

Sales Growth, Receivable Turnover dan Size terhadap Rentabilitas Ekonomi

Anzely Athalia¹, Maryati Rahayu², Nursina³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Persada Indonesia YAI
Jalan Diponegoro No. 74 Jakarta Pusat 10340
Email: anzelyathalia0106@gmail.com¹, ayu.mr77@gmail.com²,
nursina.nasir@gmail.com³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *sales growth, receivable turnover dan size terhadap rentabilitas ekonomi*. Dengan *purposive sampling*, sampel perusahaan manufaktur pada subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2017-2021 diperoleh sebanyak 16 perusahaan. Penelitian menggunakan uji normalitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dengan software *Eviews 9*. Berdasarkan uji *t*, *sales growth* berpengaruh signifikan terhadap rentabilitas ekonomi, sedangkan *receivable turnover* dan *size* tidak berpengaruh terhadap rentabilitas ekonomi. Berdasarkan uji *F*, bahwa secara bersama-sama *sales growth, receivable turnover, dan size* mempunyai pengaruh terhadap rentabilitas ekonomi. Nilai koefisien determinasi dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel bebas mempengaruhi rentabilitas ekonomi sebesar 49,57% sisanya sebesar 50,43% merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Kata kunci : *sales growth, receivable turnover, size, rentabilitas ekonomi*

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of sales growth, receivable turnover and size on economic profitability. By purposive sampling, a sample of manufacturing companies in the food and beverage sub-sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2017-2021 was obtained as many as 16 companies. The study used normality test, classical assumption test, and hypothesis testing with Eviews 9 software. Based on the t test, sales growth has a significant effect on economic profitability, while receivable turnover and size have no effect on economic profitability. Based on the F test, that together sales growth, receivable turnover, and size have an influence on economic profitability. The value of the coefficient of determination can be concluded that the three independent variables affect economic profitability by 49.57%, the remaining 50.43% is a contribution from other variables not included in the study.

Key words : *sales growth, receivable turnover, size, economic profitability*

1. PENDAHULUAN

Perusahaan merupakan suatu lembaga yang didirikan dan dikelola oleh satu orang atau lebih dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan yang optimal. terdapat beragam jenis usaha, salah satunya adalah usaha manufaktur, yang berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia, termasuk industri makanan dan minuman.

Seiring dengan bertambahnya jumlah masyarakat di Indonesia, meningkatnya permintaan makanan dan minuman menjadikan Indonesia sebagai pangsa pasar yang menjanjikan untuk sektor makanan dan minuman. Dengan semakin banyaknya usaha di sektor makanan dan minuman, menyebabkan industri ini menjadi semakin kompetitif.

Fenomena terkait kinerja industri makanan dan minuman terus berkembang di tengah pandemi Covid-19 yang terjadi dua tahun lalu. Meski melambat, industri ini masih bisa bertahan dan terus tumbuh sejak 2011. Industri makanan dan minuman mengalami pertumbuhan positif dari tahun ke tahun. Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS), industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 2,54% menjadi Rp. 775,1 triliun pada tahun lalu dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Pencapaian ini lebih baik dari tahun sebelumnya yang hanya tumbuh sekitar 1,58%, tetapi masih lebih rendah dibanding sebelum pandemi yang tumbuh lebih dari 7%. Pencapaian tersebut juga dibawah pertumbuhan nasional tahun lalu. (<https://data.bps.go.id/>)

Ketatnya persaingan antar industri di sektor makanan dan minuman tentunya akan mempengaruhi naik atau turunnya keuntungan usaha. Dalam suatu perusahaan tidak hanya fokus pada peningkatan laba, tetapi juga fokus pada rentabilitas ekonomisnya. Menurut (Arianik, 2019) rentabilitas ekonomi merupakan suatu kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba serta mencerminkan suatu kegiatan operasi perusahaan sesuai dengan keefektifan managemennya.

Tingkat rentabilitas menggambarkan potensi penghasil laba suatu perusahaan, sehingga nilai laba yang tinggi menggambarkan kinerja perusahaan yang efisien dalam mengelola modal dan mengelola operasi sehingga menghasilkan laba yang maksimal. Begitu juga sebaliknya tingkat

rendahnya rentabilitas menggambarkan bahwa kinerja perusahaan kurang efektif dalam pengelolaan modal serta dalam menjalankan operasi sehingga tidak mendapatkan laba sesuai harapan (Daryati, 2020).

