



Faktor yang Mempengaruhi Perubahan Laba Perusahaan Barang konsumsi Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Agnes Datu Tanantin, Muhammad Irfai Sohilauw*, Dudit Fachri Rifai

Ekonomi, Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar Bongaya, Makassar
JL Letjen. Andi Mappoeddang, No. 28, Balang Baru, Kec. Makassar, Kota Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia
Email: ¹Agnesdatu08@gmail.com, ^{2,*}irfaishohilauw@stiem-bongaya.ac.id, ³dudit@stiem-bongaya.ac.id
Email Penulis Korespondensi: irfaishohilauw@stiem-bongaya.ac.id
Submitted: 24/05/2023; Accepted: 11/06/2023; Published: 30/06/2023

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh pertumbuhan penjualan dan tingkat inflasi terhadap perubahan laba pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek Indonesia. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 26 perusahaan dengan menggunakan metode purposive sampling periode 2017-2021. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, maka diperoleh sampel sebanyak 11 perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode analisis yang digunakan adalah analisis data panel menggunakan Bantuan Software E-views 12. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap perubahan laba dan tingkat inflasi berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap perubahan laba pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2017-2021. Selain memperluas variabel penelitian, kiranya penelitian selanjutnya dapat memperhitungkan sektor yang akan dipilih sebagai objek penelitian.

Kata Kunci: Pertumbuhan Penjualan; Tingkat Inflasi; Perubahan Laba

Abstract—This study aims to determine the effect of sales growth and the inflation rate on changes in profits in consumer goods companies listed on the Indonesian stock exchange. The population in this study totalled 26 companies using the purposive sampling method for the 2017-2021 period. A sample of 11 consumer goods companies listed on the Indonesia Stock Exchange was obtained based on predetermined criteria. The analytical method used is panel data analysis using E-views 12 Software Assistance. The results show that partial sales growth significantly affects profit changes, and the inflation rate has no significant negative effect on profit changes in consumer goods companies listed on the Indonesian stock exchange in the period 2017-2021. In addition to expanding the research variables, further research can consider the sector to be selected as the object of study.

Keywords: Sales Growth; Inflation Rate; Profit Change

1. PENDAHULUAN

Tujuan utama didirikannya suatu perusahaan memang umumnya adalah untuk memperoleh laba jangka panjang. Perusahaan-perusahaan didirikan dengan tujuan menghasilkan keuntungan bagi pemilik atau para pemegang sahamnya. Laba yang diperoleh ini dapat digunakan untuk mengembangkan perusahaan, membayar dividen kepada pemegang saham, dan membiayai kegiatan operasional serta investasi yang lebih lanjut (Wiratno & Yustrianthe, 2022). laba perusahaan sendiri diperoleh dari serangkaian aktivitas operasional perusahaan, yang meliputi produksi atau penyediaan barang dan jasa, penjualan, dan pengelolaan biaya operasional. (Bernardin & Baeti, 2018). Laba perusahaan memiliki hubungan yang erat dengan kinerja perusahaan karena merupakan salah satu indikator utama kinerja keuangan perusahaan dan mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari aktivitas operasionalnya. (Widati & Yuliandri, 2022).

Naik turunnya laba perusahaan setiap tahun bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut (Sunardi & Hendarsah, 2019), laba perusahaan sangat dipengaruhi oleh hutang perusahaan. lain halnya dengan (Yulistiani & Manda, 2020) yang menyatakan bahwa biaya produksi dan penjualan sangat mempengaruhi laba bersih perusahaan. sedangkan (Pamungkas et al., 2021) menyatakan bahwa laba bersih sangat dipengaruhi oleh biaya dan pendapatan. Disisi lain, inflasi, modal kerja dan kurs juga berpengaruh terhadap laba (Meiliana & Nuryasman, 2020). Dengan demikian, laba perusahaan tidak hanya dipengaruhi internal perusahaan, namun juga dipengaruhi eksternal perusahaan.

Perubahan laba perusahaan memberikan gambaran yang penting tentang kinerja keuangan perusahaan. Perubahan laba dapat mencerminkan tren, perubahan kondisi bisnis, dan efektivitas manajemen perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (Kurniawan & Satria, 2021). perubahan laba perusahaan merupakan informasi yang penting bagi para investor dan pemakai laporan keuangan lainnya. Laba perusahaan dapat memberikan indikasi tentang kinerja keuangan perusahaan dan dapat memengaruhi keputusan investasi. (Fatimah & Kardi, 2018). Di bawah ini disajikan informasi mengenai perubahan laba perusahaan yang bergerak di sektor barang konsumsi sub-sektor makanan dan minuman dan tercatat di Bursa Efek Indonesia.

