

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Pertumbuhan Penjualan

2.1.1.1 Pengertian Pertumbuhan Penjualan

Fahmi (2018:137) mengemukakan pertumbuhan penjualan merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisinya di industri dan ekonomi. Perusahaan yang telah berhasil dalam menjalankan strategi pemasaran dengan baik, akan terjadi pada peningkatan pada labanya. Tingginya *sales growth* yang dicapai perusahaan dapat mencerminkan kondisi keuangan perusahaan cukup stabil atau jauh dari kesulitan keuangan, karena terbukti pertumbuhan penjualan perusahaan yang selalu meningkat setiap tahunnya.

Analisa pertumbuhan merupakan analisa perbandingan antar satu periode laporan keuangan dengan periode sebelumnya. Analisa ini biasanya digunakan untuk mengevaluasi kinerja tahun sebelumnya dan dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan jangka pendek (Hani, 2015:98).

Menurut Subramanyan K. R. (2014:487) pertumbuhan penjualan adalah analisis tren dalam penjualan berdasarkan segmen berguna dalam menilai profitabilitas. Pertumbuhan penjualan seringkali merupakan hasil dari satu atau lebih faktor, termasuk perubahan harga, perubahan volume, akuisisi/divestasi, dan perubahan nilai tukar.

Pertumbuhan penjualan adalah selisih perbandingan yang terjadi antara jumlah penjualan pada periode masa sekarang dengan periode yang terjadi di masa sebelumnya (Harahap, 2016:309).

Berdasarkan uraian diatas, penulis menyimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan adalah peningkatan jumlah produk atau jasa yang terjual oleh suatu perusahaan atau bisnis dalam jangka waktu tertentu. Pertumbuhan penjualan sering dianggap sebagai indikator keberhasilan bisnis karena menunjukkan bahwa permintaan konsumen terhadap produk dan jasa suatu perusahaan semakin meningkat. Pertumbuhan penjualan dapat diukur dengan berbagai cara, termasuk unit fisik, volume penjualan, dan pangsa pasar.

2.1.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Penjualan

Menurut Supranto dalam Arianty et al. (2016:19) untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu :

1. Kualitas Produk

Konsumen akan merasa puas jika hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas Pelayanan

Konsumen akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan. Khususnya pada industri jasa.

3. Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk, tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

5. Biaya

Konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan satu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

2.1.1.3 Tujuan dan Manfaat Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan memiliki tujuan dan manfaat yang signifikan bagi perusahaan. Menurut Hani (2015:98) tujuan dari pertumbuhan penjualan adalah:

a) Mengukur Kinerja Perusahaan

Pertumbuhan penjualan berfungsi sebagai indikator penting untuk menilai perubahan usaha dari tahun ke tahun. Hal ini membantu manajemen dalam mengevaluasi kinerja penjualan dan membuat keputusan strategis berdasarkan data historis.

b) Meningkatkan Profitabilitas

Tingginya pertumbuhan penjualan sering kali mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam menjalankan operasionalnya, yang pada gilirannya dapat meningkatkan profitabilitas. Pertumbuhan ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan lebih banyak pendapatan dari produk atau jasa yang ditawarkan.

c) Menarik Investasi

Pertumbuhan penjualan yang stabil atau tinggi dapat meningkatkan daya tarik perusahaan di mata investor, karena dianggap sebagai tanda kesehatan finansial dan potensi pertumbuhan di masa depan.

Menurut Hani (2015:98) manfaat dari pertumbuhan penjualan yaitu:

a) Meningkatkan Aliran Dana

Pertumbuhan penjualan yang positif akan menghasilkan aliran dana yang lebih besar bagi perusahaan. Ini penting untuk mendukung operasional dan investasi lebih lanjut, serta mengurangi ketergantungan pada pendanaan eksternal.

b) Mendukung Keputusan Manajerial

Data mengenai pertumbuhan penjualan membantu manajemen dalam merumuskan strategi bisnis jangka pendek dan panjang, serta dalam merencanakan pengembangan produk dan ekspansi pasar.

c) Memperkuat Posisi Pasar

Dengan peningkatan penjualan, perusahaan dapat memperkuat posisinya di pasar, mengurangi risiko kehilangan pangsa pasar kepada pesaing, dan meningkatkan loyalitas pelanggan melalui pengalaman yang lebih baik.

2.1.1.4 Pengukuran Pertumbuhan Penjualan

Menurut Hani (2015:99) rumus perhitungan pertumbuhan penjualan adalah sebagai berikut:

$$\text{Pertumbuhan} = \frac{\text{tahun sekarang}}{\text{tahun lalu}} \times 100\%$$

Menurut Ulum (2017:108) Pengukuran *sales growth* adalah untuk mengukur seberapa besar tingkat *sales growth* dalam setahunnya dengan mengurangi penjualan sekarang dengan total penjualan tahun sebelum dan dibagi dengan total penjualan tahun sebelumnya, hasil ini dapat digunakan untuk menggambarkan tingkat kualitas perusahaan dalam mengelola aset untuk memperoleh laba melalui penjualan apakah penjualan tiap tahunnya mengalami peningkatan atau sebaliknya.

