

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian Indonesia sebagian besar didorong oleh peningkatan konsumsi rumah tangga, dan salah satu industri yang tumbuh paling cepat adalah industri makanan dan minuman. Peningkatan penjualan didorong oleh peningkatan konsumsi pribadi dan peningkatan pengeluaran makanan dan minuman karena kemudahan berbelanja bahan makanan secara online. Oleh karena itu, hal ini dapat menambah jumlah pelaku usaha di Indonesia.

Perusahaan yang bergerak pada bidang konsumsi makanan dan minuman mengalami pertumbuhan sebesar 2,54 persen pada tahun 2020 hingga 2021 mencapai Rp775,1 juta. Badan Pusat Statistik (BPS) mengumumkan bahwa sektor makanan dan minuman akan tumbuh sebesar Rp 775,1 juta pada tahun 2020. ADHB tahun 2021 dengan nilai Rp 1,12 juta kuadriliun. Nilai 38,05 persen perusahaan migas atau 6,61% produk domestik bruto tanah air setara dengan Rp16,97.

Sektor makanan dan minuman merupakan sektor industri terbesar dibandingkan sektor lainnya yaitu sebesar 34,42%. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan makanan dan minuman mempunyai peran dalam pertumbuhan Indonesia. Apalagi konsep tingkatan ini sangat bagus karena sebenarnya setiap orang membutuhkan makan dan minum itu merupakan kebutuhan pokok yang akan selalu dibutuhkan di setiap lapisan masyarakat.

Industri makanan dan minuman memiliki peran yang penting dan sangat strategis dalam menompang pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dalam industri ini memiliki pertumbuhan dan perkembangan dengan nilai investasi pada tahun 2023 sebesar Rp. 85,10 triliun, hal ini menunjukkan industri ini akan menggerakkan perekonomian Indonesia.

Perusahaan adalah suatu organisasi yang beroperasi untuk menyediakan barang maupun jasa kepada masyarakat untuk mendapatkan keuntungan. Umumnya, sebuah perusahaan menempati bangunan fisik di lokasi tertentu untuk menjalankan operasinya, memiliki catatan administratif mengenai struktur produksi dan biaya, serta memiliki banyak individu yang bertanggung jawab atas operasional dan urusan bisnis..

Setiap perusahaan pada dasarnya mendirikan suatu usaha dengan tujuan memberikan keuntungan (profit) kepada pemiliknya. Sebagaimana laba bagi suatu perusahaan berarti pertumbuhan perusahaan, laba juga menjadi tolak ukur kinerja perusahaan. Laba merupakan salah satu tujuan terpenting bagi perusahaan dalam mendorong pertumbuhan bisnis.

Umumnya, upaya setiap perusahaan untuk meningkatkan laba terdiri dari penjualan. Apabila penjualan perusahaan tinggi maka keuntungan perusahaan pun akan baik. Penjualan yang rendah juga berarti perusahaan tidak berproduksi. Tingkat pertumbuhan penjualan dapat mempengaruhi keuntungan tergantung pada bagaimana perusahaan mengelola aktivitas penjualan relatif terhadap ukuran bisnis.

Penjualan merupakan salah satu faktor yang turut mempengaruhi naik turunnya penjualan atau keuntungan suatu perusahaan. Penjualan merupakan suatu kegiatan

yang biasa dilakukan oleh perusahaan dengan cara menjual produk dengan harapan memperoleh keuntungan dari kegiatan tersebut.

Untuk meningkatkan keuntungan dari penjualan, perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan, seperti harga pokok produksi, harga jual produk, jumlah dan ukuran produk. Jika harga jual pada periode sekarang lebih tinggi dibandingkan periode sebelumnya, maka laba yang dihasilkan akan meningkat seiring dengan laba yang diinginkan perusahaan. Banyaknya atau volume penjualan menentukan keuntungan yang akan diperoleh perusahaan. Jika mengubah jumlah produk yang terjual, keuntungan yang diperoleh akan berubah. Semakin banyak produk yang terjual maka semakin banyak pula keuntungan yang diperoleh perusahaan.