Tabel 1. Perubahan Laba Perusahaan Barang konsumsi Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021

No	Kode Emiten	Perubahan Laba		
		2018 (%)	2019 (%)	2020 (%)
1	ICBP	20,52	10,11	30,72
2	DLTA	20,84	-596	-609



No	Kode Emiten	Perubahan Laba		
		2018 (%)	2019 (%)	2020 (%)
3	HOKI	88,04	14,99	-633
4	MYOR	7,64	15,81	3,06
	Rata-rata	34,26	-138,77	-302,06

Tabel di atas menunjukkan evolusi perubahan laba dari tahun 2018 hingga 2020 untuk perusahaan barang konsumsi subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Volatilitas laba rata-rata 34,26% di tahun 2018, turun -138,77% di tahun 2019, dan menurun lagi di tahun 2020 dengan rata-rata -302,06%. Berdasarkan keadaan tersebut, dapat disimpulkan bahwa nilai perubahan laba perusahaan makanan dan minuman menunjukkan tren penurunan pada periode 2018-2020.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Margiani et al., 2019; Radella et al., 2021; Zhafira Indiansyah et al., 2022) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan mempengaruhi perubahan laba. Sebaliknya, temuan dari (Ridwan & Fajar, 2020) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap perubahan laba. dari gap riset ini, terbukti bahwa pertumbuhan penjualan secara teori belum bisa mempengaruhi perubahan laba. Karena walau pendapatan yang mengakibatkan peningkatan kapasitas produksi, belum mampu mengefisiensikan biaya promosi dan pemasaran dari suatu perusahaan.

Penelitian dari (Fauzi et al., 2023) menyatakan bahwa Inflasi mempengaruhi Perubahan Laba Perusahaan, namun menurut (Ulfa & Retnani, 2018) tingkat inflasi tidak mempengaruhi perubahan laba perusahaan. Dalam dua riset ini, hasil penelitian masih inkonsisten, walau secara teori inflasi yang tinggi akan mempengaruhi perubahan laba. Karena yang tinggi inflasi akan berdampak pada Biaya Produksi, Permintaan Konsumen, Penyesuaian Harga dari perusahaan dan Kebijakan Moneter sebuah negara.

Perbedaan penelitian ini dengan fenomena yang diangkat adalah range waktu penelitian sampai dengan tahun 2021, artinya sudah masuk era covid, yang mana kita tahu bahwa era covid membuat perubahan yang sangat signifikan dalam setiap lini kehidupan, tidak terkecuali bagi bisnis di pasar modal. Selain itu, objek dari penelitian ini secara teori sangat cocok dengan variabel yang diangkat, karena era covid sangat mempengaruhi penjualan dan mengakibatkan tingginya angka inflasi di Indonesia serta mempengaruhi perubahan laba perusahaan.

Dikarenakan ketidaksesuaian (GAP) dari penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisa pengaruh pertumbuhan penjualan dan pengaruh inflasi terhadap perubahan laba pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2017-2021

2. METODE PENELITIAN

2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini berfokus pada analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif berdasarkan filosofi positivis untuk menguji pengaruh antar variabel pada populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini, akan menganalisis hubungan dari variabel independen (Pertumbuhan Penjualan dan Inflasi) terhadap variabel dependen (perubahan laba).

2.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian menggunakan teknik dokumentasi, dengan mendapatkan data laporan keuangan perusahaan sektor barang konsumsi yang telah diaudit pada periode 2017-2021. Penelitian ini sendiri dilaksanakan pada bulan April-Mei 2023, dengan sumber data sekunder pada website idx.co.id.

2.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

2.3.1 Populasi dan sampel

Populasi penelitian adalah laporan keuangan perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dan sampelnya adalah rasio keuangan yang diterbitkan setiap tahun selama periode 2017-2021. Karena data penelitian yang digunakan adalah data panel, maka asumsi normalitas dan multikolinearitas harus diuji untuk memenuhi persyaratan yang ditentukan. Dalam analisis data keuangan, data panel dapat memberikan keunggulan dalam memahami tren kinerja keuangan perusahaan dari waktu ke waktu, membandingkan kinerja antarperusahaan, dan mengendalikan faktor-faktor yang konsisten dari waktu ke waktu.

2.3.2 Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel adalah metode purposive sampling yang mana metode pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu atau berdasarkan kriteria tertentu (Sugiyono, 2018). Adapun kriteria sampel pada penelitian ini adalah Perusahaan sektor barang konsumsi sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan menerbitkan laporan keuangan yang telah diaudit periode tahun 2017-2021.

Dengan menggunakan teknik sampling yang ditargetkan, dari 26 Populasi perusahaan diperoleh 11 Perusahaan yang memenuhi kriteria untuk dianalisa. Sedangkan unit analisa data adalah 55 unit (11 perusahaan × 5 tahun pengamatan).