$$\text{Sales Growth} = \frac{S_t - S_{t-1}}{S_{t-1}} \times 100$$

Perhitungan pertumbuhan penjualan menurut Harahap (2016:309) adalah sebagai berikut:

$$\text{kenaikkan penjualan} = \frac{\text{penjualan tahun ini} - \text{penjualan tahun lalu}}{\text{penjualan tahun lalu}}$$

2.1.2 *Operating Leverage*

2.1.2.1 *Pengertian Operating Leverage*

Menurut Harmono (2019:176) *Operating leverage* adalah penggunaan biaya produksi tetap untuk menambah total biaya operasi pada tingkat penjualan. Sedangkan menurut Yuningsih (2018:71) *Operating leverage* memperlihatkan pengaruh penjualan perusahaan pada laba operasi atau *earning before interest and tax* (EBIT) perusahaan.

Operating Leverage dapat diartikan sampai sejauh mana biaya tetap digunakan dalam operasi suatu Perusahaan (Brigham & Houston, 2016:160).

Menurut Sutrisno (2013:227) *operating leverage* adalah penggunaan aktiva yang menyebabkan perusahaan harus menanggung biaya tetap berupa penyusutan. *Operating leverage* dikatakan menguntungkan apabila perusahaan mampu menanggung biaya tetap atas penggunaan aktiva atau penjualan setelah dikurangi biaya variabel akan lebih besar dari biaya tetap. Sebaliknya, *operating leverage* dikatakan merugikan apabila perusahaan tidak mampu menutup biaya tetap atau dengan kata lain penjualan atau pendapatannya lebih kecil dari biaya tetap.

Berdasarkan uraian diatas, penulis menyimpulkan bahwa *operating leverage* adalah suatu konsep yang mengacu pada ketergantungan pada biaya tetap dalam struktur biaya perusahaan. Dalam istilah finansial, *operating leverage* mengukur persentase biaya tetap perusahaan sebagai persentase dari total biayanya. Dengan kata lain, *operating leverage* mencerminkan seberapa besar perusahaan bergantung pada biaya tetap dibandingkan biaya variabel.

2.1.2.2 Tujuan *Operating Leverage*

Menurut Kasmir (2021:153) tujuan *operating leverage* dalam konteks perusahaan adalah:

a. Mengetahui Posisi Terhadap Kewajiban

Mengidentifikasi posisi perusahaan terkait kewajiban kepada kreditor.

b. Menilai Kemampuan Memenuhi Kewajiban

Menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban tetap seperti angsuran pinjaman dan bunga.

c. Keseimbangan Antara Aset dan Modal

Menganalisis keseimbangan antara nilai aktiva, khususnya aktiva tetap, dengan modal yang dimiliki.

d. Pengaruh Utang Terhadap Aset

Menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang.

e. Pengelolaan Aset

Menilai pengaruh utang terhadap pengelolaan aktiva perusahaan.

f. Jaminan Utang Jangka Panjang

Mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan untuk utang jangka panjang.

g. Pengukuran Dana Pinjaman

Menilai berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih dalam kaitannya dengan modal sendiri.

Dengan demikian, *operating leverage* berfungsi untuk meningkatkan sensitivitas laba operasi terhadap perubahan volume penjualan, yang dapat memberikan keuntungan atau risiko lebih besar bagi perusahaan tergantung pada bagaimana biaya tetap dikelola.

2.1.2.3 Pengukuran *Operating Leverage*

Operating leverage diukur dengan tingkat *leverage* operasi (*degree of operating leverage*/DOL) dengan mengukur jumlah persen EBIT yang berubah jika penjualan berubah. Menurut Syamsuddin (2019:109) *Degree of operating leverage* (DOL) akan dihitung dengan formula:

$$DOL = \frac{\text{Persentase Perubahan EBIT}}{\text{Persentase Perubahan Penjualan}}$$

Degree of Operating Leverage (DOL) membantu perusahaan mengidentifikasi sejauh mana risiko operasionalnya terkait dengan biaya tetap. Jika perusahaan memiliki DOL yang tinggi, artinya biaya tetapnya memiliki pengaruh besar terhadap laba operasional, dan ini bisa menjadi pertimbangan penting dalam perencanaan bisnis dan manajemen risiko.

2.1.3 *Profit Margin*

2.1.3.1 Pengertian *Profit Margin*

Menurut Riyanto (2015:37) *Profit margin* yaitu perbandingan antara *net operating income* dengan *net sales*. Sedangkan menurut Munawir (2014:89) *Profit margin* ini mengukur tingkat keuntungan yang dapat dicapai oleh perusahaan dihubungkan dengan penjualannya.

Menurut Husein (2014:216) Margin Laba Usaha mencerminkan kemampuan manajemen untuk menghasilkan laba setelah beban operasi/usaha dan harga pokok penjualan dalam hubungannya dengan penjualan yang dilakukan.

Sedangkan menurut Harahap (2016:304) *profit margin* menunjukkan berapa besar persentase pendapatan bersih yang diperoleh dari setiap penjualan. Semakin besar rasio ini semakin baik karena dianggap kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba cukup tinggi.

