

ANALISIS PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PROFITABILITAS DALAM PERUSAHAAN GO PUBLIK (STUDI KASUS PADA PT. INDOFOOD SUKSES MAKMUR Tbk)

Andisman¹, Lia Hanifa²

^{1,2}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Buton, Baubau, Indonesia

e-mail: andisman02@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada Perusahaan Go Publik (studi kasus pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk). Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan perusahaan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk yang diperoleh melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia. Pada penelitian ini, metode yang digunakan yaitu metode analisis deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian maka diperoleh kesimpulan bahwa kenaikan pertumbuhan penjualan yang diperoleh dalam periode triwulan, tidak menjamin dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. Jaminan tersebut hanya didapatkan ketika diukur dan dilihat dari periode pertahun. Sedangkan untuk ukuran perusahaan yang dihitung dari logaritma natural asset, membuktikan bahwa naik atau turunnya ukuran perusahaan tidak berdampak pada meningkat atau menurunnya profitabilitas pada perusahaan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

Kata Kunci : Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze sales growth and company size on profitability in companies that go public (a case study at PT. Indofood Sukses Makmur Tbk). This study uses secondary data in the form of the company's annual financial statements PT. Indofood Sukses Makmur Tbk obtained through the official website of the Indonesia Stock Exchange. In this study, the method used is descriptive qualitative analysis method. Based on the research results, it can be concluded that the increase in sales growth obtained in the quarterly period does not guarantee that it can increase the profitability of the company PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. This guarantee is only obtained when measured and viewed from a yearly period. As for the size of the company which is calculated from the logarithm of natural assets, it proves that an increase or decrease in company size does not have an impact on increasing or decreasing the profitability of PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

Keywords: Sales Growth, Company Size, Profitability

1. PENDAHULUAN

Persaingan antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap kemampuan yang dimiliki perusahaan sehingga setiap perusahaan harus selalu melakukan analisis kemampuan kinerja keuangan yang dimiliki, karena

kemampuan kinerja keuangan merupakan gambaran dari pencapaian keberhasilan perusahaan atas berbagai kegiatan bisnis yang dilakukan. Kemampuan kinerja keuangan merupakan suatu analisis yang dirancang untuk dapat melihat seberapa baik suatu perusahaan dalam menerapkan aturan pelaksanaan pengelolaan keuangan dengan benar. Pengukuran hasil kemampuan kinerja keuangan perusahaan yang dicapai dapat dilakukan melalui analisis rasio keuangannya. Rasio Keuangan merupakan alat yang digunakan untuk menganalisis dan mengukur kemampuan kinerja keuangan perusahaan dengan menggunakan data keuangan yang dimiliki setiap tahunnya. Data keuangan yang dimiliki perusahaan dapat berupa laporan laba rugi, neraca, laporan arus kas, dan laporan lainnya (Wijayanto, 2021).

Pertumbuhan penjualan merupakan indikator penting dari penerimaan pasar dari produk dan jasa perusahaan tersebut, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan mencerminkan manifestasi keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan prediksi pertumbuhan masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan juga merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Laju pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi pertumbuhan penjualan untuk mempertahankan keuntungan dalam mendanai kesempatan-kesempatan pada masa yang akan datang. Dengan mengetahui seberapa besar pertumbuhan penjualan, perusahaan dapat memprediksi seberapa besar profit yang akan didapatkan. Untuk mengukur pertumbuhan penjualan dihitung dengan penjualan sekarang dikurangi penjualan sebelumnya dikali seratus persen (Pratama, 2017).

Pertumbuhan penjualan merupakan komponen untuk menilai prospek perusahaan pada masa yang akan datang dan dalam manajemen keuangan diukur berdasarkan perubahan total pertumbuhan penjualan. Perusahaan yang tingkat penjualannya relatif tinggi dimungkinkan untuk melakukan belanja hutang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang pertumbuhan penjualannya rendah, karena keuntungan yang diperoleh dari peningkatan penjualan tersebut diharapkan masih bisa menutupi semua biaya hutang (Hani dan Rahmi, 2014).