**Tabel 2.** Sampel Penelitian Perusahaan Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2017-2021

No.	Kode Emiten	Nama Perusahaan
1.	CEKA	PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk,
2.	CLEO	PT Sariguna Primatirta Tbk.,
3.	DLTA	PT Delta Djakarta Tbk,
4.	HOKI	PT Buyung Poetra Sembada Tbk,
5.	ICBP	PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk,
6.	MLBI	PT Multi Bintang Indonesia Tbk,
7.	MYOR	PT Mayora Indah Tbk,
8.	ROTI	PT Nippon Indosari Corpindo Tbk,
9.	SKBM	PT Sekar Bumi Tbk,
10.	SKLT	PT Sekar Laut Tbk,
11.	ULTJ	PT Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk,

2.3.3 Metode Analisis Data

Data yang digunakan adalah data sekunder berupa data panel untuk semua variabel (pertumbuhan penjualan, inflasi, perubahan laba) dari perusahaan subsektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sumber data penelitian ini diperoleh dari data sekunder (rilis laporan keuangan) yang diterbitkan oleh perusahaan-perusahaan subsektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Data survei didasarkan pada data laporan keuangan tahunan yang tersedia untuk umum. Penelitian ini menggunakan analisis regresi data panel menggunakan bantuan software E-Views versi 10, dengan bentuk analisa adalah sebagai berikut : (Gio, 2015)

1. Analisis Statistik Deskriptif untuk memberikan deskripsi data pertumbuhan penjualan, tingkat inflasi dan perubahan laba yang dilihat dari nilai standar deviasi, maksimum, minimum, sum, dan range.
2. Pengajuan Pengajuan model Penelitian dengan uji Chow (pengujian untuk menentukan model apa yang akan dipilih antara common effect atau fixed effect model) dan uji Lagrange Multiplier (membandingkan mana model terbaik yang digunakan untuk regresi data panel antara Random Effect Model dengan Common Effect Model)

Setelah teknik pengajuan model dilakukan, maka tahap selanjutnya adalah pengujian asumsi klasik untuk memperoleh model analisa yang tepat, yang terdiri dari : (Gio, 2015)

1. Uji normalitas untuk mengetahui apakah model dalam regresi variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal atau tidak.
2. Uji Multikolinearitas untuk mengetahui adanya hubungan linear antara variabel independen di dalam model regresi.

2.3.4 Analisis Regresi Data Panel

Penelitian ini menggunakan analisis regresi data panel yang bertujuan untuk menganalisis Pertumbuhan Penjualan, Inflasi terhadap perubahan laba. Persamaan ini dapat diformulasikan sebagai berikut :

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

Dimana :

Y_{it} = Variabel perubahan laba dari perusahaan i pada waktu t

α = Konstanta

β = Koefisien regresi masing-masing variabel

X_{1it} = Pertumbuhan penjualan dari perusahaan i pada waktu t

X_{2it} = Tingkat inflasi dari perusahaan i pada waktu t

ε_{it} = Residual dari perusahaan i pada waktu t

t = Waktu

i = Perusahaan

2.3.5 Uji Kelayakan Model Data Panel

Langkah selanjutnya adalah menguji kelayakan model penelitian dengan pengujian: (Sugiyono, 2018)

1. Uji F untuk menunjukkan apakah variabel independen yang digunakan dalam model memiliki pengaruh yang sama terhadap independen.
2. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji-t) menunjukkan apakah variabel independent yang digunakan dalam model memiliki pengaruh yang sama terhadap variabel dependen.
3. Koefisien Determinasi Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan besarnya pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

2.4 Kerangka Dasar Penelitian

1. Pengaruh Pertumbuhan penjualan terhadap perubahan laba

Penjualan merupakan ujung tombak dari sebuah perusahaan. Ramalan penjualan yang tepat sangat diperlukan, agar perusahaan dapat mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan untuk proses produksi. Dengan

menggunakan rasio pertumbuhan penjualan, perusahaan dapat mengetahui tren penjualan dari produknya dari tahun ke tahun. Penjualan harus dapat menutupi biaya sehingga dapat meningkatkan keuntungan. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan, maka semakin tinggi juga tingkat keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga perubahan laba akan meningkat Brona et al., (2022) . Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Margiani et al., 2019; Radella et al., 2021; Zhafira Indiansyah et al., 2022) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan mempengaruhi perubahan laba. Jika pertumbuhan penjualan tinggi maka perubahan laba juga akan tinggi. Adapun Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

H1: Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap perubahan laba perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

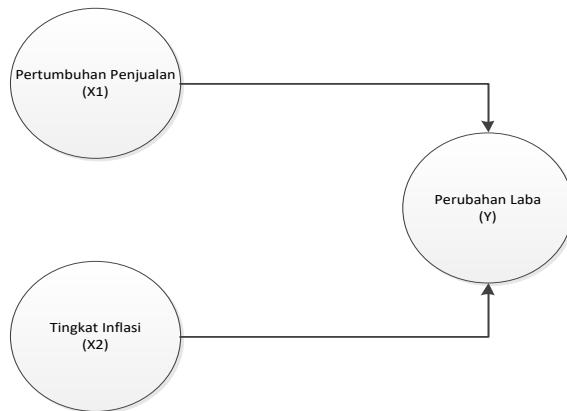
2. Pengaruh Inflasi terhadap perubahan laba