Berdasarkan uraian diatas, penulis menyimpulkan bahwa *profit margin* adalah ukuran persentase dari laba bersih perusahaan dibandingkan dengan pendapatan total atau penjualan. *Profit margin* adalah rasio keuangan yang menggambarkan seberapa efisien perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari penjualannya. *Profit margin* memberikan gambaran tentang sejauh mana perusahaan dapat mengonversi pendapatannya menjadi laba bersih.

2.1.3.2 Tujuan dan Manfaat *Profit Margin*

Profit margin adalah salah satu ukuran profitabilitas. Menurut Kasmir (2021:197) Tujuan profitabilitas adalah :

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.

5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

Menurut Kasmir (2021:198) manfaat profitabilitas tidak hanya bagi pihak manajemen atau pemilik usaha tapi juga bagi pihak yang berada diluar perusahaan, khususnya bagi pihak yang memiliki keterkaitan dengan perusahaan. Beberapa manfaat profitabilitas antara lain :

1. Mengetahui posisi laba perusahaan sebelumnya dibandingkan dengan tahun sesudahnya.
2. Mengetahui pertumbuhan laba dari waktu ke waktu.
3. Menginformasikan jumlah laba bersih perusahaan setelah di potong pajak.
4. Mengetahui produktivitas semua dana milik perusahaan yang digunakan baik dari modal pinjaman maupun modal sendiri.

2.1.3.3 Pengukuran *Profit Margin*

Menurut Rodoni & Ali (2014:27) menyatakan bahwa ada beberapa pengukuran *profit margin*, yaitu:

1. *Gross Profit Margin* (Margin Laba Kotor)

Margin laba kotor adalah rasio yang menggambarkan hubungan antara penjualan dan beban pokok penjualan, mengukur kemampuan sebuah perusahaan untuk mengendalikan biaya persediaan atau biaya operasi.

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{(\text{Penjualan} - \text{HPP})}{\text{Penjualan}}$$

2. *Operating Profit Margin*

Operating Profit Margin merupakan rasio yang mengukur laba operasi perusahaan dari kegiatan penjualan bersih dalam periode tertentu.

$$\text{Operating Profit Margin} = \frac{\text{Laba Operasi}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

3. *Net Profit Margin* (Margin Laba Bersih)

Margin laba bersih merupakan rasio yang digunakan untuk menilai persentase laba bersih yang didapat setelah dikurangi pajak (EAT) terhadap pendapatan yang diperoleh dari penjualan.

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

Berdasarkan beberapa uraian pengukuran diatas, penulis memilih indikator *net profit margin* untuk mengukur *profit margin*. *Net profit margin* dipilih karena mencakup semua biaya dan pengeluaran, termasuk biaya operasional, bunga, dan pajak. Hal tersebut memberikan pemahaman yang lebih baik tentang apakah perusahaan beroperasi secara efisien dan menghasilkan keuntungan (setelah memperhitungkan semua hutang dan pengeluaran).

2.1.4 **Kajian Empiris**

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang hampir sama dengan penelitian ini mengenai Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan *Operating Leverage* terhadap *Profit Margin*, berikut beberapa penelitian terdahulu dan hasilnya. Penelitian oleh

Khushbakht Tayyaba (2013) dengan judul *“research “Leverage” – An Analysis and Its Impact On Profitability With Reference To Selected Oil And Gas Companies”*. Hasil dari penelitian tersebut mengemukakan bahwa *Degree of Operating Leverage* (DOL) berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.

Reni Febrianti dan Hasan Basri (2022) melakukan penelitian dengan Judul *“The Effect of Cash Turnover, Sales Growth and Leverage on Profitability of Manufacturing Companies in the Retail Trade sub Sector Listed on the Indonesia Stock Exchange in 2016 –2020”*. Hasil dari penelitian mengemukakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas.

Penelitian oleh Zhafira Haura Putri Tomewi, dan Yolandafitri Zulvia (2023) dengan judul *“The effect of cash conversion cycle, leverage, sales growth, and firm size on profitability in manufacturing companies in the consumer goods industry sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) Stock Exchange in 2018-2021”*. Hasil dari penelitian mengemukakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Ni Putu Erlin Pramesti, Putu Ngurah Suyatna Yasa and Ni Luh Anik Puspa Ningsih (2021) melakukan penelitian dengan judul *“The Effect of Capital Structure and Sales Growth on Company Profitability and Value in the Cosmetics Manufacturing and Household Needs Manufacturing Companies obtained from the Indonesian Stock Exchange in 2008-2018”*. Hasil penelitian mengemukakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.

Selanjutnya penelitian oleh Fice Handayani, Ready Wicaksono, dan Susan Fatmawati (2021) dengan judul “Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Perputaran Kas, Perputaran Persediaan, dan Perputaran Piutang Terhadap *Net Profit Margin* (NPM) pada Perusahaan Dagang Datacom Di Balikpapan periode 2008-2019”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap *net profit margin*.