Menurut Indikator PDB (Berita Resmi Statistik, 2015) pertumbuhan tertinggi perusahaan adalah pada sektor industri pengangkutan dan komunikasi yang mencapai 10,7 %, diikuti oleh perusahaan sektor perdagangan, hotel, dan restoran sebesar 9,2 %. Sektor

keuangan, real estate, dan jasa perusahaan sebesar 6,8 %, sektor perusahaan jasa dan sektor konstruksi sebesar 6,7 %, sektor industri pengolahan 6,2 %, sektor listrik, gas, dan air bersih 4,8 %, sektor pertanian 3,0 %, dan sektor pertambangan dan penggalian 1,4 % (Dwi Kurniawan, 2013).

Ukuran perusahaan mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk memperoleh tambahan modal eksternal untuk membiayai aktivitas operasional perusahaan. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan yang lebih besar akan semakin mudah untuk mendapatkan dana eksternal berupa hutang dalam jumlah yang besar sehingga akan membantu kegiatan oprasional perusahaan dan menyebabkan produktivitas perusahaan meningkat sehingga profitabilitas perusahaan akan meningkat pula. Pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh yang dominan terhadap profitabilitas perusahaan restoran di US. (Pratama, 2017).

Menurut Harahap dalam Leksono dan Pudjowati (2015) rasio profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan lain sebagainya. Sedangkan menurut Kasmir dalam Leksono dan Pudjowati (2015) rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditujukan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik rasio Profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan (Leksono dan Pudjiwati, 2015).

PT. Indofood Sukses Makmur. Tbk atau lebih dikenal dengan nama Indofood merupakan salah satu perusahaan yang go publik dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang memproduksi berbagai jenis makanan dan minuman. Seiring dengan pertumbuhan penduduk Indonesia maka permintaan makanan dan minuman terus meningkat, utamanya makanan dan minuman siap saji sehingga PT. Indofood Sukses Makmur. Tbk mengembangkan berbagai macam jenis makanan dan minuman seperti indomie goreng jumbo, mie goreng jumbo rasa ayam panggang, pop mierasa ayam, supermie rasa ayam bawang, sarimie goreng rasa ayam kecap, la fonte spaghetti, teh khas Jepang ichi ocha, indomilk, gowel dan sebagainya.

Dalam melakukan kegiatan perusahaan PT. Indofood Sukses Makmur. Tbk dituntut untuk memiliki kemampuan pertumbuhan penjualan yang dimuat dalam laporan keuangan agar dapat menilai kemampuan setiap tahun agar perusahaan dapat meningkatkan modal yang dimiliki sehingga dapat terus dapat bertahan dari persaingan dengan perusahaan sejenis. pertumbuhan penjualan diperoleh dari hasil penjualan produk makanan dan minuman yang dimiliki agar dapat mengetahui peningkatan penjualan produk makanan dan minuman dengan cara menganalisis kemampuan kinerja penjualan setiap produk makanan dan minuman menggunakan rasio profitabilitas. Analisis kemampuan kinerja keuangan PT. Indofood Sukses Makmur. Tbk menggunakan rasio profitabilitas merupakan cara yang baik karena dapat memberikan gambaran hasil peningkatan penjualan bersih yang memungkinkan perusahaan dapat menanggung beban bunga dan utang jangka panjang.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Dalam Perusahaan Go Publik (Studi Kasus Pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk).

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pertumbuhan Penjualan

Menurut I Made Sudana (2015) pertumbuhan penjualan menggambarkan tingkat pertumbuhan dari tahun ke tahun. Pertumbuhan penjualan adalah perubahan total penjualan perusahaandari tahun sebelumnya dengan tahun sesudahnya.

Perusahaan akan menarik ketika berada pada kondisi pertumbuhan. Masa pertumbuhan akan menentukan berapa laba perusahaan akan eksis, salah satunya dapat dilihat dari sisi pertumbuhan penjualan perusahaan (Toto Prihadi, 2019).

Menurut Putri dan Meskusiwati (2015) Pertumbuhan penjualan merupakan keberhasilan perusahaan dalam menerapkan investasi pada periode sebelumnya yang dapat dijadikan sebagai prediksi perbumbuhan penjualan perusahaan diwaktu mendatang.