Sales growth dan rentabilitas ekonomi memiliki hubungan yang positif apabila tingginya tingkat penjualan maka akan menghasilkan laba yang maksimal serta meningkatkan rentabilitas ekonomi yang diukur dengan *profit margin* (Susanti, 2021). Dengan memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya tentu menunjukkan bahwa perusahaan telah berhasil memuaskan kebutuhan konsumen. Jika tingkat penjualan rendah, maka barang yang dihasilkan tidak sesuai dengan target pasar.

Menjual secara kredit merupakan salah satu taktik perusahaan untuk menarik konsumen. Semakin besarnya penjualan secara kredit maka perusahaan juga harus memasok dana lebih besar dalam piutang (Putri et al., 2021). Demi kelangsungan hidup perusahaan, pengelolaan *receivable turnover* sangat penting dan dapat mempengaruhi rentabilitas perusahaan. Jika *receivable turnover* tinggi, berarti investasi pada piutang akan semakin sedikit karena waktu pelunasan piutang dipercepat, sehingga perusahaan tidak perlu menunggu lama untuk modal investasi ke dalam piutang tersebut akan segera dicairkan menjadi kas.

Faktor lain yang dapat memengaruhi rentabilitas ekonomi adalah *size*/ukuran perusahaan yang menjelaskan suatu skala yang dapat dikategorikan besar atau kecil nya perusahaan dengan berbagai cara, diantaranya jumlah nilai asset, jumlah penjualan, jumlah tenaga kerja dan lainnya.

(Dwi et al., 2016). *Size* juga memiliki hubungan dengan rentabilitas ekonomi yaitu semakin besarnya *size* maka akan menyebabkan besarnya biaya sehingga dapat mengurangi rentabilitas.

2. METODOLOGI

Penelitian ini termasuk penelitian kausal komparatif karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh atau hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih melalui pengujian hipotesis.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Hypothesis Testing Empirical Study*, sehingga dapat dijelaskan

dengan terperinci hasil temuan dari penelitian yang dilakukan. Berdasarkan metode pengumpulan datanya, penelitian ini termasuk pada penelitian pengamatan (Observasional).

Populasi dan Sampel

Menurut (Sugiyono, 2017) populasi merupakan area generalisasi yang terdiri dari hal-hal dan individu dengan atribut dan karakteristik tertentu yang dipahami dan kesimpulan yang ditarik oleh peneliti. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2021 dan telah mempublikasikan laporan keuangan berturut-turut selama periode pengamatan sampel.

Purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017) digunakan dalam teknik pengambilan sampel penelitian. Menurut kriteria yang ditentukan diperoleh 16 perusahaan dengan satu tahun pengamatan dalam 5 tahun, jumlah data dalam penelitian ini sebanyak 80 data yang merupakan sampel penelitian.

Data penelitian

Jenis data dalam penelitian ini adalah data dokumenter, sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder, karena sumber data penelitian yaitu laporan keuangan dikumpulkan secara tidak langsung melalui perantara, untuk mengetahuinya dengan mengakses melalui website www.idx.co.id.

Data penelitian ini merupakan data gabungan dari data *cross section* dan *time series* sehingga berimplikasi terhadap jumlah data panel. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan analisis koefisien determinasi (*adjusted R²*)

3. LANDASAN TEORI

Agency Theory

Menurut Hendriksen & Breda dalam (Wilasmi et al., 2020) teori keagenan menggambarkan tentang hubungan yang melibatkan dua pihak yaitu investor dengan manajer (*agent*).

Dalam hubungan keagenan dapat terjadi pertentangan kepentingan antara *stockholder* dan manajemen perusahaan.

Pertentangan tersebut terjadi karena adanya perbedaan tujuan dan keinginan yang berbeda, dimana pemegang saham dengan keinginannya yaitu keuntungan yang maksimal sedangkan manajemen perusahaan mengharapkan diberi insentif yang tinggi atas kinerjanya. Konflik ini juga dapat timbul ketika tidak semua pihak mengetahui semua kondisi, sehingga terjadi kesenjangan informasi antara *principal* dan *agent*.