Tingkat inflasi merupakan perubahan harga yang terjadi secara terus menerus. Tingkat inflasi disebabkan oleh beberapa hal seperti jumlah permintaan yang tinggi, jumlah penawaran yang rendah, jumlah uang yang beredar, perkiraan harga masa depan, dan akibat perang. Tingkat inflasi dapat mempengaruhi perubahan laba sebab mampu melemahkan daya beli konsumen, sehingga tingkat penjualan menjadi lebih rendah Dewi, (2021). Penelitian dari (Ulfa & Retnani, 2018) menyatakan bahwa tingkat inflasi tidak mempengaruhi perubahan laba perusahaan. tingkat inflasi dapat mempengaruhi pertumbuhan laba sebab mampu melemahkan daya beli konsumen, sehingga tingkat penjualan menjadi lebih rendah dan akan mempengaruhi laba perusahaan. Jika inflasi tinggi, maka perubahan laba akan rendah. Adapun Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

H2: Tingkat inflasi berpengaruh negatif signifikan terhadap perubahan laba perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2.5 Kerangka Konseptual

Berdasarkan pemaparan di atas, maka kerangka konseptual dari penelitian ini yang adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Konseptual

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Teknik Pengajuan Model

3.1.1 Uji Chow

Hasil pengujian data chow sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests			
Equation: FIXED			
Test cross-section fixed effects			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	1.137179	(10,42)	0.3589
Cross-section Chi-square	13.178704	10	0.2139

Nilai distribusi statistik chi-square berdasarkan hasil perhitungan menggunakan Eviews adalah sebesar 13,178704 dengan probabilitas 0,2139 (< 0,05) secara statistik menolak H1 dan menerima H0. Dalam hal ini, model yang sesuai adalah common effect model.

3.1.2 Uji Lagrange Multiplier

Berikut adalah hasil uji Langrange Multiplier:

Tabel 4. Hasil Uji Lagrange Multiplier

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects			
Null hypotheses: No effects (all others) alternatives			
	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	0.926611 (0.3357)	0.889249 (0.3457)	1.815860 (0.1778)
Honda	0.962606 (0.1679)	0.943000 (0.1728)	1.347467 (0.0889)
King-Wu	0.962606 (0.1679)	0.943000 (0.1728)	1.311515 (0.0948)
Standardized Honda	1.076249 (0.1409)	1.120410 (0.1313)	-1.691069 (0.9546)
Standardized King-Wu	1.076249 (0.1409)	1.120410 (0.1313)	-1.491695 (0.9321)
Gourieroux, et al.	--	--	1.815860 (0.1897)

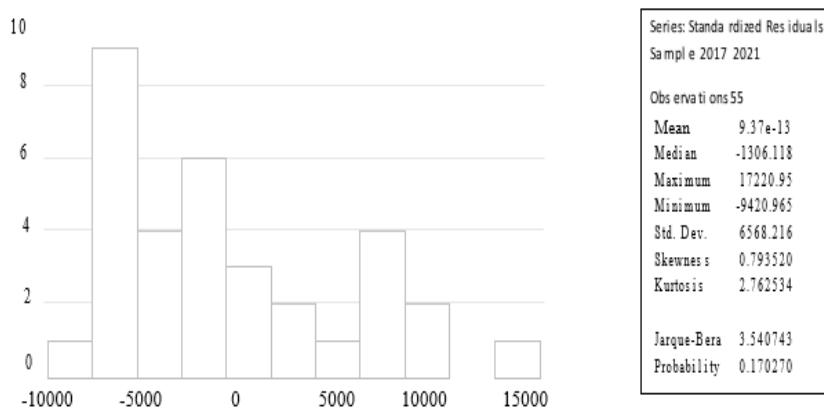
1. Jika nilai statistik LM > nilai Chi-Square, maka H0 ditolak yang artinya model common effect
2. Jika nilai statistik LM < nilai Chi-Square, maka H0 ditolak yang artinya model random effect

Hasil output di atas menunjukkan nilai probabilitas Breush-Pagan (BP) sebesar $0.1778 > 0,05$ maka H0 diterima, dengan kata lain model yang cocok adalah common effect model.

3.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

3.2.1 Uji Normalitas

Berikut adalah hasil pengujian normalitas.


Gambar 2. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas di atas diketahui bahwa Probability lebih dari pada taraf signifikansi yang telah ditetapkan ($0,170270 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal.

3.3.2 Uji Multikolinearitas

Berikut adalah hasil pengujian multikolinieritas.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

	PP	TI
PP	1.000000	0.002907
TI	0.002907	1.000000

Tabel 5 menyajikan hasil uji multikolinearitas. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel-variabel independen dalam penelitian ini memiliki Correlation $< 0,90$ sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

3.4 Analisis Data Penelitian

3.4.1 Analisis Statistik Deskriptif

Berikut adalah hasil analisis statistik deskriptif.