Pertumbuhan penjualan merupakan peningkatan penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu. Peningkatan penjualan yang menunjukkan pertumbuhan perusahaan dalam jangka waktu tertentu dianggap sebagai pertumbuhan perusahaan. Besar kecilnya pertumbuhan perusahaan akan mempengaruhi jumlah uang yang dibutuhkan untuk operasional atau investasi. Peningkatan penjualan akan meningkatkan pendapatan sehingga bisnis akan berkembang sehingga meningkatkan nilai bisnis.

Rasio Solvabilitas merupakan ukuran yang digunakan untuk menghitung kinerja suatu perusahaan. Salah satu proksi yang digunakan untuk mengukur rasio Solvabilitas adalah *primary ratio*. *primary ratio* merupakan ukuran yang digunakan untuk mengukur apakah perusahaan mempunyai modal yang cukup atau sejauh mana total pendapatan dari aset dapat ditutupi oleh modal tersebut.

Net profit margin (laba bersih) mengukur kemampuan perusahaan dalam rangka memberikan return kepada pemegang saham. *Net profit margin* adalah perbandingan antara laba bersih dengan penjualan. Rasio ini sangat penting bagi manajer operasi karena mencerminkan strategi penetapan harga perusahaan dan kemampuannya untuk mengendalikan beban usaha. Semakin besar *Net profit margin* berarti semakin efisien perusahaan tersebut dalam mengeluarkan biaya biaya sehubungan dengan kegiatan operasinya. Berdasarkan uraian di atas dari *sales growth*, *primary ratio*, dan *net profit margin*, adakalanya komponen tersebut saling memiliki hubungan antara satu sama lainnya dan komponen tersebut saling mempengaruhi satu sama lain.

Rasio profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan dalam memberikan imbal hasil kepada pemegang saham. Margin keuntungan adalah rasio keuntungan terhadap keuntungan. Rasio ini sangat penting bagi manajer operasi karena menunjukkan strategi biaya dan kemampuan mengendalikan pengeluaran. Ini adalah margin keuntungan; Artinya, perusahaan berkinerja baik dalam membayar biaya-biaya yang terkait dengan operasionalnya. Menurut definisi dari *sales growth*, *primary ratio*, dan *net profit margin* di atas, komponen-komponen ini terkadang saling terkait dan dipengaruhi satu sama lain.

Berdasarkan gap dengan peneliti sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk menyelidiki penelitian dengan judul Pengaruh *Sales Growth* dan *Primary Ratio* Terhadap *Net Profit Margin* pada Perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI Periode 2017 – 2022. Adanya beberapa perbedaan yang

mendasar dari penelitian ini yaitu adanya perbedaan pada objek penelitian, tahun penelitian serta variabel yang digunakan.

Menurut teori kasmir (2016) menyatakan bahwa tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi akan meningkatkan pendapatan perusahaan sehingga akan berpengaruh terhadap keuntungan yang akan didapatkan oleh perusahaan. Hal ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri Ulya ul Ulum dan Aliah Pratiwi (2021) dengan judul Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan *Working Capital Turnover Terhadap Net Profit Margin Pada PT UNILEVER, TBK*), sehingga hal ini menimbulkan *Research Gap* dan menghasilkan kesimpulan yang berbeda.

Tabel 1.1
Daftar Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di ISSI periode 2017-2022

NO	NAMA PERUSAHAAN	KODE PERUSAHAAN
1	PT Mayora Indah Tbk	MYOR
2	PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	ICBP
3	PT Siantar Top Tbk	STTP