Silvia Nur Krishna Murthi, Ahmad Subaki, dan Sumardi (2021) dengan judul “Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Perputaran Piutang, Perputaran Persediaan, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* terhadap Profitabilitas (Studi pada Perusahaan Sektor Makanan Dan Minuman Yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019)”. Menunjukkan hasil bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas.

Penelitian oleh Egi Setiawan, Yusup Iskandar, dan M. Aziz Basari (2019) dengan judul “Pengaruh *Degree Of Operating Leverage* (DOL) dan *Degree Of Financial Leverage* (DFL) Terhadap Profitabilitas (Studi pada PT. Waskita Karya (Persero), Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2017)”. Berdasarkan penelitian secara parsial *degree of operating leverage* (DOL) tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

Putri Ulya Ul Ulum dan Aliah Pratiwi (2021) dengan judul “Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan *Working Capital Turnover* (WCT) terhadap *Net Profit Margin* (NPM) pada PT Unilever, Tbk tahun 2010-2019”. Berdasarkan penelitian pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap *net profit margin*.

Febby Alviohanita Sari dan Sugeng Priyanto (2019) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Degree Of Operating Leverage*, *Degree Of Financial Leverage*, dan *Degree Of Combined Leverage* terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Sub Sektor Kontruksi dan Bangunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017”. Berdasarkan penelitian *degree of operating leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.

Riandana Putra dan Juliana Kadang (2020) dengan judul “*Operating Leverage* dan *Financial Leverage* terhadap Profitabilitas survei pada perusahaan makanan dan minuman BEI tahun 2014-2018”. Berdasarkan penelitian *operating leverage* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.

I Ketut Alit Sukadana dan Nyoman Triaryati (2018) dengan judul “Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* terhadap Profitabilitas pada Perusahaan *Food And Beverage* BEI 2012-2016”. Berdasarkan penelitian Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas.

Penelitian oleh Purnama Putri Sya’dah dan Nurul Huda (2020) dengan judul “Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitailitas Pada Pt.Gudang Garam Tbk tahun 2009-2018”. Berdasarkan penelitian pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitailitas.

Eni Nurwati, Untung Sriwidodo, Dorothea Ririn Indriastuti (2020) dengan judul “Pengaruh *Working Capital Turnover*, *Sales Growth* Dan *Cash Turnover* Terhadap *Net Profit Margin* Pada Perusahaan Manufaktur Sub sektor Logam Dan

Sejenisnya tahun 2015-2018”. Berdasarkan penelitian *sales growth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *net profit margin*.

Yuni Anisa Lestari dan Nila Firdausi Nuzula (2017) dengan judul “Analisis Pengaruh *Financial Leverage* dan *Operating Leverage* terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor Keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015)”. Hasil dari penelitian mengemukakan bahwa *operating leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas.

Dini Arifian, Maesaroh, dan Kusmiati Ramandhani (2014) dengan judul “Pengaruh *Operating Leverage* Terhadap Profitabilitas Studi Kasus Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Rangkasbitung Tahun 2004 -2011”. Berdasarkan penelitian *operating leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas.

Muhammad Fuad, Oyami Sara, dan Muhammad Nur Daud (2019) dengan judul “Pengaruh Perputaran Modal Kerja, *Operating Leverage* dan *Financial Leverage* terhadap Profitabilitas Perusahaan Sektor Retail di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017”. Berdasarkan penelitian secara parsial *operating leverage* berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Yosi Stefhani (2019) dengan judul “Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal dan *Operating Leverage* terhadap Profitabilitas Saham-Saham LQ 45 Di Bursa Efek Indonesia periode 2018. Berdasarkan penelitian secara parsial *operating leverage* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.

Cholifia Dwi dan Agustin Pangestuti (2016) dengan judul “Pengaruh Perputaran Modal Kerja, Ukuran Perusahaan, *Operating Leverage*, *Financial Leverage* Terhadap Profitabilitas perusahaan yang terdaftar di BEI”. Berdasarkan penelitian secara parsial *operating leverage* berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

A.A. Wela Yulia Putra dan Ida Bagus Badjra (2015) dengan judul “Pengaruh *Leverage*, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas survei perusahaan Industri Makanan dan Minuman di BEI”. Berdasarkan penelitian pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.

Vania dan Rosmiati Tarmizi (2022) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Likuiditas, *Leverage*, Aktivitas dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas studi di perusahaan otomotif terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2018-2020”. Berdasarkan penelitian secara parsial pertumbuhan penjualan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap profitabilitas.