Tabel 6. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	Pertumbuhan Penjualan	Tingkat Inflasi	Perubahan Laba
Mean	7.292.964	0.322000	410.8036
Median	10.27000	0.180000	9.930000
Maximum	50.40000	2.340000	760.1000
Minimum	4.578.000	0.010000	9.400.000
Std. Dev.	618.8827	0.311861	138.2979
Skewness	7.206.229	5.826038	3.574843
Kurtosis	52.96043	40.17406	16.95303
Jarque-Bera	6196.125	3478.021	563.3033
Probability	0.000000	0.000000	0.000000
Sum	4.011.130	12.21000	2259.420
Sum Sq. Dev.	20682850	5.251880	1032820.
Observations	55	55	55

Berdasarkan tabel uji statistik deskriptif di atas dapat dijelaskan sebagai berikut: Pertumbuhan penjualan pada periode 2017-2021 menunjukkan bahwa nilai terkecil (minimum) adalah 4578.000 dan nilai terbesar (maximum) adalah 50.40000, rata-rata (mean) dari nilai pertumbuhan penjualan adalah 729.2964 dan nilai standar deviasi sebesar 618.8827.

Tingkat inflasi pada periode 2017-2021 menunjukkan bahwa nilai terkecil (minimum) adalah 0.010000 dan nilai terbesar (maximum) adalah 2.340000, rata-rata (mean) dari nilai tingkat inflasi adalah 0.322000 dan nilai standar deviasi sebesar 0.311861.

Perubahan laba pada periode 2017-2021 menunjukkan bahwa perubahan laba memiliki nilai terkecil (minimum) 94.00000 dan nilai terbesar (maximum) 760.1000, rata-rata (mean) dari nilai perubahan laba adalah 410.8036 dan nilai standar deviasi sebesar 138.2979.

3.4.2 Analisis regresi linear berganda

Berdasarkan analisis regresi panel dengan eviews 12 diperoleh hasil uji random effect model sebagai berikut :

Tabel 7. Hasil Regresi Data Panel Common Effect Model

Dependent Variable: Perubahan Laba

Method: Panel Least Squares

Date: 04/04/23 Time: 22:22

Sample: 2017 2021

Periods included: 5

Cross-sections included: 11

Total panel (balanced) observations: 55

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
Constant	56.03586	23.13080	2.422564	0.0189
Pertumbuhan Penjualan	0.027261	0.030487	1.894187	0.0357
Tingkat Inflasi	-58.41153	60.50088	-0.965466	0.3388
Root MSE	134.8148	R-squared		0.032138
Mean dependent var	41.08036	Adjusted R-squared		-0.005087
S.D. dependent var	138.2979	S.E. of regression		138.6492
Akaike info criterion	12.75477	Sum squared resid		999626.8
Schwarz criterion	12.86426	Log likelihood		-347.7562
Hannan-Quinn criter.	12.79711	F-statistic		0.863345
Durbin-Watson stat	1.741111	Prob(F-statistic)		0.427706

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi panel sebagai berikut :

$$Yit = 56.03586 + 0.027261 - 58.41153 \quad (1)$$

Persamaan regresi untuk data panel di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut.

1. Konstanta (α) sebesar 56,03586 artinya perubahan laba pada saat pertumbuhan penjualan dan inflasi 0 adalah sebesar 56,03586.
2. Koefisien regresi untuk pertumbuhan penjualan adalah 0,027261. Dengan kata lain, jika variabel independen lainnya tetap dan pertumbuhan pendapatan meningkat sebesar 1%, maka perubahan laba akan meningkat sebesar 0,027261. Koefisien bernilai positif, artinya ada hubungan positif antara pertumbuhan penjualan dengan perubahan laba. Semakin tinggi penjualan, semakin besar perubahan laba.
3. Koefisien regresi inflasi adalah -58,41153. Dengan kata lain, jika variabel independen lainnya tetap dan tingkat inflasi meningkat sebesar 1%, maka perubahan pendapatan menurun sebesar -58,41153. koefisien negatif. Hal ini berarti terdapat hubungan negatif antara inflasi dan perubahan laba. Semakin tinggi tingkat inflasi, semakin kecil perubahan pendapatan.

