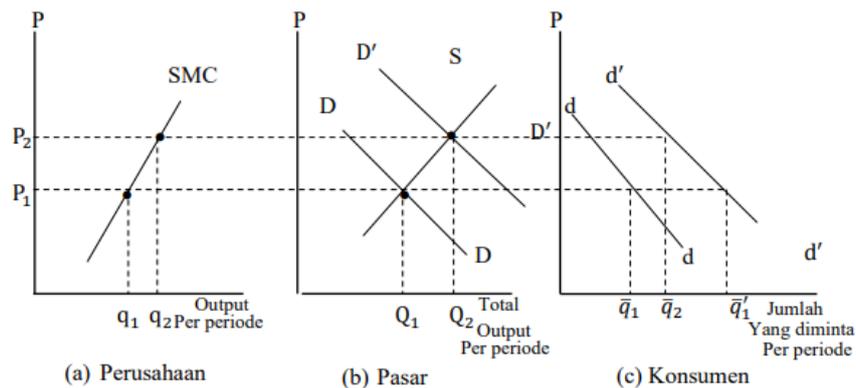
Karena harga barang lain ( $P'$ ), pendapatan ( $I$ ), teknologi ( $v$ ), dan upah ( $w$ ) dianggap konstan sehingga harga keseimbangan didefinisikan sebagai berikut:

$$Q_D(P^*) = Q_S(P^*) \tag{10}$$

Dengan:

- $Q_D$  = Permintaan suatu barang
- $Q_S$  = Penawaran suatu barang
- $P^*$  = Harga barang itu sendiri
- $P'$  = Harga barang lain
- $I$  = Pendapatan
- $v$  = Teknologi
- $w$  = Upah

Persamaan 10 menjelaskan bahwa harga keseimbangan bergantung pada banyak faktor eksogen seperti harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapatan, teknologi dan upah. Dari faktor eksogen ini akan mengakibatkan perubahan harga keseimbangan untuk menyamakan kuantitas yang ditawarkan dengan kuantitas yang diminta. Harga keseimbangan dalam jangka pendek ditentukan oleh interaksi dari barang yang dibayar oleh para konsumen dan barang yang diproduksi oleh perusahaan. Harga-harga ini dianggap tetap dalam proses pengambilan keputusan para konsumen dan produsen.



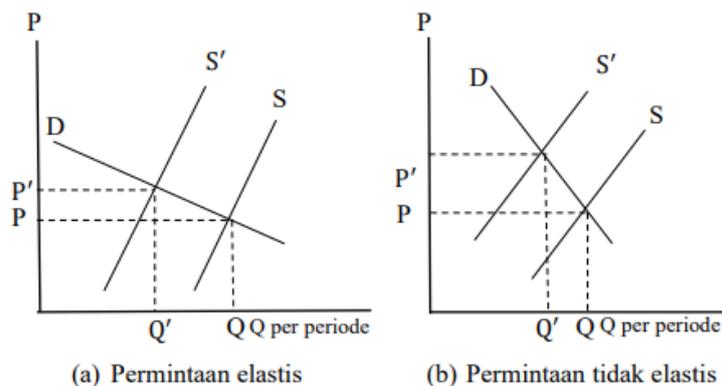
**Gambar 2.** Interaksi Banyak Individu dan Perusahaan Dalam Menentukan Harga Pasar Jangka Pendek

Dilihat dari kurva pasar pada 2 (b) menunjukkan bahwa keseimbangan pasar terjadi dimana perpotongan antara kurva permintaan pasar  $D$  dan kurva penawaran  $S$  pada harga  $P_1$  dan jumlah barang  $Q_1$ . Hal ini berarti bahwa pada tingkat harga  $P_1$  yang ditawarkan oleh perusahaan sama dengan yang ingin dibeli oleh konsumen. Sehingga harga akan ditentukan di pasar, artinya setiap perusahaan dan konsumen menganggap harga sebagai parameter tetap. Walaupun perusahaan dan konsumen tidak ada hak dalam menentukan harga, tetapi interaksi mereka merupakan penentu harga. Hal ini diilustrasikan oleh pergeseran kurva permintaan konsumen ke  $d'$ . Jika setiap konsumen menunjukkan peningkatan permintaan, maka permintaan pasar akan bergeser ke  $D'$  dalam jangka pendek dan harga akan naik ke  $P_2$ .

Gambar 2 (b) juga menunjukkan bahwa kurva permintaan baru  $D'$  sehingga titik keseimbangan baru akan berada di harga  $P_2$  dan jumlah barang  $Q_2$ . Pada titik ini, diperoleh keseimbangan baru dan harga telah meningkat dari  $P_1$  ke  $P_2$  serta jumlah yang diperdagangkan di pasar telah meningkat dari  $Q_1$  ke  $Q_2$ . Kenaikan harga dari  $P_1$  ke  $P_2$  ini mempunyai dua fungsi. Fungsi pertama, bertindak untuk menjatah permintaan. Fungsi kedua bertindak sebagai sinyal bagi perusahaan untuk meningkatkan produksi. Pada gambar 2 (a) untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan maka perusahaan meningkatkan output dari  $q_1$  ke  $q_2$  sebagai tanggapan terhadap kenaikan harga. Hal ini dimaksud dengan tanggapan atau respons pasokan jangka pendek atau kenaikan harga pasar berperan untuk meningkatkan produksi. Perusahaan meningkatkan produksinya karena harga telah naik. Jika harga pasar tidak dapat naik, maka perusahaan tidak akan meningkatkan output mereka.

