



Analisis Sales Growth Pada PT XL Axiata Tbk

Nurul Hikmah, Aris Munandar*

Prodi Manajemen, STIE Bima, Nusa Tenggara Barat, Indonesia
Email: ¹nurulhikmahsuratmam@gmail.com, ^{2,*}arisqars@gmail.com
Email Penulis Korespondensi: arisqars@gmail.com

Submitted: 07 Juni 2020; Accepted: 14 Juli 2020; Published: 15 Agustus 2020

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Sales Growth pada PT XL Axiata Tbk. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Instrumen penelitian yang digunakan adalah daftar tabel dan laporan laba rugi. Populasi yang digunakan selama 13 tahun dan sampel penelitian selama 10 tahun dari tahun 2009 sampai 2018. Sampling yang digunakan yaitu purposive sampling. Dengan pengumpulan data menggunakan data sekunder. Data sekunder berupa data laporan keuangan laba rugi. Teknik analisa data yang digunakan yaitu one sampel t test dengan hasil menunjukkan pertumbuhan penjualan PT XL Axiata Tbk tidak lebih besar dari 10%.

Kata Kunci: Pertumbuhan Penjualan.

Abstract—This study aims to determine how much sales growth at PT XL Axiata Tbk. The research method used is descriptive research. The research instrument used was a list of tables and income statement. The population used for 13 years and the study sample for 10 years from 2009 to 2018. The sampling used is purposive sampling. By collecting data using secondary data. secondary data in the form of income statement data. the data analysis technique used is one sample t test with the results showing PT XL Axiata Tbk sales growth not greater than 10%.

Keywords: Sales Growth.

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan penjualan merupakan tingkat perubahan penjualan dari tahun ke tahun. Jika pertumbuhan penjualan pertahun selalu naik maka perusahaan memiliki prospek yang baik dimasa yang akan datang (Zuliani et al. 2014). Pertumbuhan penjualan pun berperan sangat penting bagi perusahaan karena pada waktu perusahaan membutuhkan pendanaan eksternal untuk membiayai operasional perusahaan, maka perusahaan tersebut dapat lebih mudah mendapatkan pinjaman dari kreditor dibandingkan dengan perusahaan yang penjualannya tidak stabil (Suweta and Dewi 2016). Selain ini perusahaan dengan penjualan yang relative stabil dapat lebih aman memperoleh lebih banyak pinjaman karena aliran kas perusahaan lebih terjamin sehingga para kreditor menyimpan kepercayaan yang tinggi terhadap perusahaan tersebut (Hansen and Juniarti 2014).

Pertumbuhan penjualan mencerminkan pencapaian perusahaan dimasa lalu, dimana pertumbuhan penjualan digunakan untuk mempediksikan pencapaian perusahaan dimasa depan (Kartika 2016). Pertumbuhan penjualan juga dapat menunjukkan daya saing perusahaan dalam pasar (Supriyanto, Eko, and Falikhatun 2008). Apabila pertumbuhan penjualan perusahaan positif dan semakin meningkat, maka akan mengindikasikan nilai perusahaan yang besar yang merupakan harapan dari pemilik perusahaan (Pradana et al. 2013).

Pertumbuhan penjualan menunjukkan peningkatan penjualan selama periode waktu tertentu, ini penting karena sebagai investor anda ingin tahu bahwa permintaan akan produk atau layanan perusahaan akan meningkat dimasa depan (Siti Nurlaela 2017). Tingkat pertumbuhan berbeda berdasarkan ukuran industri dan perusahaan (Riyadi 2014). Pertumbuhan penjualan 5-10% biasanya dianggap baik untuk perusahaan besar, sedangkan untuk perusahaan menengah dan kecil pertumbuhan penjualan lebih dari 10% lebih dapat dicapai (Putra 2015).

PT XL AXIATA Tbk adalah sebuah perusahaan operator telekomunikasi seluler di Indonesia. XL mulai beroperasi secara komersial pada tanggal 8 Oktober 1996, dan merupakan perusahaan swasta pertama yang menyediakan layanan telepon seluler di Indonesia. Dan pada September 2005 XL mendaftarkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Tabel 1. Penjualan PT XL AXIATA Tbk (Dalam Miliar Rupiah)

Tahun	Penjualan tahun ini	penjualan tahun lalu
2009	13.880	12.156
2010	17.637	13.880
2011	18.468	17.637
2012	21.278	18.468
2013	21.350	21.278
2014	23.569	21.350
2015	22.960	23.569
2016	21.412	22.960
2017	22.901	21.412
2018	23.001	22.901

Sumber: Data Primer Diolah 2020.



Tabel di atas menunjukkan perkembangan penjualan *PT XL AXIATA Tbk*, antara tahun ini dengan tahun sebelumnya mengalami fluktuatif kenaikan dan penurunan. Kondisi ini secara umum sebagai dampak persaingan bisnis selular. Berdasar atas penggambaran teori serta fenomena terkait, peneliti tertarik untuk mengkaji melalui penelitian dengan judul “Analisis *Sales Growth* Pada *PT. XL Axiata Tbk*”.

