

**PENGARUH KINERJA KEUANGAN TERHADAP PERTUMBUHAN  
PENJUALAN PERUSAHAAN OTOMOTIF PADA MASA PANDEMI DENGAN  
UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**Elan Kurniawan<sup>1</sup>, Dio Satria BS<sup>2</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Akuntansi  
Universitas Islam As-Syafiiyah, Jakarta  
[elan.feb@uia.ac.id](mailto:elan.feb@uia.ac.id); [diosatria37@gmail.com](mailto:diosatria37@gmail.com)

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of financial performance on sales growth with company size as a moderating variable for automotive companies during the pandemic period on the Stock Exchange for the period 2016 to 2020. Based on the purposive sampling method, there were 12 companies that met the criteria. The results showed that: activity had a significant negative effect on sales growth, profitability had a significant positive effect on sales growth, liquidity had an insignificant positive effect on sales growth, activity moderated by firm size strengthened significant positive effect on sales growth, profitability moderated by firm size weakened no significant negative effect on sales growth and liquidity moderated by firm size weakens no significant negative effect on sales growth.*

*Keywords: Activity, Profitability, Liquidity, Company Size, Sales Growth*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kinerja keuangan terhadap pertumbuhan penjualan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi perusahaan otomotif pada masa pandemi yang terdapat di BEI periode tahun 2016 sampai 2020. Berdasarkan metode purposive sampling diperoleh 12 perusahaan yang memenuhi kriteria. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: aktivitas berpengaruh negatif signifikan terhadap pertumbuhan penjualan, profitabilitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pertumbuhan penjualan, likuiditas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pertumbuhan penjualan, aktivitas dimoderasi oleh ukuran perusahaan memperkuat berpengaruh positif signifikan terhadap pertumbuhan penjualan, profitabilitas dimoderasi oleh ukuran perusahaan memperlemah berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pertumbuhan penjualan dan likuiditas dimoderasi oleh ukuran perusahaan memperlemah berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pertumbuhan penjualan.

Kata kunci: Aktivitas, Profitabilitas, likuiditas, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan

**PENDAHULUAN**

Tujuan utama dari perusahaan adalah memaksimalkan laba dengan meningkatkan kinerja perusahaan serta mensejahterahkan pemilik perusahaan dan pemegang saham. Investor akan berinvestasi pada perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang tinggi sehingga menghasilkan laba. Melihat hasil kinerja

suatu perusahaan dapat dilihat dari laporan keuangan. Laporan keuangan ini dapat dianalisis dengan menggunakan rasio-rasio keuangan (Susanto dkk., 2020).

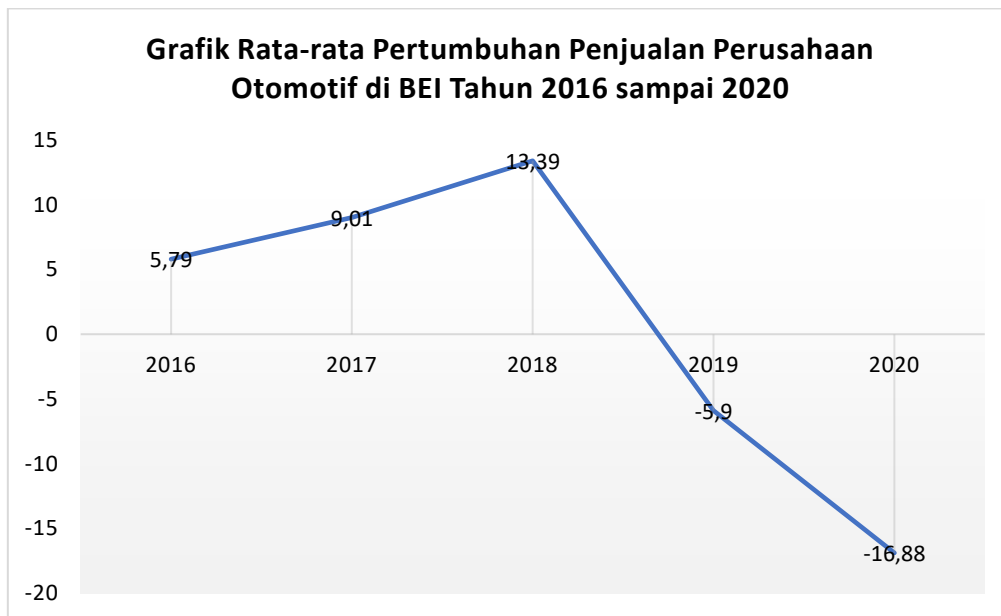
Hasil dari rasio keuangan inilah yang akan digunakan untuk menilai kinerja manajemen dalam suatu periode apakah mencapai target yang telah ditetapkan atau sebaliknya. Rasio pertumbuhan merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan ekonominya ditengah pertumbuhan perekonomian dan sektor industry menurut Kasmir, (Kasmir, 2012:96).