Savira Akbar, Diah Yudhawati, Supramono, dan Verni Asvariwangi (2021) dengan judul “Pengaruh *Operating Leverage* dan *Financial Leverage* terhadap Profitabilitas perusahaan manufaktur sub sektor keramik, porselen dan kaca yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2019”. Berdasarkan penelitian *operating leverage* berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Lalu penelitian oleh Dina Simanullang (2021) dengan judul “Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan *Leverage* terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-

2017”. Berdasarkan penelitian secara parsial pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian, Tahun dan Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	Tayyaba (2013), <i>Selected Oil And Gas Companies</i>	Variabel X <i>Operating Leverage</i> Variabel Y Profitabilitas (<i>profit margin</i>)	Tahun dan Tempat Penelitian	<i>Degree of Operating Leverage</i> (DOL) berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.	International Journal of Business and Management Invention, Vol. 2, No. 7 e-ISSN : 2319 – 8028
2.	Febrianti & Basri (2022), <i>Manufacturing Companies in the Retail Trade sub Sector Listed on the Indonesia</i>	Variabel X <i>Sales Growth</i> Variabel Y Profitabilitas (<i>profit margin</i>)	Variabel X <i>Leverage dan Cash Turnover</i> Tahun dan Tempat Penelitian	Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas.	Jurnal Ekonomi, Vol. 11, No. 03 ISSN: 2301-6280 (print) ISSN: 2721-9879 (online)
3.	Tomewi & Zulvia (2022), <i>manufacturing companies in the consumer goods industry sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX)</i>	Variabel X <i>Sales Growth</i> Variabel Y Profitabilitas (<i>profit margin</i>)	Variabel X <i>Leverage Cash Conversion Cycle</i> Tahun dan tempat penelitian	Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap profitabilitas	<i>Financial Management Studies</i> Vol.3, No. 2 p-ISSN: 2798-4516; e-ISSN: 2798-4524
4.	Pramesti, Yasa, & Ningsih (2021), <i>Cosmetics Manufacturing and Household Needs Manufacturing Companies obtained from the Indonesian</i>	Variabel X <i>Sales Growth</i> Variabel Y Profitabilitas (<i>profit margin</i>)	Variabel X <i>Capital Structure</i> Variabel Y <i>Company Value</i> Tahun dan Tempat Penelitian	Pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.	Jurnal Ekonomi dan Bisnis Jagaditha vol. 8, no. 02, EISSN 2579-8162 ISSN 2355-4150
5.	Handayani, Wicaksono, & Fatmawati (2021) Perusahaan Dagang Datacom Di Balikpapan	Variabel X Pertumbuhan Penjualan Variabel Y <i>Net Profit Margin</i>	Variabel X Perputaran Kas, Perputaran Persediaan dan	Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap <i>net profit margin</i> .	JMBV Volume 10 No. 01 e-ISSN 2597 – 7474 p-ISSN 2252 – 4835

No.	Penelitian, Tahun dan Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
			Perputaran Piutang		
			Tahun dan Tempat Penelitian		
6.	Murthi, Subaki, & Sumardi (2021), Perusahaan Sektor Makanan Dan Minuman di BEI	Variabel X Pertumbuhan Penjualan Variabel Y Profitabilitas (<i>profit margin</i>)	Variabel X Perputaran Piutang, Perputaran Persediaan, Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i>	Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas.	ULTIMA <i>Accounting</i> vol. 13, no. 2 ISSN 2085-4595
			Tahun dan Tempat Penelitian		
7.	Setiawan, Iskandar, & Basari (2019), PT. Waskita Karya (Persero), Tbk.	Variabel X <i>Degree of Operating Leverage</i> Variabel Y Profitabilitas (<i>profit margin</i>)	Variabel X <i>Degree Of Financial Leverage</i> (DFL) Tahun dan Tempat Penelitian	<i>Degree of operating leverage</i> (DOL) tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.	Business Management and Entrepreneurship Journal vol.1, no.2
8.	Ulum & Pratiwi (2021), PT Unilever, Tbk	Variabel X Pertumbuhan Penjualan Variabel Y <i>Net Profit Margin</i>	Variabel X <i>Working Capital Turnover</i> (WCT) Tahun dan Tempat Penelitian	Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap <i>net profit margin</i> .	Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis Vol. 6 No. 1, e-ISSN 2527-8215 103
9.	Sari & Priyanto (2019), Sub Sektor Kontruksi dan Bangunan di BEI	Variabel X DOL Variabel Y Profitabilitas (<i>profit margin</i>)	Variabel X DFL, DCL Tempat dan Tahun Penelitian	<i>Degree of operating leverage</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.	Jurnal Akuntansi dan Keuangan vol. 8, no. 2 p-ISSN: 2252 7141 e-ISSN: 2622-5875
10.	Putra & Kadang (2020), perusahaan makanan dan minuman BEI	Variabel X Operating <i>Leverage</i>	Varibel X <i>Financial Leverage</i>	<i>Operating leverage</i> berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.	JIMUT vol.6, no.02 p-ISSN: 2443-1850