2. KERANGKA TEORI

2.1 Pertumbuhan penjualan (*sales growth*)

Pertumbuhan penjualan adalah volume penjualan pada tahun-tahun mendatang, berdasarkan data pertumbuhan volume penjualan historis (Rudianto, 2009:56). *Growth of sales* adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu (Kesuma, 2009). Cara pengukurannya adalah dengan membandingkan penjualan pada tahun ke t setelah dikurangi penjualan pada periode sebelumnya terhadap penjualan pada periode sebelumnya. Pertumbuhan penjualan menunjukkan persentasi kenaikan penjualan tahun ini dibanding dengan tahun lalu yang dapat dilihat dari laporan laba rugi perusahaan (Harahap, 2016:310).

2.2 Teori Analisis Sales Growth

Pertumbuhan penjualan merupakan rasio yang dapat digunakan untuk menggambarkan kenaikan penjualan perusahaan tahun ini dibandingkan dengan penjualan tahun lalu (E and Yusfarita 2010).

$$\text{Dengan rumus: } \frac{\text{Penjualan tahun ini} - \text{penjualan tahun lalu}}{\text{penjualan tahun lalu}} \quad (1)$$

2.3 Penelitian terdahulu

Eny Maryanti (2016) “ Analisis Profitabilitas, pertumbuhan Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Struktur Aktiva terhadap Struktur Modal pada perusahaan sektor industri Barang Konsumsi yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia” hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap struktur modal.

Mella Nur Shintya. Dkk. (2017) “Analisis pengaruh Lverage dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia) “ hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas, secara simultan pertumbuhan penjualan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.

Supanji Setiawan, Susilowati (2018) “Analisis Pertumbuhan Penjualan dan Perputaran Modal Kerja terhadap Profitabilitas PT. Tiga Pilar Sejahtera Food, Tbk Tahun 2012-2016)” hasil penelitian dengan metode analisis regresi linear berganda menunjukan variabel pertumbuhan penjualan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas.

2.4 Hipotesis

H0 = Pertumbuhan penjualan pada PT XL Axiata Tbk lebih kecil 10%

Ha = Pertumbuhan penjualan pada PT XL Axiata Tbk lebih besar 10%

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif, yakni penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang (Sugiyono 2017).

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah data laporan laba rugi PT XL Axiata Tbk selama 13 tahun dari tahun 2005 sampai tahun 2018. Sampel dalam penelitian ini selama 10 (sepuluh) tahun yaitu dari tahun 2009 sampai tahun 2018. Teknik penentuan sampel yaitu *Purposive Sampling* dimana teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Adapun pertimbangan penulis yaitu ketersediaan data, data yang uptodate, serta laporan tahunan yang lengkap

3.3 Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik, semua fenomena ini disebut variabel penelitian (Arikunto 2015). Instrumen penelitian yang digunakan yaitu daftar tabel laba rugi laporan keuangan PT XL Axiata Tbk.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti yaitu :

**a. Dokumentasi**

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pencatatan langsung melalui dokumen-dokumen arsip. Data sekunder berupa data laporan keuangan laba rugi PT XL Axiata Tbk yang terdaftar di BEI dari tahun 2005 sampai tahun 2018. Sumber data diperoleh melalui sumber database laporan keuangan di www.idx.co.id

b. Studi Pustaka

Yaitu teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan berbagai jurnal serta referensi pendukung lainnya yang berkaitan dengan tujuan penelitian, yang berguna untuk peneliti.

3.4 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di PT XL Axiata Tbk. XL Axiata Tower JL. H. R. Rasuna Said X5 Kav. 11-12 Kuningan Timur, Setiabudi, Jakarta Selatan 12950 Indonesia.

3.5 Teknik Analisis Data**3.5.1 Analisis Teoritis**

Berikut rumus untuk menghitung *Sales Growth* Menurut (Keown and J 2011):

$$g = \frac{S_1 - S_0}{S_0} \times 100\% \quad (2)$$

Keterangan :

g = *Sales Growth* (pertumbuhan Penjualan)

S_1 = Total penjualan selama periode berjalan

S_0 = Total penjualan periode yang lalu

3.5.2 Analisis Statistik

Uji hipotesis statistik dengan menggunakan T-test One sample, teknik analisis ini di gunakan karena hipotesis dalam penelitian ini merupakan hipotesis deskriptif yakni dugaan terhadap nilai satu variabel secara mandiri antara data sampel dan data populasi (Sujianto 2010).

Rumus yang digunakan dalam menerapkan uji t ini adalah sebagai berikut :

$$t = \frac{\bar{x} - \mu_0}{s/\sqrt{n}} \quad (3)$$

Keterangan:

\bar{x} : Rata-rata hasil pengambilan data

μ_0 : Nilai dihipotesiskan

s : Standar deviasi sampel

n : Jumlah sampel

Kriteria Penerimaan dan Penolakan :

Jika $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung}$ maka H_0 **Diterima**, dan H_a **Ditolak**.