3.5. Pengujian Hipotesis

3.5.1. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji-t)

Uji statistik t pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dapat mempengaruhi variasi dependen. Dasar pengambilan keputusan untuk uji sebagai berikut:

- 1) Jika nilai prob.< 0,05 maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- 2) Jika nilai prob > 0,05 maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Tabel 8. Hasil Uji (t) Berdasarkan Estimasi Common Effect Model

Dependent Variable: PL				
Method: Panel Least Squares				
Date: 04/04/23	Time: 22:22			
Sample: 2017 2021				
Periods included: 5				
Cross-sections included: 11				
Total panel (balanced) observations: 55				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
Constant	56.03586	23.13080	2.422564	0.0189
Pertumbuhan Penjualan	0.027261	0.030487	1.894187	0.0357
Tingkat Inflasi	-58.41153	60.50088	-0.965466	0.3388
Root MSE	134.8148	R-squared		0.132138
Mean dependent var	41.08036	Adjusted R-squared		-0.005087
S.D. dependent var	138.2979	S.E. of regression		138.6492
Akaike info criterion	12.75477	Sum squared resid		999626.8
Schwarz criterion	12.86426	Log likelihood		-347.7562
Hannan-Quinn criter.	12.79711	F-statistic		0.863345
Durbin-Watson stat	1.741111	Prob(F-statistic)		0.427706

Berdasarkan tabel 8 diatas dapat dilihat yaitu nilai t-hitung dengan nilai df2 = n-k-1 = 55-2-1 = 53, maka t-tabel diperoleh 1.67412. berdasarkan nilai t-tabel tersebut maka dapat dilakukan pengujian hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

1) Pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap perubahan laba

Nilai t_{hitung} variabel pertumbuhan penjualan adalah 1.894187 dan nilai t_{tabel} 1.67412 maka (1.894187 > 1.67412) nilai probabilitas sebesar (0.0357 < 0.05). Artinya H1 diterima H0 ditolak. Hal ini berarti pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh signifikan terhadap perubahan laba.

2) Pengaruh tingkat inflasi terhadap perubahan laba

Nilai t_{hitung} variabel tingkat inflasi adalah -0.965466 dan nilai t_{tabel} 1.67412 maka (-0.965466 < 1.67412) nilai probabilitas sebesar (0.3388 > 0.05). Artinya H1 diterima dan H0 ditolak. Hal ini berarti tingkat inflasi memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perubahan laba.

3.5.2 Koefisien Determinasi (R2)

Semakin kecil nilai R-Square, maka semakin lemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Sebaliknya, ketika koefisien determinasi mendekati 1, hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat semakin kuat. Berikut adalah hasil uji koefisien determinasi :

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi berdasarkan Estimasi Common Effect Model

Dependent Variable: PL				
Method: Panel Least Squares				
Date: 04/04/23	Time: 22:22			
Sample: 2017 2021				
Periods included: 5				
Cross-sections included: 11				
Total panel (balanced) observations: 55				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
Constant	56.03586	23.13080	2.422564	0.0189
Pertumbuhan Penjualan	0.027261	0.030487	1.894187	0.0357
Tingkat Inflasi	-58.41153	60.50088	-0.965466	0.3388
Root MSE	134.8148	R-squared		0.132138
Mean dependent var	41.08036	Adjusted R-squared		-0.005087
S.D. dependent var	138.2979	S.E. of regression		138.6492
Akaike info criterion	12.75477	Sum squared resid		999626.8
Schwarz criterion	12.86426	Log likelihood		-347.7562



Dependent Variable: PL

Method: Panel Least Squares

Date: 04/04/23 Time: 22:22

Sample: 2017 2021

Periods included: 5

Cross-sections included: 11

Total panel (balanced) observations: 55

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
Hannan-Quinn criter.	12.79711	F-statistic		0.863345
Durbin-Watson stat	1.741111	Prob(F-statistic)		0.427706

Dari hasil estimasi didapatkan nilai R-Square 0.132138 artinya variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 13% sedangkan sisanya sebesar 87% dijelaskan oleh variabel diluar dari penelitian seperti rasio keuangan, ukuran perusahaan, net profit margin, debt to equity ratio, biaya promosi, dan biaya kualitas.

3.6 Interpretasi Hasil Penelitian

3.6.1. Pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap perubahan laba pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek Indonesia

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama variabel sales growth terbukti berpengaruh besar terhadap perubahan laba, hasil Uji(t) berdasarkan estimasi model common effect, dengan nilai hitung sebesar 1.894187 adalah. Untuk 1.67412, hipotesis pertama diterima jika ($1.894187 > 1.67412$) merupakan nilai probabilitas (0.0357 dan < 0.05). Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin besar pertumbuhan penjualan, semakin besar pula perubahan laba. Semakin besar peningkatan penjualan, semakin besar perubahan laba. Profitabilitas dalam hal ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih untuk penjualan tertentu. Semakin tinggi profitabilitas, semakin besar volatilitas keuntungan. Penjualan adalah ujung tombak sebuah perusahaan.

Peramalan penjualan yang akurat diperlukan bagi perusahaan untuk mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan untuk proses produksi. Dengan menggunakan tingkat pertumbuhan penjualan, perusahaan dapat menentukan tren penjualan produk mereka dari tahun ke tahun. Penjualan harus mencapai titik impas untuk meningkatkan keuntungan (Silviana & Asyik, 2019).

