



Pengaruh Inflasi Terhadap Minat Beli Konsumen Terhadap Produk

Suginam¹, Joli Afriany^{2,*}, Maringan Sianturi¹, Sri Rahayu³

¹Prodi Manajemen Retail, Universitas Budi Darma, Medan

Jl. Sisingamangaraja No.338, Siti Rejo I, Kec. Medan Kota, Kota Medan, Sumatera Utara, Indonesia

²Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera Utara, Medan

Jl. Gaperta Ujung No.2, Tj. Gusta, Kec. Medan Helvetia, Kota Medan, Sumatera Utara, Indonesia

³Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Sumatera Utara, Medan

Jl. Sisingamangaraja Kelurahan, Teladan Barat, Kec. Medan Kota, Kota Medan, Sumatera Utara, Indonesia

Email: ¹suginam.icha@gmail.com, ^{2,*}joliafriani@gmail.com, ³maringan.sianturi@univ-bd.ac.id

Email Penulis Korespondensi: joliafriani@gmail.com

Submitted: 20/10/2022; Accepted: 26/11/2022; Published: 29/11/2022

Abstrak—Inflasi merupakan sebuah keadaan dimana terjadinya kenaikan harga barang – barang dan juga jasa secara terus menerus dalam kurun waktu tertentu. Dampak dari inflasi seringkali kearah negatif dikarenakan meningkatkannya harga terhadap produk sehingga menyebabkan menurunnya daya beli masyarakat, terkhususnya bagi masyarakat yang memiliki pendapatan pada tingkat menengah kebawah. Asumsi ataupun prediksi berita terkait inflasi tersebut sudah memiliki dampak yang sudah mulai dirasakan pada kalangan masyarakat. Salah satunya terjadinya penurunan terhadap minat beli konsumen terhadap produk barang. Pada penelitian ini akan dilakukan proses penelitian terhadap pengaruh inflasi terhadap minat beli konsumen terhadap sebuah produk, dimana pengukuran berdasarkan pengaruh positif atau negatif dari inflasi terhadap minat beli konsumen dimasa sekarang. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dengan melakukan pengujian hipotesis. Hasil dari pengujian bahwasannya nilai Varabel Inflasi yaitu 0,645 sedangkan nilai t_{tabel} yaitu 2,060 maka dapat dikatakan bahwasannya hipotesis ditolak. Dalam artianynnya bahwasannya pengaruh inflasi tidak memiliki dampak negatif terhadap minat beli konsumen terhadap produk.

Kata Kunci: Inflasi; Minat; Beli; Konsumen; Produk

Abstract—Inflation is a condition where there is an increase in the price of goods and services continuously within a certain period of time. The impact of inflation is often in a negative direction due to increasing prices for products, causing a decrease in people's purchasing power, especially for people who have lower middle income levels. Assumptions or predictions of news related to inflation have already had an impact on the community. One of them is a decrease in consumer buying interest in goods. In this study, a research process will be carried out on the effect of inflation on consumer buying interest in a product, where the measurement is based on the positive or negative effect of inflation on consumer buying interest in the present. The research was conducted using quantitative methods by testing hypotheses. The results of the test show that the value of the inflation variable is 0.645 while the t_{table} value is 2.060, so it can be said that the hypothesis is rejected. In the sense that the effect of inflation does not have a negative impact on consumer buying interest in the product.

Keywords: Inflation; Interest; Buy; Consumer; Product

1. PENDAHULUAN

Inflasi merupakan sebuah keadaan dimana terjadinya kenaikan harga barang – barang dan juga jasa secara terus menerus dalam kurun waktu tertentu. Inflasi terjadi disebabkan oleh beberapa faktor seperti meningkatnya biaya produksi pada sebuah produk, semakin banyaknya jumlah uang yang telah beredar dimasyarakat serta terjadinya ketidakseimbangan yang terjadi antara permintaan dan juga penawaran (Rachmawati, 2019).

Dampak dari inflasi seringkali kearah negatif dikarenakan meningkatkannya harga terhadap produk sehingga menyebabkan menurunnya daya beli masyarakat, terkhususnya bagi masyarakat yang memiliki pendapatan pada tingkat menengah kebawah. Di Indonesia sendiri pada tahun 1998 sudah pernah terjadi inflasi yang cukup memiliki dampak buruk, dimana pada saat itu nilai rupiah terpuruk jatuh sangat jauh dan harga – harga barang melambung sangat tinggi (Afiyati, 2019).