No.	Penelitian, Tahun dan Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
		Variabel Y Profitabilitas (<i>profit margin</i>)	Tahun dan Tempat penelitian		e-ISSN: 2443-3578
11.	Sukadana & Triaryanti (2018), Perusahaan <i>Food And Beverage</i> BEI	Variabel X Pertumbuhan Penjualan dan <i>Leverage</i> Variabel Y Profitabilitas (<i>profit margin</i>)	Variabel X <i>Leverage</i> Ukuran Perusahaan Tahun dan Tempat Penelitian	Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas.	E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 11 ISSN: 2302-8912
12.	Sya'dah & Huda (2020), Pt.Gudang Garam Tbk	Variabel X Pertumbuhan Penjualan Variabel Y Profitabilitas (<i>profit margin</i>)	Tahun dan Tempat Penelitian	Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitailitas.	Jurnal Ilmu Akuntansi vol. 2, no. 2 p-ISSN: 2714-6359 e-ISSN: 2714-6340
13.	Nurwanti, Sriwindodo, & Indriastuti (2020), Perusahaan Manufaktur Sub sektor Logam Dan Sejenisnya	Variabel X <i>Sales Growth</i> Variabel Y <i>Net Profit Margin</i>	Variabel X <i>Working Capital Turnover</i> , dan <i>Cash Turnover</i> Tempat dan Tahun Penelitian	<i>Sales growth</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>net profit margin</i> .	Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 20 No. 2
14.	Lestari & Nuzula (2017), Perusahaan Sektor Keuangan yang terdaftar di BEI	Variabel X <i>Operating Leverage</i> Variabel Y Profitabilitas (<i>profit margin</i>)	Variabel X <i>Financial Leverage</i> Tempat dan Tahun Penelitian	<i>Operating leverage</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas.	Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 46 No.1
15.	Arifian, Maesaroh, & Ramandhani (2014), Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Rangkasbitung	Variabel X <i>Leverage</i> (DOL) Variabel Y Profitabilitas (<i>profit margin</i>)	Tempat dan Tahun Penelitian	<i>Operating Leverage</i> (DOL) berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas.	Jurnal E-Journal Studia Manajemen vol.3, no. 3 ISSN 2337-912X Vol.

No.	Penelitian, Tahun dan Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
16.	Fuad, Sara, & Daud (2019), Perusahaan Sektor Retail di BEI	Variabel X <i>Operating Leverage</i> Variabel Y Profitabilitas (<i>profit margin</i>)	Variabel X <i>Financial Leverage</i> Perputaran Modal Kerja Tempat dan Tahun Penelitian	<i>Operating leverage</i> berpengaruh positif terhadap profitabilitas.	JKBM (Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen) vol. 5, no. 2, ISSN 2407-2648 (Print) ISSN 2407-263X (Online)
17.	Stefhani (2019), Saham-Saham LQ 45 di BEI	Variabel X <i>Operating Leverage</i> Variabel Y Profitabilitas (<i>profit margin</i>) Tempat Penelitian	Variabel X Ukuran Perusahaan dan Struktur Modal Tahun Penelitian	<i>Operating leverage</i> berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.	Jurnal Manajemen USNI vol. 3, no. 2 ISSN: 2528-7044
18.	Dwi & Pangestuti (2016), perusahaan terdaftar di BEI	Variabel X <i>Operating Leverage</i> Variabel Y Profitabilitas (<i>profit margin</i>)	Variabel X <i>Financial Leverage</i> Perputaran Modal Kerja dan Ukuran Perusahaan Tempat dan Tahun Penelitian	<i>Operating leverage</i> berpengaruh positif terhadap profitabilitas.	Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen vol. 5, no. 7 ISSN : 2461-0593
19.	Putra & Badjra (2015), perusahaan Industri Makanan dan Minuman di BEI	Variabel X Pertumbuhan Penjualan Variabel Y Profitabilitas (<i>profit margin</i>)	Variabel X <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan Tempat dan Tahun Penelitian	Pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.	E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 7 ISSN: 2302-8912
20.	Vania & Tarmizi (2022), perusahaan otomotif di BEI	Variabel X Pertumbuhan Penjualan Variabel Y Profitabilitas (<i>profit margin</i>)	Variabel X Leverage, Likuiditas, dan Aktivitas Tempat dan Tahun Penelitian	Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap profitabilitas.	Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan Vol. 10 No. 2 ISSN 2337 – 7852 E-ISSN 2721 – 3048

No.	Penelitian, Tahun dan Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
21.	Akbar, Yudhawati, Supramono, & Asvriwangi (2020), perusahaan manufaktur sub sektor keramik, porselen dan kaca di BEI	Variabel X <i>Operating Leverage</i> Variabel Y Profitabilitas (<i>profit margin</i>)	Variabel X <i>Financial Leverage</i> Tempat dan Tahun Penelitian	<i>Operating leverage</i> berpengaruh positif terhadap profitabilitas.	Jurnal Ilmu Manajemen vol. 4, no.4 p- ISSN: 26654-8623 e-ISSN: 2655-0008
22.	Samunallang (2021), Perusahaan Industri Barang Konsumsi di BEI	Variabel X Pertumbuhan Penjualan Variabel Y Profitabilitas (<i>profit margin</i>)	Variabel X <i>Leverage</i> Tempat dan Tahun Penelitian	Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.	JURNAL NERACA AGUNG, Vol. 11, No. 1
Dias Pebrainsyah (2024) 193403103 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Dan <i>Operating Leverage</i> Terhadap <i>Profit Margin</i> (Survei pada Perusahaan LQ45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023)					

Berdasarkan penelitian terdahulu, maka penulis melakukan penelitian mengenai faktor yang dapat mempengaruhi profit margin dengan judul “Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan *Operating Leverage* terhadap *Profit Margin* (Survei pada Perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023).