Dalam penelitian ini, mengkonfirmasi teori yang menyatakan bahwa tingkat penjualan yang baik akan menghasilkan laba perusahaan yang baik pula. Pada subsektor barang konsumsi makanan dan minuman. Sub sektor ini merupakan sub sektor vital karena Memiliki Stabilitas dan daya tahan yang bagus terhadap fluktuasi ekonomi, Konsumsi yang terus meningkat dari hari ke hari, selalu melakukan Inovasi dan pertumbuhan dan Dividen dan pendapatan yang stabil menjadi daya tarik bagi investor yang mencari pendapatan yang konsisten dari investasi mereka. Oleh karena itu, temuan penelitian ini memperkuat statement di atas dan tingkat penjualan merupakan elemen vital dalam perusahaan, terutama sektor barang konsumsi makan dan minuman.

Hasil penelitian yang ini sesuai dengan penelitian (Margiani et al., 2019; Radella et al., 2021; Zhafira Indiansyah et al., 2022) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan mempengaruhi perubahan laba. Sebaliknya, temuan dari (Ridwan & Fajar, 2020) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap perubahan laba.

3.6.2. Pengaruh tingkat inflasi terhadap perubahan laba pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek Indonesia

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua, variabel tingkat inflasi berpengaruh negatif terhadap perubahan pendapatan dan terbukti tidak signifikan. Hasil uji (t) berdasarkan estimasi model common effect, dimana hitung adalah (-0.965466 dan < 1.67412) jika nilai -0.965466 ttabel 0.3388 dan jika nilai probabilitas ($0.3388 < 0.05$) maka yang pertama hipotesis diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien bertanda negatif, yaitu terdapat hubungan negatif antara inflasi dengan perubahan laba. Semakin tinggi tingkat inflasi, semakin kecil perubahan pendapatan. Semakin rendah tingkat inflasi, semakin fluktuatif pertumbuhan laba.

Tingkat inflasi yang lebih tinggi relatif terhadap pertumbuhan laba perusahaan menaikkan harga komoditas, menurunkan daya beli konsumen dan menurunkan penjualan. Lebih sedikit penjualan berarti lebih sedikit keuntungan (Ulfa & Retnani, 2018).

Bank Indonesia berhasil mengidentifikasi faktor-faktor fundamental yang mempengaruhi dinamika inflasi di Indonesia seperti pergerakan nilai tukar. Dan kesenjangan antara permintaan dan penawaran tercermin dalam pergerakan kesenjangan penawaran dan permintaan. Apabila faktor-faktor yang mempengaruhi distribusi pangan dapat dikendalikan, diyakini tekanan inflasi akibat pangan yang tidak stabil dapat dikurangi. Naiknya harga komoditas, sebagai tanda kenaikan inflasi, harus diikuti dengan pengetatan kebijakan moneter, karena inflasi yang tinggi tidak membawa perubahan positif pada pendapatan perusahaan. (Darma et al., 2018).

Dalam penelitian ini, ternyata berbanding terbalik pada statement bahwa sub sektor makanan dan minuman memiliki stabilitas dan daya tahan yang bagus terhadap fluktuasi ekonomi. Inflasi termasuk salah satu fluktuasi ekonomi yang dapat menyebabkan biaya bahan baku dan operasional perusahaan cenderung meningkat, suku bunga cenderung meningkat sebagai upaya untuk mengendalikan inflasi, mempengaruhi pola belanja konsumen dan kekuatan pembelian



investor, penyesuaian harga jual produk atau layanan secara teratur, dan dapat mempengaruhi nilai aset dan kewajiban perusahaan.

Hasil Penelitian ini belum mengkonfirmasi penelitian dari (Fauzi et al., 2023) menyatakan bahwa Inflasi berpengaruh positif terhadap Perubahan Laba Perusahaan. sebaliknya, hasil penelitian ini mengkonfirmasi penelitian dari (Ulfa & Retnani, 2018) yang menyatakan bahwa tingkat inflasi tidak mempengaruhi perubahan laba perusahaan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data serta pembahasan yang telah dikemukakan di atas maka pertumbuhan penjualan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap perubahan laba pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2017-2021. Semakin tinggi pertumbuhan penjualan maka semakin tinggi perubahan laba. Secara parsial tingkat inflasi memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap perubahan laba pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2017-2021. Semakin tinggi inflasi, semakin rendah perubahan laba. Saran dan rekomendasi adalah sebaiknya perusahaan mengembangkan rencana pemasaran yang matang untuk mempertahankan dan meningkatkan pertumbuhan penjualan. Selain itu, pemegang saham dapat mengetahui tren keuntungan sebagai acuan untuk berinvestasi. Bank Indonesia sebagai bank sentral diharapkan berhati-hati menaikkan suku bunga dan tetap mewaspadai target inflasi. Hal ini untuk mencapai tujuan utama Bank Indonesia yaitu mencapai dan mempertahankan nilai rupiah yang stabil untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkualitas. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, 87% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti: Rasio Keuangan, Ukuran Perusahaan, Net Profit Margin, Debt-to-Equity Ratio dan Biaya Iklan. Fakta ini dapat menjadi titik awal untuk penelitian lebih lanjut. Adapun rekomendasi yang dapat diajukan untuk penelitian selanjutnya untuk memperhitungkan kesesuaian variabel penelitian dengan objek yang dipilih, sehingga hubungan teoritis dan hasil penelitian dapat berjalan searah.