Selain itu juga akibat yang ditimbulkan dari inflasi tersebut terjadi kerusuhan dimana – mana yang diakibatkan oleh ketidakpuasan masyarakat terhadap kinerja dari pemerintah dimasa itu. Penyebab inflasi yang terjadi dapat juga disebabkan oleh prediksi yang dilakukan oleh masyarakat ataupun juga disebut dengan inflasi ekspektasi. Di tahun 2022 ini sendiri, sudah sangat kuat terdengar berita dikalangan masyarakat dan juga media – media terkait dengan terjadinya inflasi kembali di Indonesia (Syah, 2018).

Asumsi ataupun prediksi berita terkait inflasi tersebut sudah memiliki dampak yang sudah mulai dirasakan pada kalangan masyarakat. Salah satunya terjadinya penurunan terhadap minat beli konsumen terhadap produk barang, baik itu produk pokok ataupun produk – produk pendukung yang dibutuhkan dalam kehidupan masyarakat. Selain itu juga, akibat dari berita terkait terjadinya inflasi di Indonesia juga menyebabkan langkanya barang – barang kebutuhan oleh masyarakat (Susanto & Pangesti, 2021).

Dampak inflasi akan menyebabkan pendapatan riil yang diperoleh masyarakat akan terus menurun yang juga menyebabkan menurunnya standar hidup masyarakat. Selain itu juga dampak dari inflasi juga menyebabkan ketidakstabilan bagi para pelaku ekonomi dalam proses pengambilan keputusan yang dikarenakan lesunya proses jual beli yang dilakukan dari penurunan minat beli konsumen terhadap sebuah produk (Sari, 2019).



Keberlangsungan proses bisnis yang dilakukan tidak terlepas dari peran dari konsumen. Semakin sedikit ataupun menurunnya minat beli dari konsumen tentu akan menjadi masalah pada proses bisnis yang dijalankan. Minat merupakan sebuah keinginan ataupun ketertarikan pada sebuah hal. Pada dasarnya minat merupakan diterimanya sebuah kedekatan. Semakin kuat terhadap kedekatan maka akan semakin besar pula minatnya (Nadzifah & Sriyana, 2020).

Konsumen merupakan seseorang yang menggunakan ataupun memakai terhadap sebuah produk dan jasa yang tersedia pada masyarakat, baik terhadap kepentingan pribadi, kepentingan keluarga ataupun orang lain. Selain itu konsumen merupakan orang yang membeli ataupun mendapatkan produk pada perusahaan dengan melakukan pembayaran yang sah sesuai dengan kesepakatan yang telah ditentukan (Sebo & Nafi, 2021).

Produk merupakan sebuah hasil yang diperoleh dari proses produksi. Dalam proses bisnis yang terjadi produk merupakan sebuah bentuk yang diperjual belikan antara produsen dan juga konsumen. Produk ditawarkan oleh produsen kepada konsumen bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dari pada konsumen. Secara umum dapat dikatakan bahwa produk tidak terlepas dari produsen dan konsumen (Arianto & Difa, 2020).

Maka dari itu, minat pembelian sebuah produk dari konsumen merupakan hal yang cukup penting terhadap keberlangsungan bisnis. Semakin besarnya minat beli oleh konsumen maka dapat bertahan pula proses bisnis yang berlangsung ataupun sebaliknya, jika sedikit minat beli oleh konsumen maka akan terganggunya proses bisnis yang berlangsung (Khotimah & Febriansyah, 2018).

Pengaruh inflasi yang cukup berarti bagi kehidupan dan juga perekonomian juga berdampak terhadap minat beli yang dilakukan oleh konsumen. Oleh sebab itu, perlu dilakukan sebuah penanganan terhadap hubungan sebab akibat tersebut. Benar atau tidaknya akan terjadinya inflasi terhadap daya minat terhadap pembelian produk yang dilakukan oleh konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan sebuah pengamatan dan juga mengukur apakah inflasi memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen terhadap produk. Pengukuran dilakukan berdasarkan melihat dampak pengaruh secara positif atau negatif.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir adalah sebuah proses urutan langkah logis yang dilakukan pada penelitian yang bertujuan untuk menyelesaikan masalah. Pada penelitian terdapat variabel – variabel yang digunakan, pada variabel independen dalam penelitian yaitu inflasi (X) dan sedangkan variabel dependen merupakan Minat Beli (Y). Untuk mempermudah pemahaman penelitian dapat dilihat kerangka berfikir seperti gambar berikut:



Gambar 1. Kerangka Berfikir

2.2 Inflasi

Inflasi merupakan sebuah kondisi dimana terjadi kenaikan harga dalam perekonomian sebuah masyarakat. Kenaikan yang terjadi pada biasanya pada barang ataupun jasa. Inflasi berkaitan dengan harga terhadap konsumen, atapun juga harga yang sudah disepakati secara global. Inflasi sendiri memiliki dampak yang cukup berarti pada perekonomian, tetapi jika inflasi dapat diprediksi dengan baik maka inflasi tersebut dapat diatasi. Hal tersebut dikarenakan setiap individu telah melakukan pertimbangan terhadap kemungkinan harga yang tinggi pada masa mendatang (Latief, 2018).

Tetapi dalam proses yang terjadi, inflasi tidak dapat diperkirakan secara pasti. Dalam hal ini sering terjadi masyarakat terkejut dengan kenaikan harga barang dan jasa secara tiba – tiba. Inflasi tersebut dapat mengurangi terhadap efisiensi pada sisi ekonomi, dikarenakan setiap orang kemungkinan akan memilih risiko yang sangat minim untuk menekan kerugian atau membeli barang (Solihin, 2020).

2.3 Minat Beli

Minat beli merupakan sebuah aktifitas psikis yang ditimbulkan dari perasaan dan fikiran pada sebuah barang ataupun jasa yang diinginkan. Minat beli oleh konsumen merupakan sebuah keinginan yang mendasar dari keinginan konsumen. Minat beli pada konsumen berkaitan dengan individu masing – masing oleh seseorang yang tidak dapat diketahui oleh orang lain sebelum dilakukan proses pembelian dari produk. Terdapat sebuah identitas tersendiri pada konsumen untuk memenuhi keinginan yang diinginkan (Maulana & Alisha, 2020).

Minat beli dari konsumen merupakan sebuah inisiatif dan respon dalam pengambilan keputusan untuk mendapatkan sebuah produk. Inisiatif terhadap produk yang baik diperoleh dari proses pengamatan terhadap berbagai aspek. Minat beli adalah proses lanjutan dari proses pengamatan dan munculnya hasrat, minat beli muncul dikarenakan simulasi postif terhadap motivasi dalam membeli produk (Aziz & Sulistiono, 2020).

2.4. Teknik Pengumpulan Data



Penelitian ini menggunakan data yang dikumpulkan sendiri, dimana data didapatkan dan diolah langsung untuk penelitian. Responden yang terpilih pada penelitian sebanyak 30 orang dan proses pengujian yang dilakukan dengan menggunakan SPSS. Pengumpulan data terhadap responden dengan menggunakan kuesioner, pengumpulan data terhadap kuesioner.

2.5. Teknik Analisis Data

Data yang digunakan pada penelitian merupakan data kuantitatif. Dimana data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dilakukan pengolahan data dengan SPSS.

1. Hipotesis :

H0 = (Pengaruh negatif Inflasi terhadap Minat beli konsumen)

2. Uji Instrument Penelitian

Uji instrument terdiri dari uji Validasi dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas item merupakan proses pengujian untuk mengukur tingkat validitas dari instrument penelitian yang digunakan (ARDELIA REZEKI HARSONO, 2018).

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2) (N \sum y^2 - (\sum y)^2)}} \tag{1}$$

b. Uji Reliabilitas

Pengujian realibilitas merupakan tingkat kepercayaan terhadap hasil pengujian validitas dari instrument penelitian (Simanungkalit, 2020).

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right] \tag{2}$$

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas merupakan bagian dari uji asumsi klasik dalam model regresi linear. Pengujian normalitas berdasarkan dengan variabel dependen dan juga variabel independent. Uji normalitas bertujuan untuk menentukan terdapatnya distribusi normal dari penyebaran data.

4. Analisis Regresi Linear

Analisis regresi linear merupakan analisis yang dilakukan terhadap hubungan linear dari variabel – variabel yang digunakan pada penelitian, baik variabel dependen dan variabel independent. Analisis regresi linear dapat dilihat dengan persamaan rumus (Setiyani, 2020):

$$Y' = a + bx + c \tag{3}$$

5. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan pada model regresi untuk mengukur pengaruh dari variabel dependen dan juga variabel independen. Proses pengujian pengaruh dapat dilihat dari nilai signifikansi yang didapatkan (Rosdiana & Haris, 2018).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan merupakan pembahasan akhir dari penelitian, pada bab ini akan dijelaskan tentang penyelesaian masalah dan pengujian - pengujian terhadap hipotesis.