2.2 Kerangka Pemikiran

Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh atau keuntungan yang maksimal di samping hal-hal lainnya (Kasmir, 2021:15). Profit atau keuntungan perusahaan diperlukan untuk kepentingan hidup perusahaan, untuk memperoleh profit tersebut perusahaan harus melakukan kegiatan operasional. *Profit margin* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar laba bersih perusahaan sebagai persentase dari pendapatan total. Menurut Harahap (2021:304) *profit margin* menunjukkan berapa besar persentase

pendapatan bersih yang diperoleh dari setiap penjualan. Semakin besar rasio ini semakin baik karena dianggap kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba cukup tinggi. *Profit margin* menunjukkan seberapa efisien suatu perusahaan menghasilkan laba dari aktivitas operasinya. Hal ini juga dapat digunakan untuk membandingkan profitabilitas antar perusahaan dalam industri yang sama dan untuk mengidentifikasi perubahan profitabilitas perusahaan dari waktu ke waktu.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *profit margin* yaitu pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan adalah selisih perbandingan yang terjadi antara jumlah penjualan pada periode masa sekarang dengan periode yang terjadi di masa sebelumnya (Harahap, 2016:309). Pertumbuhan atas penjualan merupakan indikator penting dari penerimaan pasar dari produk dan atau jasa perusahaan tersebut, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan (Dharmmesta & Handoko, 2020:125). Pertumbuhan penjualan dapat mendorong perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasionalnya. Dengan mengoptimalkan proses produksi dan manajemen rantai pasokan, perusahaan dapat mengendalikan biaya operasional dan meningkatkan *profit margin*. Pertumbuhan penjualan yang positif dapat memiliki pengaruh positif terhadap *profit margin* suatu perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang baik dapat mendorong perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional. Proses produksi yang lebih efisien dan peningkatan manajemen rantai pasokan dapat membantu menurunkan biaya operasional sehingga dapat meningkatkan *profit margin*.

Profit margin perusahaan juga tidak hanya dipengaruhi oleh pertumbuhan penjualan, namun bisa juga dipengaruhi oleh *operating leverage*. *Operating leverage* adalah penggunaan biaya produksi tetap untuk menambah total biaya operasi pada tingkat penjualan (Harmono, 2019:176). *Operating leverage* dapat mempengaruhi *profit margin* perusahaan karena ketergantungan biaya tetap dalam struktur biaya operasional. Jika perusahaan memiliki tingkat *operating leverage* yang tinggi (biaya tetap yang besar), laba operasional akan sangat dipengaruhi oleh perubahan volume penjualan. Peningkatan penjualan dapat meningkatkan laba operasional secara signifikan karena biaya tetap yang sama dibagi oleh volume yang lebih besar, yang pada gilirannya dapat meningkatkan *profit margin*. Dengan adanya *operating leverage* yang positif, perusahaan mungkin terdorong untuk mencapai efisiensi operasional yang lebih baik. Peningkatan efisiensi ini dapat mencakup peningkatan produktivitas, penggunaan sumber daya yang lebih baik, dan pengendalian biaya, yang semuanya dapat mendukung peningkatan *profit margin*.

Penelitian oleh Tomewi & Zulvia (2022) mengemukakan hasil bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Pertumbuhan penjualan yang tinggi menunjukkan peningkatan pendapatan dari penjualan produk. Pertumbuhan penjualan juga memiliki dampak strategis bagi suatu perusahaan karena ditandai dengan meningkatnya pangsa pasar, sehingga mempengaruhi pertumbuhan penjualan perusahaan dan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Horne & Wachowicz (2012:321) menyatakan bahwa apabila penjualan ditingkatkan, maka aktiva pun harus ditambah. Sedangkan di sisi lain, jika

perusahaan mengetahui dengan pasti permintaan penjualannya di masa mendatang, hasil dari tagihan piutangnya, serta jadwal produksinya, perusahaan akan dapat mengatur jadwal jatuh tempo utangnya agar sesuai dengan arus kas bersih di masa mendatang dan pada akhirnya dapat menyebabkan laba akan dapat dimaksimalkan. Penjualan harus dapat menutupi biaya sehingga dapat meningkatkan keuntungan (Brigham dan Houston, 2016:42). Hal tersebut didukung oleh beberapa penelitian yang mendapatkan hasil bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap profitabilitas (Nurwanti et al., 2020; Sukadana & Triaryanti, 2018).