Sumber : Data diolah oleh penulis pada tahun 2024

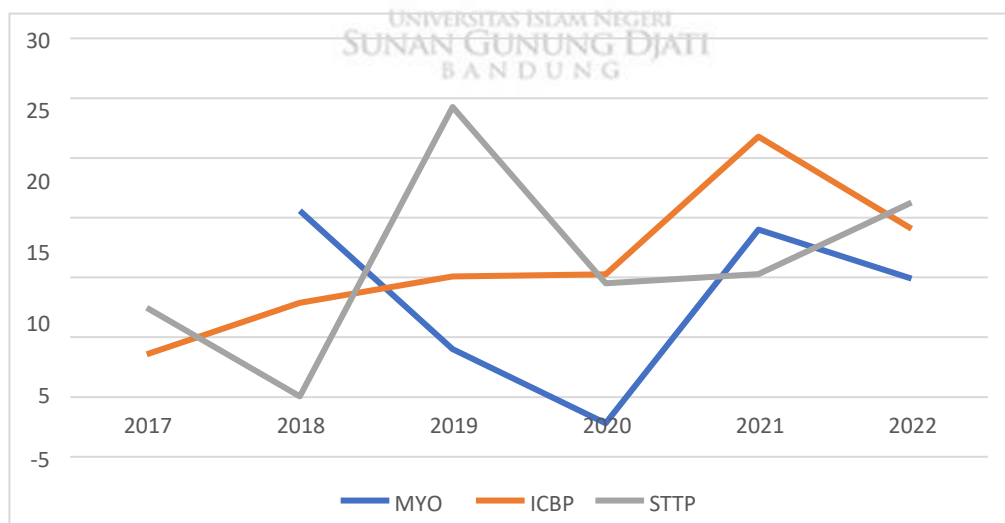
Berdasarkan daftar tersebut terdapat 3 perusahaan yang termasuk pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI. Alasan penulis memilih perusahaan ini adalah karena penulis memiliki ketertarikan terhadap perusahaan tersebut serta menjawab rasa ingin tahu penulis. Adapun data-data yang menunjukkan *sales growth (SG)*, *primary ratio (PR)* dan *net profit margin (NPM)* adalah sebagai berikut

Tabel 1.2
Sales Growth (SG) Pada Perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI periode 2017-2022

Tahun	PT Mayora Indah		PT Indofood CBP Sukses Makmur		PT Siantar Top		Rata-rata Per tahun
2017	13,4		3,58		7,46		8,14
2018	15,58	↑	7,88	↑	0,05	↓	7,83
2019	4,01	↓	10,10	↑	24,25	↑	12,78
2020	-2,19	↓	10,27	↑	9,50	↓	5,86
2021	14	↑	21,78	↑	10,28	↑	15,35
2022	9,9	↓	14,07	↓	16,25	↑	14,40
Rata-rata	9,11		11,28		11,29		10,56

Sumber : Laporan Keuangan PT Mayora Indah Tbk, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, PT Siantar Top Tbk periode 2017-2022 diambil oleh penulis pada tahun 2023

Grafik 1.1
Sales Growth (SG) Pada Perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI periode 2017-2022



Sumber : Laporan Keuangan PT Mayora Indah Tbk, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, PT Siantar Top Tbk periode 2017-2022 diambil pada tahun 2023

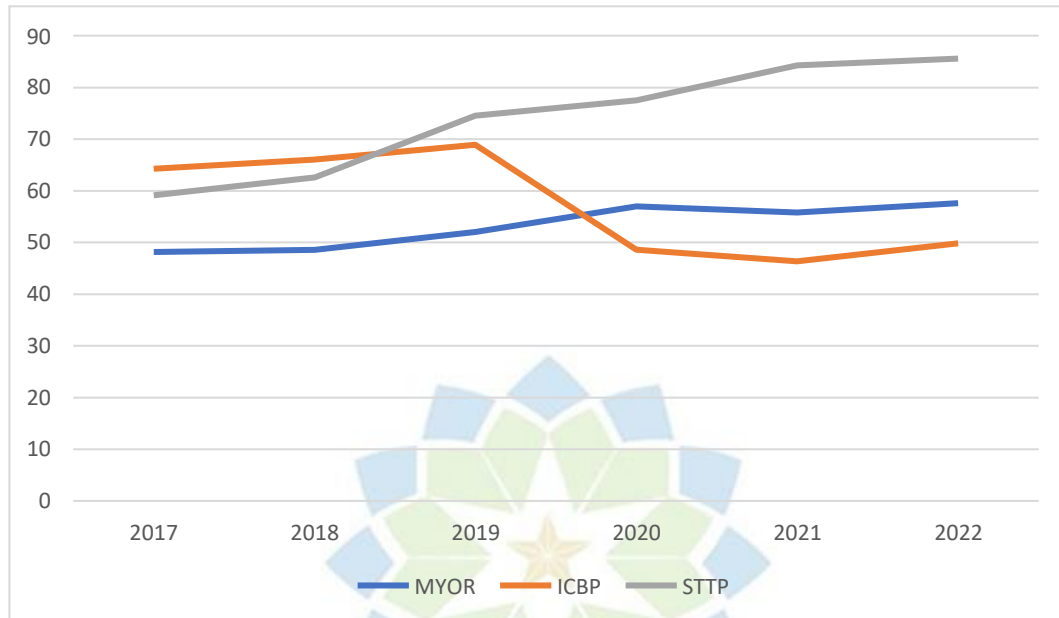
Dari tabel 1.2 di atas bahwa pertumbuhan penjualan pada perusahaan tersebut yang terdaftar di ISSI dengan jumlah sebanyak 3 perusahaan periode 2017-2022 mengalami fluktuasi naik turun, pada tahun 2017 berada di angka 8,14%, sedangkan tahun 2018 menurun menjadi 7,83%, kemudian pada 2019 meningkat menjadi 12,78%, selanjutnya pada 2020 menurun menjadi 5,86%, selanjutnya pada 2021 meningkat kembali menjadi 15,35%, dan terakhir pada 2022 menurun menjadi 13,40%.