3.1. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

Sebelum dilakukan penyebaran kuesioner terhadap responden, terlebih dahulu dilakukan pengujian terhadap instrumen yang digunakan pada pengumpulan data.

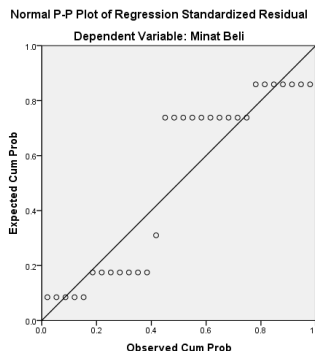
Tabel 3. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Variabel	Koefisien	R Tabel	Validitas	Cronbach's Alpha	Reliabilitas
Inflasi	0,889	0,361	Valid	0,789	Realabel

Pada tabel 3, dapat dilihat hasil pengujian instrumen terhadap validitas dan realibilitas. Pengujian validitas dan realibilitas terhadap instrumen berdasarkan dengan nilai R tabel. Pada tabel dapat dilihat bahwa untuk nilai koefisien dari variabel yaitu 0,889 lebih besar dari 0,361 maka dari itu instrumen yang digunakan dinyatakan valid. Sedangkan nilai realibilitas dapat dilihat dari hasil cronbach's alpha, dari tabel nilai cronbach' alpha sebesar 0,789 lebih besar dibandingkan nilai 0,361 dalam hal ini makanya instrument dinyatakan reliabel.

3.2 Uji Normalitas Data P Plot

Uji Normalitas terhadap data P Plot dilakukan untuk melakukan pengujian terhadap regresi linear. Tujuan dari pengujian yang dilakukan untuk melihat apakah data terdistribusi secara normal.



Gambar 2. Uji Normalitas Data P Plot

3.3 Uji Multikolinearitas

Pengujian yang dilakukan pada Uji Multikolinearitas merupakan pengujian pada model regresi yang digunakan untuk melihat hubungan korelasi diantara variabel dependen dan variabel independen.

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

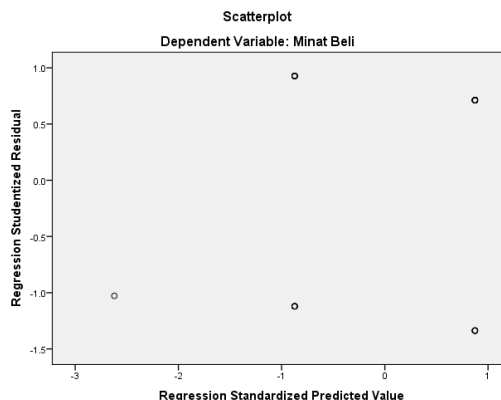
Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.126	.741		4.221	.000		
Inflasi	.105	.163	.121	.645	.524	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Dari tabel 4, hasil dari pengujian Uji Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai VIF yaitu 1,000 yang artinya nilai tersebut < 10 maka dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dari model regresi.

3.4 Uji Heteroskedasitas

Uji Heteroskedasitas merupakan pengujian yang untuk mengetahui model regresi yang digunakan terjadi ketidaksamaan varian atau tidak.



Gambar 3. Uji Heteroskedasitas

3.5 Uji Regresi Linear

Penelitian yang dilakukan menggunakan model pengujian regresi linear berganda. Proses analisa yang dilakukan untuk mengukur kemampuan dari variabel dan menunjukkan arah dari hubungan variabel tersebut

Tabel 5. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.126	.741		4.221	.000		
Inflasi	.105	.163	.121	.645	.524	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Minat Beli



Pengujian uji regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 4, pada tabel dapat digambarkan hasil dari model regresi linear yaitu $Y = 0,105 + 3,126X$. Dari model dapat dikatakan bahwa nilai konstanta 3,126 sedangkan nilai variabel yaitu 0,105.

3.6 Uji T

Uji T merupakan proses pengujian yang dilakukan terhadap hipotesis, dalam proses pengujian Uji T dapat dilihat ditolak atau diterimanya hipotesis.