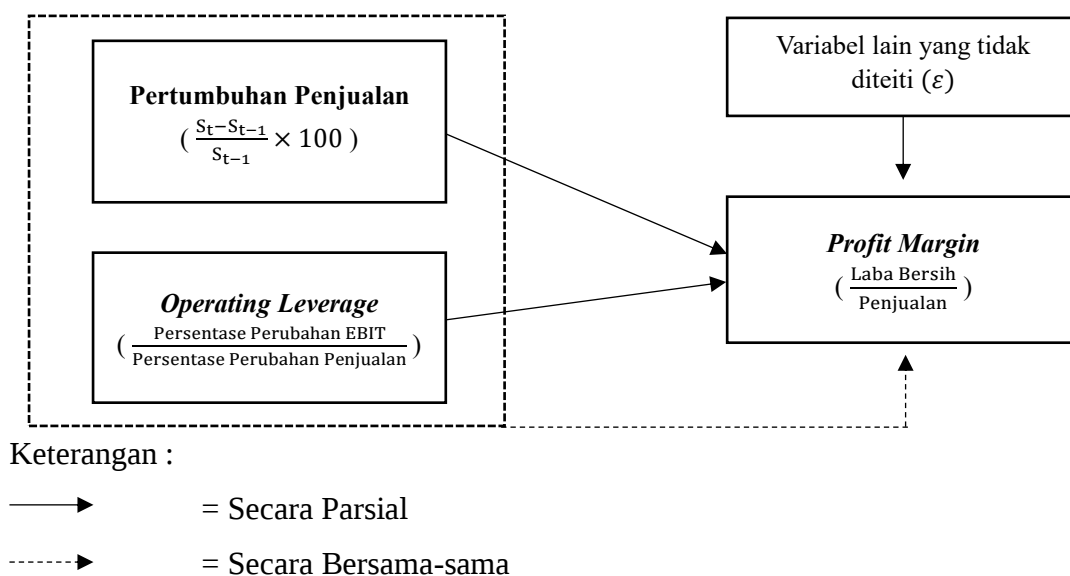
Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Handayani et al. (2021) dengan hasil bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap *net profit margin*. Jika pertumbuhan penjualan semakin meningkat, maka *net profit margin* perusahaan menurun dan hasil ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan bukan merupakan faktor utama yang dapat mempengaruhi *net profit margin*. Karena pertumbuhan penjualan disertai dengan peningkatan biaya dan penambahan aset yang lebih besar, sehingga *net profit margin* yang diharapkan tidak tercapai. Hal tersebut didukung oleh beberapa penelitian yang mengungkapkan hasil bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan (Samunallang, 2021; Sya'dah & Huda, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Sari & Priyanto (2019) mengemukakan hasil bahwa *operating leverage* berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Ketika perusahaan menggunakan asetnya secara efektif dan efisien yang berdampak pada tingkat perubahan penjualan yang tinggi, menyebabkan laba operasi atau laba sebelum bunga dan pajak besar. Laba sebelum bunga dan pajak yang besar akan

menghasilkan laba bersih yang lebih besar dan menandakan tingkat pengembalian *asset* atau investasi semakin tinggi. Hal tersebut didukung oleh beberapa penelitian yang mengemukakan hasil bahwa *operating leverage* berpengaruh positif terhadap profitabilitas (Arifian et al., 2014; Fuad et al., 2019).

Namun berbeda dengan hasil penelitian oleh R. Putra & Kadang (2020) yang mengungkapkan hasil bahwa *operating leverage* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. Semakin tinggi beban suatu perusahaan dapat meningkatkan profitabilitas karena adanya beban yang tinggi mengindikasikan perusahaan melakukan diferensiasi produk ataupun melakukan investasi baru. Akan tetapi, semakin tinggi DOL maka semakin besar pula risiko bisnis suatu perusahaan karena *operating leverage* yang terlalu tinggi akan menyebabkan laba menjadi tidak stabil karena sedikit saja perubahan yang terjadi pada penjualan akan berpengaruh terhadap besarnya laba. *Operating leverage* berpengaruh terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (profitabilitas). Perubahan penjualan tergantung pada laba operasi yang diperoleh perusahaan, sehingga tingkat profitabilitas yang tinggi bila dihubungkan dengan *operating leverage* dapat menunjukkan prosentase tingginya laba yang dihasilkan perusahaan. Begitu juga sebaliknya, apabila tingkat profitabilitas rendah berarti perusahaan menghasilkan laba yang rendah (Sutrisno, 2013:227). Hal tersebut didukung oleh beberapa penelitian yang mengemukakan hasil bahwa *operating leverage* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas (Lestari & Nuzula, 2017; Dwi & Pangestuti, 2016; Stefhani, 2019).

Didasari landasan teori dari beberapa penelitian terdahulu, penelitian ini menguji pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan *Operating Leverage* terhadap *Profit Margin* :



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Hipotesis adalah hubungan antara dua variabel atau lebih, yang bersifat sementara, dugaan atau yang bersifat masih lemah. Lemah dalam hal ini mengacu pada benar tidaknya pernyataan yang dibuat dalam hipotesis, bukan lemahnya hubungan antar variabel (Anshori & Iswati, 2020:52).

Berdasarkan tujuan penelitian, identifikasi masalah, dan teori-teori yang telah dipaparkan sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. H_1 : Pertumbuhan Penjualan secara parsial berpengaruh positif terhadap *Profit Margin*
2. H_2 : *Operating Leverage* secara parsial berpengaruh positif terhadap *Profit Margin*
3. H_3 : Pertumbuhan Penjualan dan *Operating Leverage* secara bersama-sama berpengaruh terhadap *Profit Margin*