Tabel 1.3
Primary Ratio Pada perusahaan subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di ISSI periode 2017-2022

Tahun	PT Mayora Indah		PT Indofood CBP Sukses Makmur		PT Siantar TOP		Rata-rata Per tahun
2017	48,17		64,27		59,11		57,18
2018	48,56	↑	66,07	↑	62,57	↑	59,06
2019	52,06	↑	68,90	↑	74,54	↑	65,16
2020	56,99	↑	48,57	↓	77,50	↑	61,02
2021	55,82	↓	46,34	↓	84,22	↑	62,12
2022	57,61	↑	49,84	↑	85,57	↑	64,34
Rata-rata perusahaan	53,2		57,33		73,91		61,48

Sumber : Laporan Keuangan PT Mayora Indah Tbk, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, PT Siantar Top Tbk periode 2017-2022 diambil oleh penulis pada tahun 2023

Grafik 1.2
Primary Ratio Pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI periode 2017-2022



Sumber : Laporan Keuangan PT Mayora Indah Tbk, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, PT Siantar Top Tbk periode 2017-2022 diambil oleh penulis pada tahun 2023

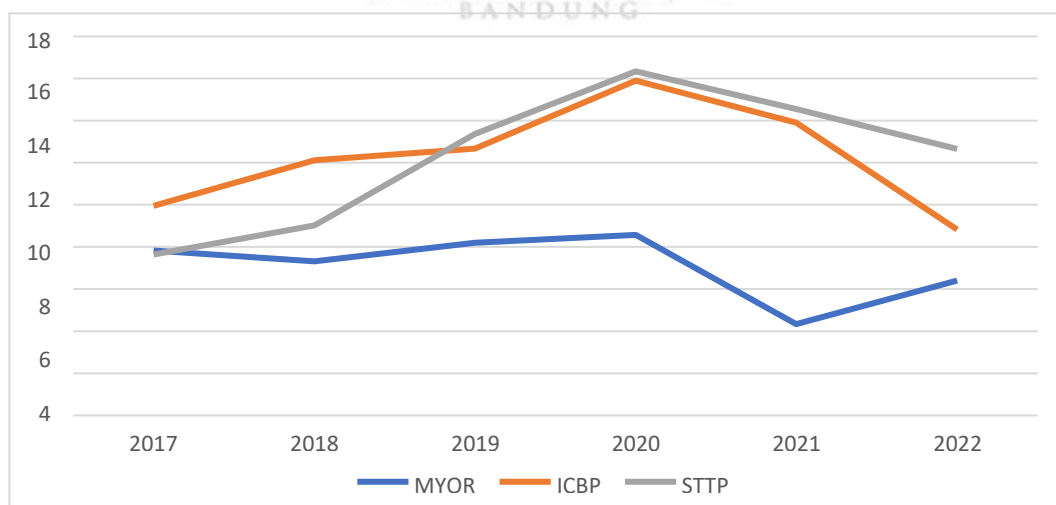
Dari tabel 1.3 diatas dilihat bahwa *primary ratio* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di indeks saham syariah indonesia periode 2017-2022 tersebut dengan jumlah sebanyak 3 perusahaan dengan periode 2017-2022 fluktuasi naik turun, pada tahun 2017 berada di angka 57,18%, kemudian tahun 2018 meningkat menjadi 59,06%, selanjutnya tahun 2019 meningkat juga menjadi 65,16%, kemudian tahun 2020 menurun menjadi 61,02%, selanjutnya 2021 meningkat menjadi 62,12%, dan tahun terakhir 2022 meningkat menjadi 64,34%.