Signalling Theory

Teori ini awal mula diperkenalkan oleh *Michael Spence* (1973) pada penelitiannya dimana yang berjudul *Job Market Signalling*

Sinyal dalam teori ini datang dalam bentuk informasi tentang upaya manajemen untuk memenuhi keinginan pemilik. Informasi pada dasarnya memberikan gambaran tentang kondisi masa lalu, sekarang atau masa depan demi keberlangsungan hidup perusahaan dan bagaimana hal itu akan mempengaruhi bisnis, juga dapat menjadi alat analitis bagi investor dan profesional.

Sales Growth

Perusahaan akan terus berupaya meningkatkan produknya untuk mencapai *sales growth* yang tinggi yang mencerminkan keberhasilan suatu usaha. Dengan kondisi *sales growth* yang stabil, hal ini akan berdampak positif pada rentabilitas ekonomi.

Menurut Carvalho & Costa dalam (Suryaputra et al., 2014) *sales growth* berarti adanya peningkatan atau perubahan jumlah penjualan dari tahun ke tahun.

Fahmi dalam (Anggara et al., 2019) rasio pertumbuhan adalah perhitungan kapasitas perusahaan untuk mempertahankan posisinya di industri serta dalam kemajuan ekonomi secara keseluruhan

Sales growth (pertumbuhan penjualan) dapat diperhitungkan dengan rumus :

$$\text{Sales Growth} = \frac{\text{Penjualan}_t - \text{Penjualan}_{t-1}}{\text{Penjualan}_{t-1}}$$

Receivable Turnover

Pentingnya *receivable turnover* bagi suatu perusahaan tercermin dari semakin cepat *receivable turnover ratio* semakin banyak

hutang yang dapat dilunasi. Oleh karena itu, akan meminimalkan piutang tak tertagih dan memperlancar arus kas.

Kasmir dalam (Wasundari & Suriani, 2021) *receivable turnover* adalah rasio yang pada dasarnya digunakan untuk mengetahui sebagaimana percepatan perusahaan dengan kemampuannya dalam penagihan piutang dalam satu periode sampai kembali menjadi kas.

Berikut rumus *receivable turnover* (Kasmir, 2017) :

$$\text{Perputaran piutang} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Piutang Rata-rata}}$$

Size

Bentuk usaha berdasarkan skala usaha diklasifikasikan menjadi 3 (tiga), yaitu : perusahaan besar, perusahaan menengah dan perusahaan kecil.

Perusahaan besar tumbuh lebih cepat daripada perusahaan kecil, sehingga perusahaan besar tidak akan kesulitan mendapatkan pinjaman dan menarik investor karena pengembalian pasar saham yang besar.

Menurut Bambang Riyanto dalam (Harris et al., 2020) besarnya nilai ekuitas, nilai penjualan, atau nilai aktiva digunakan untuk menentukan *size*.

Untuk perhitungan *size* dirumuskan dengan menggunakan Ln total asset

$$\text{Firm Size} = \text{Ln Total Asset}$$

Rentabilitas Ekonomi

Perusahaan dengan sasaran laba/keuntungan akan selalu berusaha untuk memaksimalkan jumlah keuntungan yang dapat mereka hasilkan, tetapi penjualan besar tidak selalu merupakan pertanda bisnis yang baik. Membandingkan keuntungan yang dihasilkan dengan modal yang dikeluarkan untuk menghasilkan keuntungan menentukan efisiensi bisnis, perhitungan ini sering disebut rasio rentabilitas.

Menurut Hantono dalam (Anggara et al., 2019), rasio rentabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba.

Menurut (Riyanto, 2011) rentabilitas dikategorikan menjadi dua, yaitu : rentabilitas

ekonomi & rentabilitas modal sendiri. Rentabilitas ekonomi merupakan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan yang ditunjukkan dengan perbandingan laba usaha dan modal/asset yang digunakan. Ekuitas yang dipertimbangkan dalam rentabilitas ekonomi adalah modal yang bekerja dalam perusahaan, tetapi modal yang ditanamkan di perusahaan lain ataupun dalam efek tidak termasuk dalam perhitungan.

Kerangka Pemikiran & Perumusan Hipotesis

Sales growth merupakan indikator penting untuk penerimaan pasar atas produk/jasa perusahaan, dari mana dimungkinkan untuk mengukur seberapa besar *sales growth* dari perolehan pendapatan.