Jika $-t \text{ tabel} > t \text{ hitung}$ maka H_0 **Ditolak**, dan H_a **Diterima**.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN**4.1 Interpretasi Data**

Tabel 2. Penjualan PT XL AXIATA Tbk (Dalam Miliar Rupiah)

Tahun	Penjualan tahun ini	penjualan tahun lalu	Sales Growth
2009	13.880	12.156	14,18229681
2010	17.637	13.880	27,06772334
2011	18.468	17.637	4,711685661
2012	21.278	18.468	15,21550791
2013	21.350	21.278	0,338377667
2014	23.569	21.350	10,39344262
2015	22.960	23.569	-2,583902584
2016	21.412	22.960	-6,742160279
2017	22.901	21.412	6,954044461
2018	23.001	22.901	0,436662154

Sumber: Data Primer Diolah 2020.

Berdasarkan tabel di atas PT XL AXIATA Tbk selama kurun waktu 10 tahun terakhir mengalami fluktuatif dimana pada tahun 2009-2014 peningkatan tersebut dipicu pertumbuhan pendapatan layanan data dan nilai tambah



value added services (VAS), ditahun 2015 pendapatan perusahaan turun yang disebabkan oleh pendapatan telekomunikasi seluler naik, sedangkan pendapatan dari layanan telekomunikasi lainnya merosot. Tahun 2016 penjualan kembali mengalami penurunan yang disebabkan karena pendapatan perseroan turun karena terseret melemahnya pendapatan dari bidang non-data. sedangkan kenaikan pendapatan 2017 dan 2018 didorong oleh besarnya pendapatan dari layanan data.

4.2 Analisis Statistik

Tabel 3. Analisis One-Sample T test

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Pertumbuhan Penjualan	-.946	9	.369	-3.00200	-10.1818	4.1778

Pada taraf signifikan 0,05 (95%) , maka $dk = n - 1$ atau $dk = 10 - 1$ besarnya t_{tabel} adalah -1,833. Dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} ternyata t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} Yaitu $(-0,946 > -1,833)$ maka H_0 diterima pada taraf kesalahan 5% dengan uji pihak kiri. Sehingga hipotesis H_0 yang berbunyi “Pertumbuhan penjualan pada PT XL Axiata Tbk lebih besar dari 10%” artinya pertumbuhan penjualan PT XL Axiata Tbk lebih besar 10% tidak terbukti.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian maka PT XL Axiata Tbk mengalami fluktuatif atau naik turunnya penjualan setiap tahunnya dan hasil uji one sampe t test menunjukkan pertumbuhan penjualan PT XL Axiata Tbk tidak lebih besar dari 10%.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. 2015. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- E, Meyulinda Aviana, and Yusfarita. 2010. “Pengaruh Struktur Modal, Tingkat Pertumbuhan Penjualan Dan Return On Assets Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Jakarta.” *Efektif Jurnal Bisnis dan Ekonomi* 1(1): 88–103.
- Hansen, and Juniarti. 2014. “Pengaruh Family Control, Size, Sales Growth, Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan Pada Sektor Perdagangan, Jasa, Dan Investasi.” *Business Accounting Review* 2: 1212–130.
- Kartika, A. 2016. “Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aset, Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.” *AMIK JTC/INFOKAM* 12(1): 49–58.
- Keown, and Arthur J. 2011. *Manajemen Keuangan : Prinsip Dan Penerapan*. 10th ed. Jakarta: PT. Indeks.
- Pradana, Herdiawan Rudi, Fachrurrozie, and Kiswanto. 2013. “Pengaruh Risiko Bisnis, Struktur Aset, Ukuran Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal.” *Accounting Analysis Journal* 2(4).
- Putra, AA Wela Yulidan Ida Bagus Badjra. 2015. “Pengaruh Leverage , Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas.” *E-Jurnal Manajemen Unud* 4(7).
- Riyadi, N. P. 2014. “Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Struktur Aktiva Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Pariwisata Dan Perhotelan Di BEI.” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 3(7): 2050–65.
- Siti Nurlaela, S. A. M. D. 2017. “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Aset, Profitabilitas Dan Pertumbuhan Penjualan, Terhadap Struktur Modal Perusahaan Cosmetics and Household Di Bursa Efek Indonesia.” *Jurnal Akutansi Dan Pajak* 18(1): 16–30.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujianto. 2010. *Aplikasi Statistik Dengan SPSS Untuk Pemula*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Supriyanto, Eko, and Falikhatun. 2008. “Pengaruh Tangibility, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Keuangan. *Jurnal Bisnis Dan Akutansi*.” *Jurnal Bisnis dan Akutansi* 10(1).
- Suweta, N. M. N. P. D., and M. R. Dewi. 2016. “Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Struktur Aktiva, Dan Pertumbuhan Aktiva Terhadap Struktur Modal.” *E-Jurnal Manajemen Unud* 5(8): 5172–99.
- Zuliani, Selly, Asyik, and Nur Fadrik. 2014. “Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Struktur Aset Dan Tingkat Pertumbuhan Terhadap Struktur Modal.” *Jurnal Ilmu dan Riset Akutansi* 3(7).