REFERENCES

- Bernardin, D. E. Y., & Baeti, E. N. (2018). Laba Bersih Sebagai Variabel Intervening Antara Pengaruh Biaya Operasional dan Volume Penjualan Terhadap Net Profit Margin (Studi Kasus pada PT Aero Globe Indonesia Tahun 2007-2014). *Ekspansi*, 10(1), 43–58.
- Brona, A. M., Rinofah, R., & Sari, P. P. (2022). As-Syirkah : Islamic Economics & Finacial Journal. 1, 133–147. <https://doi.org/10.56672/assyirkah.v2i2.46>
- Dewi. (2021). Efektivitas Pengungkapan CSR, Leverage Operasi, Umur perusahaan dan tingkat inflasi terhadap profitabilitas perusahaan. *JUARA (Jurnal Riset Akuntansi)*, 3(11), 299–320.
- Fatimah, Z., & Kardi. (2018). Pengaruh rasio keuangan terhadap perubahan laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2008-2011. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 60–77.
- Fauzi, Muhammad Suhaidi, W., & Rahayu, S. (2023). Pengaruh Kondisi Makro Ekonomi Terhadap Perubahan Laba Operasional Bank Umum Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Teknologi Dan Bisnis (JETBIS)*, 2(3). <https://jetbis.al-makkipublisher.com/index.php/al/index>
- Gio, P. U. (2015). Belajar Olah Data Dengan Eviews. In USUPress. Medan (1st ed.).
- 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. <https://uia.e-journal.id/Akrual/article/view/1736>
- Margiani, F., Jonathan, L. R., & Barus, I. N. E. (2019). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Modal Terhadap Perubahan Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Ekonomia*, 8(3), 1–11.
- Meiliana, S., & Nuryasman. (2020). Pengaruh Inflasi, Kurs Dan Modal Kerja Terhadap Laba Perusahaan Perbankan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(1), 261. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i1.7467>
- Pamungkas, J. R., Linawati, & Solikah, M. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Laba Bersih Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Food And Beverages. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi 2021*, 6(1).
- Radella, L., Saebani, A., & Maulana, A. (2021). Pengaruh biaya promosi, biaya kualitas, dan pertumbuhan penjualan terhadap perubahan laba bersih. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 31(2), 59–70.
- Ridwan, M., & Fajar, C. M. (2020). Analisis Pertumbuhan Penjualan, Gross Profit Margin, dan Shrinkage Terhadap Pertumbuhan Laba. *Jurnal Sain Manajemen*, 2(2), 20. [http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index](https://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index)
- Silviana, R., & Asyik, N. F. (2019). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Perubahan Laba. *Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Perubahan Laba*, 5, 1–21.
- Sugiyono. (2018). Prof. Dr. Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta. Prof. Dr. Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sunardi, N., & Hendarsah, D. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Laba dan Dampaknya pada Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan BUMN Bidang Kontruksi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2017). *Jurnal SEKURITAS (Saham, Ekonomi, Keuangan Dan Investasi)*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.32493/skt.v3i1.3271>
- Ulfa, A. M., & Retnani, E. D. (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, Tingkat Inflasi dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Perubahan Laba. *Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 7(3).
- Widati, S., & Yuliandri, R. P. (2022). Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba. *Jurnal Neraca Peradaban*, 2(2), 113–122. <https://doi.org/10.55182/jnp.v2i2.177>
- Wiratno, D. H., & Yustrianthe, R. H. (2022). Price earning ratio, ukuran dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Indonesia. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5587–5595. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.2097>
- Yulistiani, S. P., & Manda, G. S. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Laba Bersih Pada Perusahaan Industri Rokok Yang Terdaftar Di Bei. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 12, 1117. <https://doi.org/10.24843/eeb.2020.v09.i12.p01>



Journal of Business and Economics Research (JBE)

Vol 4, No 2, Juni 2023, pp. 142–151

ISSN 2716-4128 (media online)

DOI 10.47065/jbe.v4i2.3503

<https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/jbe>

Zhafira Indiansyah, Sri Wahyuni, Eko Hariyanto, & Nur Isna Inayati. (2022). the Influence of Sales Growth, Profitability, Dividend Policy, and Liquidity Toward Changes in Profit. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 47–58.
<https://doi.org/10.30640/jumma45.v1i2.322>