Perubahan harga keseimbangan pasar disebabkan oleh pergeseran kurva permintaan atau penawaran. Kurva permintaan dapat bergeser karena harga barang lain, pendapatan, dan faktor eksogen lainnya berubah. Sedangkan kurva penawaran dapat bergeser karena terjadinya perubahan teknologi, harga pemasukan berubah, dan jumlah produsen yang berubah. Ketika salah satu kurva permintaan tidak bergeser, harga keseimbangan dan kuantitas tidak akan berubah.

Kurva penawaran jangka pendek suatu barang bergeser diakibatkan oleh kenaikan harga input yang digunakan oleh perusahaan untuk memproduksi barang tersebut. Efek pergeseran pada tingkat keseimbangan  $P$  dan  $Q$  akan bergantung pada kurva permintaan dan produk. Terdapat dua kemungkinan dalam situasi ini yang diilustrasikan pada gambar dibawah ini.



**Gambar 3.** Efek Dari Pergeseran Kurva Penawaran Jangka Pendek Tergantung Pada Bentuk Kurva Permintaan

Dua kemungkinan yang terjadi pada pergeseran kurva penawaran jangka pendek adalah kurva permintaan relatif elastis terhadap harga seperti yang terlihat pada gambar 3 (a) perubahan harga mempengaruhi jumlah yang diminta, artinya kurva penawaran bergeser ke kiri dari  $S$  ke  $S'$  disebabkan karena terjadinya penurunan faktor eksogen seperti teknologi dan upah. Hal ini akan menyebabkan harga keseimbangan naik sedikit dari  $P$  ke  $P'$ , sedangkan kuantitas menurun banyak dari  $Q$  ke  $Q'$ .

Kemungkinan yang kedua adalah ketika kurva permintaan tidak elastis. Pada gambar 3 (b) terlihat bahwa kurva penawaran bergeser ke kiri dari  $S$  ke  $S'$  menyebabkan harga keseimbangan naik banyak dari  $P$  ke  $P'$ , sedangkan kuantitas sedikit berubah dari  $Q$  ke  $Q'$ . Dalam hal ini konsumen tidak mengurangi permintaan terlalu banyak karena harga naik. Akibatnya pergeseran ke atas dalam kurva penawaran diteruskan ke peminta dalam bentuk harga yang lebih tinggi.

Pergeseran kurva penawaran memberikan penjelasan bahwa tidak mungkin untuk menghubungkan harga semata-mata dengan karakteristik penawaran. Sebaliknya, efek yang bergeser baik dalam kurva penawaran akan bergantung pada bentuk kedua kurva tersebut.

#### D. Kesimpulan

Jangka waktu pendek atau shortrun mengakibatkan tidak semua faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran menjadi variabel. Faktor harga merupakan variabel sementara faktor lainnya dianggap konstan. Ketika jumlah permintaan sama dengan jumlah penawaran maka terjadi keseimbangan pasar. Perubahan pada fungsi penawaran yang diakibatkan oleh perubahan faktor eksogen teknologi dan upah menyebabkan pergeseran pada fungsi penawaran yang mengakibatkan terjadi keseimbangan baru yang pada akhirnya dapat menentukan elastisitas jumlah penawaran oleh harga.

#### Daftar Pustaka

- [1] S. Sukirno, "Makro Ekonomi." P.T Rajawali, Jakarta, 2002.
- [2] Suryadi, *Model Keseimbangan Umum Perekonomian Indonesia*. Kabupaten Sidoarjo: Delta Pijar Khatulistiwa, 2019. [Online]. Available: [https://repository.unimal.ac.id/5126/1/model\\_keseimbangan\\_umum\\_editor.pdf](https://repository.unimal.ac.id/5126/1/model_keseimbangan_umum_editor.pdf)
- [3] A. A. Karim, *Sejarah pemikiran ekonomi Islam*, 3rd ed. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008.
- [4] Asyifaa Nabilah and D. Suhaedi, "Analisis Equilibrium Price dalam Teori Walrasian dan Teori Marshallian pada Persaingan Sempurna," *J. Ris. Mat.*, pp. 37–43, 2022, doi: 10.29313/jrm.v2i1.796.
- [5] P. S. J. Kennedy, "Modul Ekonomi Mikro Pasar Persaingan Sempurna," *Univ. Kristen Indones. Fak. Ekon. dan Bisnis*, pp. 0–29, 2018, [Online]. Available: [http://repository.uki.ac.id/1396/1/8.Modul\\_KKNI\\_Ekonomi\\_Mikro\\_Pasar5.pdf](http://repository.uki.ac.id/1396/1/8.Modul_KKNI_Ekonomi_Mikro_Pasar5.pdf)

- [6] B. Sjaroni, Djunaedi, and Noveria, *Ekonomi Mikro*, 1st ed. Yogyakarta: Deepublish, 2015.
- [7] S. Rosyidi, *Pengantar teori ekonomi: pendekatan kepada teori ekonomi mikro dan makro*. Jakarta: Rajawali Pers, 2009.
- [8] W. Nicholson and C. Synder, *Microeconomy Theory Basic Principle and Extensions*, 6th ed. Mason: Thomson Higher Education, 1998.
- [9] Y. Qardhawi, *Norma dan etika ekonomi Islam*, 1st ed. Jakarta: Gema Insani Press, 1997.
- [10] N. F. Mukaromah and T. Wijaya, "Pasar Persaingan Sempurna dan Pasar Persaingan Tidak Sempurna dalam Perspektif Islam," *J. Kaji. Ekon. dan Perbank.*, vol. 4, no. 1, pp. 24–32, 2020, [Online]. Available: <https://ejournal.unuja.ac.id/index.php/profit>