Wahyudiono dalam (Anggara et al., 2019) semakin meningkatnya jumlah penjualan menggambarkan bahwa perusahaan memiliki fundamental yang kuat.

Swastha dan Handoko dalam (Sukadana & Triaryati, 2018). Perusahaan mampu memperkirakan besarnya laba serta tingkat rentabilitas yang dihasilkan, dengan mengetahui lebih dulu besar *sales growth*.

Pendapat ini didukung oleh penelitian penelitian (Asmoro et al., 2021) yang menyatakan bahwa *sales growth* mempunyai efek positif dan signifikan terhadap rentabilitas ekonomi

H1 : *Sales Growth* berpengaruh terhadap Rentabilitas Ekonomi

Keuntungan yang diperoleh dari kas perusahaan yang telah kembali dan digunakan sebagai modal perusahaan sehingga penjualan tunai atau penjualan kredit produk atau jasa dapat dilakukan. Kemudian Tingkat penjualan yang tinggi juga akan membawa keuntungan yang tinggi bagi perusahaan, potensi ini dikenal sebagai rentabilitas ekonomi. Pernyataan ini menunjukkan bahwa *receivable turnover* akan mempengaruhi rentabilitas ekonomi.

Hal ini dilatarbelakangi dengan penelitian (Daryati, 2020) yang menunjukkan

adanya pengaruh antara *receivable turnover* terhadap rentabilitas ekonomi.

H2 : *Receivable Turnover* berpengaruh terhadap Rentabilitas Ekonomi.

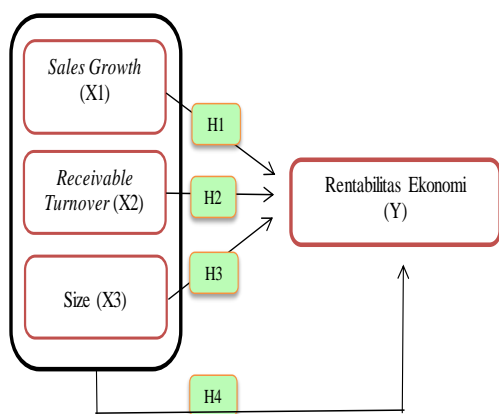
Banyak orang berpikir bahwa perusahaan besar memiliki total aset yang besar dan sebaliknya. Besar kecilnya total aset yang dimiliki perusahaan akan mempercepat pertumbuhan laba perusahaan agar tercipta citra yang baik bagi pengguna laporan keuangan, karena total aset yang tinggi akan menarik perhatian investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan.

Menurut Sudarsono dalam (Yohanas, 2014) *size* merupakan persamaan antara jumlah total ekuitas dan hutang dengan jumlah aktiva.

Hal ini dilatarbelakangi dengan penelitian yang dilakukan oleh (Asmoro et al., 2021) menyatakan bahwa *size* berpengaruh negatif terhadap rentabilitas ekonomi. Sedangkan pada penelitian (Harris et al., 2020) menunjukkan variabel *size* berkontribusi positif terhadap rentabilitas ekonomi.

H3 : *Size* berpengaruh terhadap Rentabilitas Ekonomi.

Berdasarkan fenomena, kesenjangan, dan penelitian sebelumnya yang dijelaskan, kerangka kerja dikembangkan untuk membantu menjelaskan hubungan antar variabel sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran
Sumber: Hasil olahan penulis (2022)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan Data

Berdasarkan syarat kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel, diperoleh 16 perusahaan yang layak dijadikan sampel, dengan variabel yang *sales growth*, *receivable turnover*, *size* dan rentabilitas ekonomi pada perusahaan sektor makanan dan minuman selama tahun 2017 – 2021.