Tabel 6. Hasil Uji T

Model	Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.126	.741		4.221	.000		
Inflasi	.105	.163	.121	.645	.524	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Tabel 6 merupakan hasil pengujian Uji T, dimana pada hasil tersebut bahwasannya nilai Varabel Inflasi yaitu 0,645 sedangkan nilai t_{tabel} yaitu 2,060 maka dapat dikatakan bahwasannya hipotesis ditolak. Dalam artianynnya bahwasannya pengaruh inflasi tidak memiliki dampak negatif terhadap minat beli konsumen terhadap produk.

4. KESIMPULAN

Tahapan akhir dari penelitian merupakan penarikan kesimpulan, dari hasil penelitian yang dilakukan bahwasannya H_0 atau hipotesis ditolak, hal tersebut mendandakan bahwa tidak terdapatnya pengaruh negaatif dari inflasi terhadap minat beli konsumen terhadap produk. Proses pengambilan hipotesis dilihat berdasarkan dengan nilai variabel inflasi 0,645 lebih kecil dari nilai t_{tabel} yaitu 2,060.

REFERENCES

- Afiyati, H. T. (2019). Pengaruh Inflasi, BI rate, dan Nilai Tukar terhadap Return Saham. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 61 No.2*, 6, 15.
- ARDELIA REZEKI HARSONO. (2018). Pengaruh Inflasi, Suku Bunga dan Nilai Tukar Rupiah Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan [UNIVERSITAS BRAWIJAYA]. In *KONSENTRASI MANAJEMEN KEUANGAN*. https://repository.unjani.ac.id/index.php?p=show_detail&id=993&keywords=
- Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang*, 3(2), 108. <https://doi.org/10.32493/drj.v3i2.6299>
- Aziz, M. L., & Sulistiono, S. (2020). Pengaruh Sikap Konsumen, Periklanan, dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen The Jungleland Adventure Theme Park. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), 43–52. <https://doi.org/10.37641/jipkes.v1i1.326>
- Khotimah, K., & Febriansyah, F. (2018). Pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan konsumen dan kreativitas iklan terhadap minat beli konsumen online-shop. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 1(1), 19–26. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v1i1.16>
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.75>. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 91.
- Maulana, Y. S., & Alisha, A. (2020). Inovasi Produk dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Restoran Ichi Bento Cabang Kota Banjar). *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(1), 86. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i1.1313>
- Nadzifah, A., & Sriyana, J. (2020). Analisis Pengaruh Inflasi, Kurs, Birate, PDB Dan Kinerja Internal Bank Terhadap Profitabilitas Pada Perbankan Syariah Dan Konvensional. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 79–87. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v6i1.3537>
- Rachmawati, Y. (2019). Pengaruh Inflasi dan Suku Bunga Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di LQ45 Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Media Akuntansi (Mediasi)*, 1(1), 66. <https://doi.org/10.31851/jmediasi.v1i1.2368>
- Rosdiana, R., & Haris, I. A. (2018). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *International Journal of Social Science and Business*, 2(3), 169. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v2i3.16240>
- Sari, W. I. (2019). Analisis Pengaruh Inflasi, Suku Bunga SBI, Nilai Tukar Terhadap Return LQ 45 dan Dampaknya Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal SEKURITAS (Saham, Ekonomi, Keuangan Dan Investasi)*, 3(1), 65. <https://doi.org/10.32493/skt.v3i1.3263>
- Sebo, S. S., & Nafi, M. (2021). Pengaruh Inflasi, Nilai Tukar, Suku Bunga, Dan Volume Transaksi Terhadap Harga Saham Perusahaan Pada Kondisi Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Perpajakan*, 6(2), 113–126. <https://doi.org/10.26905/ap.v6i2.5358>
- Setiyani, M. S. (2020). Pengaruh Inflasi, Likuiditas dan Struktur Modal terhadap Profitabilitas Perusahaan yang Termasuk dalam Jakarta Islamic Index Tahun 2010-2020. *JoIE: Journal of Islamic Economics*, 2(1), 1–9.



- Simanungkalit, E. F. B. (2020). PENGARUH INFLASI TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI INDONESIA. *Journal of Management*, 13(3), 327–340.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>
- Susanto, R., & Pangesti, I. (2021). Pengaruh Inflasi Dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Indonesia. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 7(2), 271. <https://doi.org/10.30998/jabe.v7i2.7653>
- Syah, T. A. (2018). Pengaruh Inflasi, BI Rate, NPF, dan BOPO terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah di Indonesia. *El-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 6(1), 133–153. <https://doi.org/10.24090/ej.v6i1.2051>