Tabel 1.4
Net Profit Margin Pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI periode 2017-2022

Tahun	PT Mayora Indah		PT Indofood CBP Sukses Makmur		PT Siantar TOP		Rata-rata Per tahun
2017	7,83		9,95		7,64		8,47
2018	7,31	↓	12,12	↑	9,02	↑	9,48
2019	8,19	↑	12,67	↑	13,73	↑	11,53
2020	8,57	↑	15,90	↑	16,34	↑	13,60
2021	4,33	↓	13,90	↓	14,55	↓	10,92
2022	6,4	↑	8,83	↓	12,66	↓	9,29
Rata-rata perusahaan	7,1		12,22		12,26		10,52

Sumber : Laporan Keuangan PT Mayora Indah Tbk, PT Indofood CBP Sukses MakmurTbk, PT Siantar Top Tbk periode 2017-2022 diambil oleh penulis pada tahun 2023

Grafik 1.3
Net Profit Margin Pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI periode 2017-2022



Sumber : Laporan Keuangan PT Mayora Indah Tbk, PT Indofood CBP Sukses MakmurTbk, PT Siantar Top Tbk periode 2017-2022 diambil pada 2023

Dari tabel 1.4 diatas dapat dilihat bahwa *net profit margin* perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Indeks saham syariah indonesia periode 2017-2022 dengan jumlah sebanyak 3 perusahaan mengalami peningkatan dan penurunan, pada tahun 2017 berada pada 8,47%, selanjutnya tahun 2018 meningkat menjadi 9,48%, kemudian pada 2019 meningkat menjadi 11,53%, lalu tahun 2020 meningkat kembali menjadi 13,60%, tetapi pada 2021 menurun menjadi 10,92% dan tahun 2022 menurun kembali menjadi 9,29%.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti topik yang berjudul ***“Pengaruh Sales Growth dan Primary Ratio terhadap Net Profit Margin pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Indek saham syariah Indonesia (ISSI) periode 2017-2022.***

B. Identifikasi dan Rumusan Masalah

Berdasarkan informasi di atas, peneliti ingin mengetahui *Sales Growth* dan *Primary Ratio* terhadap *Net Profit Margin* pada perusahaan yang terdaftar di ISSI pada industri makanan dan minuman. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh *Sales Growth* secara parsial terhadap *Net Profit Margin* pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Periode 2017-2022 ?
2. Seberapa besar pengaruh *Primary Ratio* secara parsial terhadap *Net Profit Margin (NPM)* pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Periode 2017-2022 ?
3. Seberapa besar pengaruh *Sales Growth* dan *Primary Ratio* secara Simultan

terhadap *Net Profit Margin* pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Periode 2017- 2022 ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka penulis bertujuan untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Sales Growth* secara parsial terhadap *Net Profit Margin* pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Periode 2017-2022;
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Primary Ratio* secara parsial terhadap *Net Profit Margin* pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Periode 2017-2022;
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Sales Growth* dan *Primary Ratio* secara Simultan terhadap *Net Profit Margin* pada Perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Periode 2017-2022

D. Kegunaan Penelitian

Adapun untuk kegunaan penelitian diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan agar dapat digunakan secara efektif baik dalam dunia pendidikan maupun praktik; Ruang lingkup ini mencakup hal-hal berikut:

1. Kegunaan Akademis
 - a. Bagi peneliti, tujuan dilakukan penelitian ini sebagai media pengembangan dan aplikasi ilmu pengetahuan, menambah wawasan tentang *Sales Growth*, *Primary Ratio* terhadap *Net Profit Margin* pada perusahaan makanan dan

minuman baik secara parsial maupun simultan;

- b. Bagi dunia pendidikan, kami berharap hasil penelitian dapat diterjemahkan menjadi artikel dan buku yang bermanfaat, seperti catatan penelitian.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi perusahaan, kami berharap penelitian ini dapat digunakan sebagai alat evaluasi dalam perencanaan strategis dan pengambilan keputusan dalam pengelolaan keuangan.
- b. Bagi investor, diharapkan penelitian kami dapat menjadi sumber informasi mengenai keadaan keuangan perusahaan bagi investor dan calon investor serta dapat digunakan dalam pengambilan keputusan investasi pada perusahaan.
- c. Bagi penulis, penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada jurusan Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.