Tabel 1. Daftar Sampel Perusahaan

No.	Nama Perusahaan	Kode
1.	Akasha Wira International Tbk	ADES
2.	Budi Starch & Sweetener Tbk	BTEK
3.	Campina Ice Cream Industry Tbk	CAMP
4.	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	CEKA
5.	Sariguna Primatirta Tbk	CLEO
6.	Delta Jakarta Tbk	DLTA
7.	Buyung Poetra Sembada Tbk	HOKI
8.	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	ICBP
9.	Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF
10.	Multi Bintang Indonesia Tbk	MLBI
11.	Mayora Indah Tbk	MYOR
12.	Nippon Indosari Corporindo Tbk	ROTI
13.	Sekar Bumi Tbk	SKBM
14.	Sekar Laut Tbk	SKLT
15.	Siantar Top Tbk	STTP
16.	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk	ULTJ

Sumber : Data Diolah Peneliti (2022)

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif bertujuan memberikan gambaran terhadap data-data pada variabel penelitian. Nilai statistik deskriptif yang diamati adalah nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi. Hasil statistik deskriptif dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini

Tabel 2. Statistik Deskriptif

	Y	X1	X2	X3
Mean	0.135387	0.072863	7.990061	28.82812
Median	0.110778	0.068824	7.612200	28.39574
Maximum	0.709149	0.504026	16.19486	32.82039
Minimum	0.002836	-0.465160	3.315466	27.08104
Std. Dev.	0.119979	0.157475	2.944122	1.490500
Skewness	2.558804	-0.343428	0.725921	1.238822
Kurtosis	11.46908	4.915373	3.154362	3.600852
Jarque-Bera	326.3839	13.80141	7.105571	21.66581
Probability	0.000000	0.001007	0.028645	0.000020
Sum	10.83098	5.829034	639.2049	2306.250
Sum Sq. Dev.	1.137199	1.959073	684.7604	175.5056
Observations	80	80	80	80

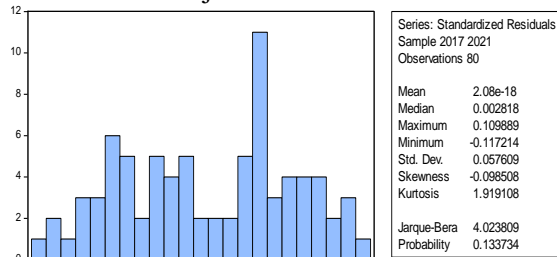
Sumber : Eviews, 9.0, data diolah peneliti, 2022

Analisis Regresi Data Panel

Data panel, merupakan gabungan dari data *time series* dan *cross section*. Untuk mendapatkan metode yang paling efisien menggunakan tiga persamaan yaitu: *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM). Setelah dilakukan pengujian dengan *uji chow*, *hausman*, dan *lagrange multiplier*. Dari ketiga model data panel yang digunakan pada penelitian ini *Fixed Effect Model* (FEM).

Uji Asumsi Klasik

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas



Sumber : Eviews, 9.0, data diolah peneliti, 2022

Dapat dilihat histogram uji residual, nilai probability sebesar 0.133734 dimana nilai probability lebih besar dari 0.05, dan dinyatakan data berdistribusi normal

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

	X1	X2	X3
X1	1.000000	0.306095	0.078694
X2	0.306095	1.000000	0.432493
X3	0.078694	0.432493	1.000000

Sumber : Eviews, 9.0, data diolah peneliti, 2022

Berdasarkan hasil pengujian diatas, nilai korelasi antar variabel independen tidak ada yang memiliki koefisien lebih besar dari 0,80, jadi dapat disimpulkan bahwa data tidak terdapat masalah multikoleniaritas.

Tabel 5. Hasil Uji Heterokedastisitas

Dependent Variable: RESABS
Method: Panel Least Squares
Date: 05/25/22 Time: 08:50
Sample: 2017 2021
Periods included: 5
Cross-sections included: 16
Total panel (balanced) observations: 80

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.214303	0.210683	1.017181	0.3123
X1	0.052203	0.069111	0.755358	0.4524
X2	-0.004513	0.004087	-1.104160	0.2730
X3	-0.003508	0.007710	-0.455007	0.6504

Sumber : Eviews, 9.0, data diolah peneliti, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan nilai probabilitas ke-3 variabel lebih dari 0,05 artinya tidak ada gejala heteroskedastisitas.