2.2 Ukuran Perusahaan

Secara umum, ukuran perusahaan sebuah perbandingan besar atau kecilnya suatu objek. Jika ukuran perusahaan dikaitkan dengan perusahaan atau organisasi, maka perusahaan dapat diartikan sebagai ukuran besar atau kecilnya usaha dari suatu perusahaan atau organisasi. Ukuran perusahaan memiliki 3 kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan

menengah (*medium firm*), dan perusahaan kecil (*small firm*) (Hery, 2015). Kemudian ukuran perusahaan menurut Syamsir Torang (2016) adalah Ukuran organisasi adalah menentukan jumlah anggota yang berhubungan dengan pemilihan cara pengendalian kegiatan dalam usaha mencapai tujuan.

Menurut Brigham & Houston (2018) ukuran perusahaan merupakan ukuran besar dan kecilnya sebuah perusahaan yang dapat ditunjukkan atau dinilai oleh total asset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan. Besar kecilnya usaha tersebut ditinjau dari lapangan usaha yang dijalankan. Penentuan skala besar kecilnya perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total penjualan, total asset, rata-rata tingkat penjualan. Perusahaan yang berukuran besar mempunyai berbagai kelebihan dibanding perusahaan berukuran kecil. Kelebihan tersebut yang pertama adalah ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan memperoleh dana dari pasar modal. Kedua, ukuran perusahaan menentukan kekuatan tawar-menawar (*hargaining power*) dalam kontrak keuangan. Dan ketiga, ada kemungkinan pengaruh skala dalam biaya dan return membuat perusahaan yang lebih besar dapat memperoleh lebih banyak laba (Sugiono, Lisa Puspitasari dan Christiawan Y. Jogi. 2013).

2.3 Rasio Profitabilitas

Kasmir (2016) menyatakan bahwa rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Menurut Irham Fahmi (2015) rasio profitabilitas adalah rasio yang mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Menurut Brigham dan Houston (2018) rasio profitabilitas merupakan rasio yang memberikan gambaran terkait cara perusahaan menggunakan dan memanfaatkan aset secara menguntungkan.

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah laporan keuangan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk tahun 2020-2022.

3.2 Jenis Dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu data yang dapat dihitung atau dianalisis dengan angka sehingga menghasilkan informasi (Suharsimi Arikunto(2016). Adapun data kuantitatif dalam penelitian ini yaitu data laporan keuangan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk tahun 2020- 2022.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Studi Pustaka

Menurut Danang Sunyoto (2016) studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan mempelajari buku-buku yang ada hubungannya dengan obyek penelitian atau sumber-sumber lain yang mendukung penelitian.

b. Dokumentasi

Menurut Husein Umar (2013) dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menelaah dokumen yang terdapat pada perusahaan. Dokumentasi dalam penelitian ini adalah mengumpulkan dokumen laporan keuangan periode triwulan PT. Indo Food Sukses Makmur. Tbk.

3.4 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Adapun metode analisis data digunakan berdasarkan langkah-langkah analisis yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman dalam (Arisnaldi, 2018) terdiri atas reduksi data, penyajian data, analisis data dan penarikan kesimpulan. Adapun yang rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pengukuran rasio profitabilitas menggunakan rasio margin laba bersih yaitu dengan rumus (Kasmir, 2016):

$$\text{Margin Laba Bersih} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

Ukuran Perusahaan diukur dengan rumus (EkoSugiarto, 2015):

$$\text{Ukuran Perusahaan (Firm Size)} = \text{LN (Total Assets)}$$

Pertumbuhan penjualan dalam penelitian ini diukur dengan rumus (Brigham dan Houston, 2018):

$$g = \frac{S_t - S_{t-1}}{S_{t-1}} \times 100\%$$

Keterangan:

S_t : Penjualan Periode Tahun Sekarang

S_{t-1} : Penjualan Periode Tahun Sebelumnya

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Data dalam penelitian ini diperoleh dengan cara melihat komponen laporan keuangan triwulan pada perusahaan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