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi

Cross-section fixed (dummy variables)

Weighted Statistics			
R-squared	0.532311	Mean dependent var	0.237491
Adjusted R-squared	0.495712	S.D. dependent var	0.177756
S.E. of regression	0.065560	Sum squared resid	0.262183
F-statistic	24.00967	Durbin-Watson stat	1.669881
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber : Eviews, 9.0, data diolah peneliti, 2022

Data diatas diperoleh dari model yang telah terpilih yaitu *Fixed Effect Model* (FEM). Diperoleh nilai DW adalah 1.669881, sedangkan nilai DW dengan $n = 80$ dan $k = 3$. Maka disimpulkan bahwa hasil $DL 1,5600 < DW 1,669881 < DU 1,7153$ dengan demikian artinya tidak terjadi gejala autokorelasi positif

Uji Hipotesis

Tabel 7. Hasil Output *Fixed Effect Model*

Dependent Variable: Y
Method: Panel EGLS (Cross-section weights)
Date: 05/25/22 Time: 08:37
Sample: 2017 2021
Periods included: 5
Cross-sections included: 16
Total panel (balanced) observations: 80
Linear estimation after one-step weighting matrix

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.703614	0.406762	1.729793	0.0887
X1	0.094579	0.027542	3.433979	0.0011
X2	0.003914	0.003222	1.214719	0.2292
X3	-0.021035	0.013753	-1.529491	0.1313

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

Weighted Statistics			
R-squared	0.532311	Mean dependent var	0.237491
Adjusted R-squared	0.495712	S.D. dependent var	0.177756
S.E. of regression	0.065560	Sum squared resid	0.262183
F-statistic	24.00967	Durbin-Watson stat	1.669881
Prob(F-statistic)	0.000000		

Unweighted Statistics			
R-squared	0.750605	Mean dependent var	0.135387
Sum squared resid	0.283612	Durbin-Watson stat	1.104165

Sumber : Eviews, 9.0, data diolah peneliti, 2022

Analisis Korelasi

Dari model *fixed effect model* pada tabel 7, diperoleh koefisien determinasi R^2 senilai 0.532311, jadi nilai $R = \sqrt{0.532311} = 0,729596$. Angka 0,729596 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah kuat.

Uji Persamaan Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil uji pada tabel 7 di atas, diperoleh persamaan linear berganda sebagai berikut:

$$\text{ROA} = 0.703614 (C) + 0.094579 (X1) + 0.003914 (X2) - 0.021035 (X3)$$

1. Konstanta regresi yaitu 0.703614, artinya apabila koefisien regresi variabel-variabel *sales growth*, *receivable turnover* dan *size* adalah 0, maka variabel rentabilitas ekonomi 0.703614.
2. Nilai koefisien regresi *sales growth* (X1) senilai 0.094579 koefisien bernilai positif. Hal ini menggambarkan setiap kenaikan *sales growth* senilai satu satuan akan menyebabkan kenaikan rentabilitas ekonomi senilai 0.094579. Koefisien regresi variabel lain dianggap tetap.
3. Nilai koefisien regresi *receivable turnover* (X2) senilai 0.003914 koefisien bernilai positif. Hal ini menggambarkan setiap kenaikan *receivable turnover* sebesar satu satuan akan menyebabkan kenaikan rentabilitas ekonomi senilai 0.003914. Koefisien regresi variabel lain dianggap tetap.
4. Nilai koefisien regresi *size* (X3) senilai -0.021035 koefisien bernilai negatif. Hal ini menggambarkan setiap kenaikan *size* senilai satu satuan akan menyebabkan penurunan rentabilitas ekonomi senilai -0.021035. Koefisien regresi variabel lain dianggap tetap.

Uji t

Berdasarkan T-tabel dengan df-1 (n-k) yang diperoleh hasil 76 (80-4), dimana n = 80 (jumlah observasi) dan k = 4 (jumlah variabel dependen dan independen) dan signifikansi sebesar 0,05 diperoleh nilai T-tabel sebesar 1.66515. Berdasarkan hasil uji persial pada tabel 7 diatas maka dapat dilihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut :

1. Hasil uji t variabel *sales growth* (X1) diperoleh nilai T-statistic senilai 3.433979 > T-tabel 1.66515 dan nilai probabilitasnya senilai 0.0011 < 0.05 maka artinya secara parsial variabel *sales growth* berpengaruh secara signifikan terhadap rentabilitas ekonomi.

2. Hasil uji t variabel *receivable turnover* (X2) diperoleh nilai T-statistic senilai 1.214719 < T-tabel 1.66515 dan nilai probabilitasnya senilai 0.2292 > 0.05 maka artinya secara parsial variabel *receivable turnover* tidak berpengaruh terhadap rentabilitas ekonomi.
3. Hasil uji t variabel *size* (X3) diperoleh nilai T-statistic senilai -1.529491 < T-tabel 1.66515 dan nilai probabilitasnya senilai 0.1313 > 0.05, maka artinya secara parsial variabel *size* tidak berpengaruh terhadap rentabilitas ekonomi.

Uji F

Berdasarkan hasil uji f dari *Fixed Effect Model* (FEM) diatas, nilai probability F-statistik 0.000000 < 0,05 dan f-statistik sebesar 24.00967 > f-tabel 2,72 (tingkat $\alpha = 0,05$, df = (80-3-1=76) maka kesimpulan yang diperoleh yaitu variabel *sales growth*, *receivable turnover* dan *size* secara bersama-sama berpengaruh terhadap rentabilitas ekonomi pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2017-2021.

Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase variabel independen memengaruhi variabel dependen. Berdasarkan tabel 7 diatas diketahui nilai *adjusted R-squared* senilai 0.495712. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersamaan variabel *sales growth*, *receivable turnover* dan *size* memiliki kontribusi dalam menjelaskan rentabilitas ekonomi sebesar 49,57%. Kemudian sebagian lainnya senilai 50,43% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti atau tidak dibahas dalam model penelitian ini.

Pembahasan hasil penelitian

Pengaruh *Sales Growth* terhadap Rentabilitas Ekonomi

Sales growth berpengaruh secara signifikan terhadap rentabilitas ekonomi. Terlihat dari hasil uji t yang dilakukan, diperoleh T-statistic senilai 3.433979 > T-tabel 1.66515 dan nilai probabilitasnya senilai 0.0011 < 0.05.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi penjualan bersih perusahaan, semakin tinggi keuntungannya karena dengan

mengetahui tingkat *sales growth*, perusahaan dapat memprediksi keuntungan yang akan mereka terima

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Asmoro et al., 2021) menyatakan bahwa *sales growth* berpengaruh signifikan positif terhadap rentabilitas ekonomi. Namun berbanding terbalik dengan penemuan (Anggara et al., 2019) yang menemukan hasil bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara variabel *sales growth* terhadap rentabilitas ekonomi.

Pengaruh *Receivable Turnover* terhadap Rentabilitas Ekonomi

Receivable Turnover tidak berpengaruh terhadap rentabilitas ekonomi. Terlihat dari hasil uji t yang dilakukan, diperoleh T-statistic senilai $1.214719 < T\text{-tabel } 1.66515$ dan nilai probabilitasnya senilai $0.2292 > 0.05$.

Dapat disimpulkan bahwa perputaran yang tinggi tetapi rata-rata piutang yang rendah tidak dapat memberikan kontribusi terhadap rentabilitas ekonomi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Adiputro et al., 2018), namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wasundari & Suriani, 2021) bahwa *receivable turnover* berpengaruh secara signifikan terhadap rentabilitas ekonomi perusahaan sektor perdagangan eceran di BEI.

Pengaruh *Size* terhadap Rentabilitas Ekonomi

Size tidak berpengaruh terhadap rentabilitas ekonomi. Terlihat dari hasil uji t yang dilakukan, diperoleh T-statistic senilai $-1.529491 < T\text{-tabel } 1.66515$ dan nilai probabilitasnya senilai $0.1313 > 0.05$.

Hal ini menandakan bahwa perusahaan besar tidak menjamin akan memiliki rentabilitas ekonomi yang tinggi, karena perusahaan kecil pun dapat menghasilkan rentabilitas yang baik jika dikelola dengan baik agar dapat meningkatkan pendapatan serta mengefisiensi biaya.

Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh (Harris et al., 2020) bahwa *size* terbukti dapat memberikan kontribusi positif dan signifikan pada rentabilitas.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa *sales growth* berpengaruh signifikan terhadap rentabilitas ekonomi, sedangkan *receivable turnover* dan *size* tidak berpengaruh terhadap rentabilitas ekonomi