1. Analisis Deskriptif Pertumbuhan Penjualan

Perhitungan pertumbuhan penjualan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk berdasarkan dapat dilihat pada tabelberikut ini:

Tabel 1. Data Perhitungan Pertumbuhan Penjualan

No	Tahun	Periode	Penjualan (Sales) t	Penjualan (Sales) t-1	Pertumbuhan Penjualan	Rata- Rata Pertahun
1	2020	Triwulan I	19.304.795.000.000	19.169.840.000.000	0,70	2,76
		Triwulan II	39.384.531.000.000	38.609.234.000.000	2,01	
		Triwulan III	58.775.946.000.000	57.845.448.000.000	1,61	
		Triwulan IV	81.731.469.000.000	76.592.955.000.000	6,71	
2	2021	Triwulan I	24.554.947.000.000	19.304.795.000.000	27,20	23,18
		Triwulan II	47.292.669.000.000	39.384.531.000.000	20,08	
		Triwulan III	72.808.320.000.000	58.775.946.000.000	23,87	
		Triwulan IV	99.345.618.000.000	81.731.469.000.000	21,55	
3	2022	Triwulan I	27.446.583.000.000	24.554.947.000.000	11,78	11,49
		Triwulan II	52.787.329.000.000	47.292.669.000.000	11,62	
		Triwulan III	80.821.622.000.000	72.808.320.000.000	11,01	
		Triwulan IV	110.830.272.000.000	99.345.618.000.000	11,56	

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 1 di atas maka dapat dilihat bahwa pertumbuhan penjualan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk mengalami siklus yang fluktuatif. Dilihat dari tahun 2020, pertumbuhan penjualan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk tidak terjadi kekonsistenan di tiap periode triwulannya. Triwulan pertama, nilai pertumbuhan penjualannya berada pada angka

0,70. Triwulan kedua terjadi peningkatan hingga di angka 2,01, akan tetapi angka tersebut kembali menurun pada triwulan ketiga dan turun di angka 1,61. Hingga triwulan keempat terjadi peningkatan yang sangat drastis hingga mampu mencapai angka 6,71. Nilai rata-rata pertumbuhan penjualan pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk untuk tahun 2020 berada pada angka 2,76.

Tahun 2021 juga mengalami kenaikan dan penurunan nilai dari pertumbuhan penjualan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. Dilihat bahwa triwulan pertama menyentuh angka 27,20, nilai tersebut cukup signifikan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Triwulan kedua terjadi penurunan 7 poin ke angka 20,08, akan tetapi triwulan selanjutnya yaitu triwulan ketigakembali mengalami kenaikan hingga 23,87 dan angka pertumbuhan penjualan kembali mengalami penurunan hingga 21,55 yang terjadi di triwulan keempat. Nilai rata-rata pertumbuhan penjualan pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk untuk tahun 2021 berada pada angka 23,18.

Tahun 2022 menjadi tahun yang sama dengan tahun-tahun sebelumnya yaitu terjadi kenaikan dan penurunan dari nilai pertumbuhan penjualan untuk tiap triwulannya. Hanya saja, tahun 2022 ini menjadi tahun yang konsisten dalam penurunannya karena nilainya hanya berkisar di point 11 saja, artinya dapat dilihat pada triwulan pertama memiliki nilai pertumbuhan penjualan di angka 11,78, triwulan kedua tidak berbeda jauh yaitu turun di angka 11,62, dan triwulan ketiga mengalami kenaikan dengan point yang kecil yaitu mencapai 11,01, sedangkan triwulan keempat terjadi kenaikan lain hingga ke angka 11,56. Nilai rata-rata pertumbuhan penjualan pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk untuk tahun 2022 berada pada angka 11,49. Berdasarkan rata-rata keseluruhan untuk tahun 2020-2022 di atas maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk memiliki nilai rata-rata terbesar di tahun 2021 yaitu dengan nilai 23,18. Untuk rata-rata terendah terjadi di tahun 2020 dengan nilai yang sangat jauh berbeda yaitu 2,76.

2. Analisis Deskriptif Ukuran Perusahaan

Hasil perhitungan untuk variabel ukuran perusahaan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Data Perhitungan Ukuran Perusahaan

No	Tahun	Periode	Total Aset	Ukuran Perusahaan	Rata-Rata Pertahun
1	2020	Triwulan I	102.662.235.000.000	32,26	32,49
		Triwulan II	103.395.472.000.000	32,27	
		Triwulan III	161.531.863.000.000	32,72	
		Triwulan IV	163.136.516.000.000	32,73	
2	2021	Triwulan I	169.576.208.000.000	32,76	32,78
		Triwulan II	169.391.705.000.000	32,76	
		Triwulan III	172.127.169.000.000	32,78	
		Triwulan IV	179.356.193.000.000	32,82	
3	2022	Triwulan I	187.698.993.000.000	32,87	32,84
		Triwulan II	179.166.046.000.000	32,82	
		Triwulan III	183.743.995.000.000	32,84	
		Triwulan IV	180.433.300.000.000	32,83	

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2 di atas maka dapat dilihat bahwa nilai ukuran perusahaan dilihat dari logaritma natural total aset. Artinya, aset perusahaan yang menjadi tolak ukur dari ukuran perusahaan. Tabel di atas menunjukkan nilai ukuran perusahaan pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk periode 2020-2022.

Tahun 2020, dapat dilihat bahwa hasil perhitungan menunjukkan perubahan nilai-nilai yang tidak begitu signifikan mulai dari triwulan pertama, kedua, ketiga, hingga triwulan keempat. Triwulan pertama diperoleh nilai sebesar 32,26 untuk ukuran perusahaan tersebut. Tidak jauh berbeda dengan triwulan kedua yaitu sebesar 32,27, triwulan ketiga berada pada angka 32,72 dan triwulan keempat sebesar 32,73. Rata-rata nilai ukuran perusahaan yang diperoleh dari hasil perhitungan triwulan pertama hingga triwulan keempat adalah sebesar 32,49. Tahun 2021 menunjukkan tidak adanya perubahan yang signifikan dari nilai ukuran perusahaan. Hal tersebut terlihat dari nilai untuk masing-masing triwulannya yaitu pada triwulan pertama diperoleh nilai perhitungan ukuran perusahaan sebesar 32,76. Angka yang sama terulang di triwulan kedua yaitu 32,76. Triwulan ketiga diperoleh nilai perhitungan sebesar 32,78, dan triwulan keempat berada pada angka 32,82. Rata-rata nilai ukuran perusahaan yang diperoleh dari hasil perhitungan triwulan pertama hingga triwulan keempat adalah sebesar 32,78.

Perubahan yang tidak signifikan untuk hasil perhitungan ukuran perusahaan kembali terjadi di tahun 2022. Dapat dilihat bahwa angka hasil perhitungan ukuran perusahaan tersebut hanya berkisar di angka 32 saja. Hal tersebut dapat dilihat pada awal triwulan yang mendapatkan hasil perhitungan sebesar 32,87. Triwulan kedua sedikit menurun di angka 32,82. Sedangkan triwulan ketiga kembali naik menyentuh angka 32,84. Dan triwulan keempat dapat terlihat diperoleh nilai 32,83. Rata-rata nilai ukuran perusahaan yang diperoleh dari hasil perhitungan triwulan pertama hingga triwulan keempat adalah sebesar 32,84.

Berdasarkan rata-rata keseluruhan untuk tahun 2020-2022 di atas maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan yang dihitung berdasarkan pada logaritma natural dari asset tetap pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk memiliki nilai rata-rata terbesar di tahun 2022 yaitu dengan nilai 32,84. Untuk rata-rata terendah terjadi di tahun 2020 dengan nilai yang sangat tidak jauh berbeda yaitu di angka 32,49.