Dari uji F disimpulkan bahwa secara bersama-sama *sales growth*, *receivable turnover*, dan *size* mempunyai pengaruh terhadap rentabilitas ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputro, B., Rismayadi, B., & Yanti. (2018). Pengaruh Rasio Aktivitas Terhadap Rentabilitas Ekonomi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016 - 2018. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 1(4), 105–120.
- Anggara, L., Veronica, V., Stevani, J., Lisdia, K., Chandra, S., Pane, A., & Putra, S. K. (2019). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Perputaran Total Aset dan Rasio Kelipatan Bunga yang Dihasilkan terhadap Rentabilitas pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2017. *Owner*, 3(2), 40. <https://doi.org/10.33395/owner.v3i2.121>
- Arianik, Y. T. K. (2019). Pengaruh Perputaran Piutang Terhadap Rentabilitas Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Borneo Student Research, Pengaruh Perputaran Piutang Terhadap Rentabilitas Pada Perusahaan Farmasi Yang Etrdagar Di Bursa Efek Indonesia*, 580.
- Asmoro, W. K., Setianingsih, N. A., & Putranti, E. (2021). Variabel Fundamental yang Mempengaruhi Struktur Keuangan dan Implikasinya terhadap Rentabilitas Ekonomi. *Owner*, 5(2), 674–684. <https://doi.org/10.33395/owner.v5i2.514>
- Daryati, E. (2020). *Pengaruh Efektivitas Pengendalian Biaya, Tingkat Perputaran Kas dan Piutang terhadap Rentabilitas Ekonomi pada Koperasi Pegawai Negeri Kabupaten Merangin*. 5(4), 169–184. <https://akrabjuara.com/index.php/akrabju>

ara/article/view/1253/1102

- Dwi, I. M., Sanjaya, M., Gusti, N., & Wirawati, P. (2016). *Issn : 2302-8556 E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Abstrak Pendahuluan Pasar Modal Mempunyai Peranan. 15, 17–26.*
- Harris, M. I., Sjahrudin, H., & S.Themba, O. (2020). Kontribusi Rasio Aktivitas dan Ukuran Perusahaan pada Rentabilitas PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk. *Jurnal SEKURITAS (Saham, Ekonomi, Keuangan Dan Investasi), 3(3), 219.*
<https://doi.org/10.32493/skt.v3i3.4782>
- Putri, C. A. A., M, A., & Anggraini, M. D. (2021). “Pengaruh Tingkat Perputaran Kas, Perputaran Piutang Dan Perputaran Persediaan Terhadap Rentabilitas Ekonomi Pada Koperasi Pegawai Telkom Sumbar Periode 2013-2018.” *Jurnal Matua, 3 No. 3, 447–458.*
- Riyanto, B. (2011). *Dasar-Dasar Pembelian Perusahaan (Keempat).* BPFE.
- Sugiyono, D. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif Dan R & D / Sugiyono. In *Bandung: Alfabeta.*
- Sukadana, I. K. A., & Triaryati, N. (2018). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Food And Beverage Bei. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 7(11), 6239.*
<https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2018.V07.I11.P16>
- Suryaputra, Gladys, & Christiawan, J. (2014). “Pengaruh Manajemen Modal Kerja, Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2010-2014.” *4(1), 493–504.*
- Susanti, A. W. (2021). Pengaruh Perputaran Persediaan, Perputaran Piutang, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Sub Sektor Makanan & Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015 -2019. *JIMA Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi, 1(3), 213–225.*
- Wasundari, A. A. A. M., & Suriani, N. N. (2021). Pengaruh Perputaran Modal Kerja Perputaran Piutang, dan Perputaran Persediaan Terhadap Rentabilitas Ekonomi Perusahaan Sektor Perdagangan Eceran di Bursa Efek Indonesia. *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi), 20(1), 49–54.*
<https://doi.org/10.22225/we.20.1.3150.49-54>
- Wilasmi, N. K. S., Kepramareni, P., & Ardianti, P. N. H. (2020). “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Perputaran Kas, Perputaran Piutang, Dan Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas.” *Jurnal Kharisma, 2(2).*
<https://www.coursehero.com/file/76098130/Jp-Wilasmi-Kepramareni-Ardianti-2020pdf/>
- Yohanas, W. (2014). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Solvabilitas, dan Profitabilitas Terhadap Pertumbuhan Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2008-2011). *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis, 1(1), 1–27.*
- www.duniainvestasi.com/bei/summaries, diakses tanggal 2 juni 2022.
- www.idx.co.id, diakses tanggal 2 juni 2022.
- <https://databoks.katadata.co.id/> diakses tanggal 2 juni 2022