3. Analisis Deskriptif Profitabilitas

Hasil perhitungan profitabilitas yang menggunakan margin laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk berdasarkan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Data Perhitungan Profitabiliti

No	Tahun	Periode	Laba Bersih	Penjualan	Profitabilitas	Rata-Rata Tahun
1	2020	Triwulan I	1.805.109.000.000	19.304.795.000.000	9,35	9,23
		Triwulan II	3.464.298.000.000	39.384.531.000.000	8,80	
		Triwulan III	4.729.034.000.000	58.775.946.000.000	8,05	
		Triwulan IV	8.752.066.000.000	81.731.469.000.000	10,71	
2	2021	Triwulan I	2.625.991.000.000	24.554.947.000.000	10,69	10,91
		Triwulan II	5.041.463.000.000	47.292.669.000.000	10,66	
		Triwulan III	8.001.384.000.000	72.808.320.000.000	10,99	
		Triwulan IV	11.203.585.000.000	99.345.618.000.000	11,28	
3	2022	Triwulan I	3.303.388.000.000	27.446.583.000.000	12,04	9,12
		Triwulan II	4.162.026.000.000	52.787.329.000.000	7,88	
		Triwulan III	6.683.699.000.000	80.821.622.000.000	8,27	
		Triwulan IV	9.192.569.000.000	110.830.272.000.000	8,29	

Sumber: Data diolah, 2023

Tabel 3 di atas memperlihatkan hasil perhitungan profitabilitas yang diukur dari margin laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk untuk tahun 2020-2022. Hasil perhitungan tersebut memperlihatkan hasil yang fluktuatif.

Tahun 2020 yang dihitung berdasarkan triwulan, menunjukkan hasil perhitungan profitabilitas perusahaan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk pada triwulan pertama berada pada angka 9,35. Penurunan terjadi di triwulan kedua yaitu sebesar 8,80. Penurunan kembali terjadi di angka 8,05 pada triwulan ketiga. Sedangkan triwulan keempat terjadi peningkatan nilai perhitungan profitabilitas yang mencapai angka 10,71. Nilai rata-rata dari hasil perhitungan profitabilitas pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk untuk tahun 2020 diperoleh nilai sebesar 9,23.

Tahun kedua dari periode penelitian ini yaitu tahun 2021 menunjukkan hasil perhitungan profitabilitas yang tidak jauh berbeda dengan tahun sebelumnya yaitu hanya berkisar di angka

10. Pada triwulan pertama berada pada angka 10,69. Angka 10,66 yang tidak jauh berbeda terjadi pada triwulan kedua. Akan tetapi triwulan ketiga mengalami peningkatan hingga mencapai 10,99. Sedangkan triwulan keempat kembali mengalami peningkatan dan mencapai angka 11,28. Nilai rata-rata dari hasil perhitungan profitabilitas pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk untuk tahun 2021 diperoleh nilai sebesar 10,91.

Tahun 2022, dapat dilihat bahwa triwulan pertama hasil perhitungan profitabilitasnya mencapai angka 12,04. Akan tetapi penurunan yang cukup signifikan terjadi pada triwulan kedua yaitu sebesar 7,88. Kenaikan kembali terjadi di triwulan ketiga dan triwulan keempat dengan nilai profitabilitas secara berturut-turut adalah 8,27 dan 8,29. Nilai rata-rata dari hasil perhitungan profitabilitas pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk untuk tahun 2021 diperoleh nilai sebesar 9,12.

Berdasarkan rata-rata keseluruhan untuk tahun 2020-2022 di atas maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas yang dihitung berdasarkan margin laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk memiliki nilai rata-rata terbesar di tahun 2021 yaitu dengan nilai 10,91. Untuk rata-rata terendah terjadi di tahun 2022 dengan nilai yang sangat tidak jauh berbeda yaitu di angka 9,12.

4.2 Pembahasan

1. Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat dinyatakan bahwa adanya peningkatan pertumbuhan penjualan tidak menjamin akan meningkatkan profitabilitas yang diperoleh perusahaan untuk periode triwulan. Pertumbuhan penjualan yang rendah mengindikasikan bahwa adanya peningkatan penjualan tetapi peningkatan tersebut tidak signifikan jika dibandingkan dengan triwulan sebelumnya. Akan tetapi, apabila dilihat dari rata-rata pertahunnya, ketika PT. Indofood Sukses Makmur Tbk mengalami peningkatan pertumbuhan penjualan maka profitabilitas juga akan mengalami peningkatan. Sebaliknya, apabila pertumbuhan penjualan mengalami penurunan maka penurunan tersebut akan berdampak pada menurunnya profitabilitas. Hal tersebut berarti bahwa pertumbuhan penjualan dapat mempengaruhi profitabilitas dalam periode 1 tahun.

2. Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat dinyatakan bahwa ukuran perusahaan yang dinilai menjadi standar perusahaan dalam hal sumber daya yang digunakan untuk memproduksi kebutuhan perusahaan, tidak berdampak pada profitabilitas perusahaan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. Artinya bahwa apabila ukuran perusahaan yang diukur dari asset, mengalami peningkatan maka peningkatan tersebut tidak menjadi penyebab profitabilitas meningkat.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada Perusahaan Go Publik (studi kasus pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk). Berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kenaikan pertumbuhan penjualan yang diperoleh dalam periode triwulan, tidak menjamin dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. Jaminan tersebut hanya didapatkan ketika diukur dan dilihat dari periode pertahun. Sedangkan untuk ukuran perusahaan yang dihitung dari logaritma natural asset, membuktikan bahwa naik atau turunnya ukuran perusahaan tidak berdampak pada meningkat atau menurunnya profitabilitas pada perusahaan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

6. SARAN

Berdasarkan pada beberapa kesimpulan di atas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

- a. Bagi perusahaan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk, penelitian ini dapat menjadi acuan untuk mengetahui pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan.
- b. Bagi peneliti selanjutnya disarankan dapat menambah variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, serta periode tahun agar dapat menggambarkan hasil yang menyeluruh.
- c. Bagi akademis diharapkan penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi tambahan dalam melakukan penelitian dan dapat memberikan wawasan yang lebih luas tentang pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas.

7. DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, 2016. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arisnaldi. 2018. Faktor Yang Mempengaruhi Produktifitas Karyawan Penyadap Di PT. Studi kasus: Kecamatan Dolok Batu Nanggar, Kabupaten Simalungun.
- Brigham, Augene, Dan Joel, Houston. 2018. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan Buku 1*. Jakarta Salemba Empat. Edisi 14.
- Danang, Sunyoto. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Dwi, Kurniawan, S. 2013. *Pemanfaatan Serat Dan Partikel Tempurung Kelapa Sawit Sebagai Pengganti Bahan Pembuatan Plafon Eternite*. Fakultas Teknik. Universitas Lampung.
- Eko Sugiarto, 2015. *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta. Suaka Media.
- Eko Sugiarto, 2015. *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta. Suaka Media.
- Fahim, Irham. 2015. *Etika Bisnis Teori Kasus Dan Solusi*. Bandung: Alfabeta.
- Hani, Syafilda, dan Rahmi Dilla. 2014. Analisis Pertumbuhan Penjualan Dan Struktur Aktiva Terhadap Struktur Pendanaan Eksternal. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. Vol 14. No. 1

- Hery, 2015. *Analisis Laporan Keuangan Integrated and Comprehensive Edition*). Jakarta Grasindo.
- Husein Umar, 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- I Made Sudana, 2015. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Eirlangga.
- Kasmir, 2016. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Laksono, Syafit, dan Pudjowati, Juliani. 2015. Pengaruh Rasio Likuiditas, Profitabilitas Terhadap Harga Saham Perusahaan Perbankan di BEI Periode 2009-2013. *Jurnal Akuntansi UBHARA*. Vol 1. No. 3.
- Pratama, P.R, Yusmatarto. 2017. Analisis Pengaman Transformator Distribusi 400 Kva Dengan *Fuse Cut Out*. *Bulatan Utama Teknik* Vol 15. No. 1
- Putri, N. K., & Merkusiwati, N. L. 2014. Pengaruh Mekanisme Corporate Governance, Likuiditas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Pada Financial Distress. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*.
- Sugiono, Lisa Puspitasari dan Christiawan Y. Jogi. 2013. Analisa Faktor yang Mempengaruhi Likuiditas Pada Industri Ritel yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2007-2012. *Business Accounting Review*, Vol. 1, No. 2
- Syamsir Torang, 2018. *Organisasi dan Manajemen*. Alfabeta. Bandung.
- Toto Prihadi. 2019. *Analisis Laporan Keuangan: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.