Laba yang diperoleh perusahaan dalam meningkatnya penjualan dapat menjadi tren keuntungan suatu faktor yang sangat menentukan perusahaan untuk tetap bertahan. peneliti ini telah membuat tabel selama 5 tahun terakhir, pertumbuhan penjualan pada perusahaan manufaktur sub sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berikut disajikan tabel rata-rata pertumbuhan penjualan selama 5 tahun terakhir beserta grafiknya.

**Tabel Rata-rata Pertumbuhan Penjualan Perusahaan Otomotif di BEI Tahun 2016 sampai 2020**

Tahun	2016	2017	2018	2019	2020
P.Penjualan	5,79%	9,01%	13,39%	-5,9%	-16,88%

Sumber: Data diolah dari BEI



Berdasarkan tabel dan grafik persentase pertumbuhan penjualan perusahaan otomotif diatas mengalami tren kenaikan dari tahun 2016 sampai 2018, sedangkan sebaliknya dari tahun 2018 sampai 2020 mengalami tren penurunan. Memperhatikan grafik dari tahun 2018 sampai tahun 2019 pertumbuhan penjualan mengalami penurunan padahal tahun 2019 belum sepenuhnya mengalami pandemi covid-19 sedangkan pada tahun 2020 sudah memasuki masa pandemi covid-19 persentase pertumbuhan penjualan semakin menurun. Dengan memperhatikan permasalahan tersebut apakah terus

menurunnya pertumbuhan penjualan otomotif tahun 2019 dan 2020 tersebut seutuhnya akibat pandemi Covid-19?

## TINJAUAN TEORITIS DAN HIPOTESIS

### Rasio Keuangan

Menurut Kasmir (2018:104) Rasio keuangan merupakan kegiatan dengan membagikan angka-angka yang ada dalam laporan keuangan dengan cara membagi satu angka ada dalam laporan keuangan dengan cara membagi satu angka dengan angka lainnya. Perbandingan dapat dilakukan antara satu komponen dengan komponen dalam satu laporan keuangan atau antara komponen yang ada diantara laporan keuangan. Kemudian angka yang diperbandingkan dapat berupa angka-angka dalam satu periode maupun beberapa periode.

Hasil rasio keuangan ini digunakan manajemen untuk menilai kinerja yang telah ditetapkan. Dari hasil kinerja yang dihasilkan dapat dijadikan evaluasi apa yang harus dilakukan untuk kemasa yang akan datang agar kinerja manajemen dapat ditingkatkan atau dipertahankan sesuai dengan target perusahaan.

### Pertumbuhan 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 Menurut Swastha dan Handoko (2011:98). Menurut Kasmir (2018:107) pertumbuhan penjualan merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonominya ditengah perekonomian dan sektor usahanya.

### Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio yang bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu. Selain itu, juga memberikan gambaran tentang efektivitas manajemen dalam melaksanakan kegiatan operasinya. Efektivitas manajemen dapat dilihat dari laba yang dihasilkan terhadap penjualan dan investasi perusahaan. (Aldila, 2019:108) Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan menurut Kasmir, (2018:196). Rasio Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan menurut Hantono, (2018:11).

### Likuiditas

Rasio likuiditas (*liquidity ratio*) merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Menurut Ur Rehman (2014:7) rasio lancar merupakan ukuran kotor likuiditas yang hanya membandingkan semua aktiva lancar dengan semua kewajiban lancar. Dalam penelitian ini *Current Ratio* merupakan proksi dari rasio likuiditas karena rasio tersebut digunakan untuk mengukur risiko likuiditas jangka pendek. Hal ini juga disebabkan karena rasio

lancar merupakan rasio yang likuid dan mudah dihitung. Sedangkan menurut Sumiati, (2019:90) likuiditas adalah sebagai kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban-kewajiban jangka pendeknya yang sudah jatuh tempo.

### **Aktivitas**

Rasio efisiensi juga disebut rasio aktivitas, rasio efisiensi mengevaluasi seberapa baik perusahaan menggunakan aset dan liabilitasnya untuk menghasilkan penjualan dan memaksimalkan laba (Darmawan, 2020:89). Menurut Kasmir (2018:172) Rasio aktivitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menggunakan aktiva yang dimilikinya. Rasio ini digunakan untuk mengukur tingkat efisien. Dalam penelitian ini rasio aktivitas yang digunakan ialah *total asset turnover*.

### **Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya aset yang dimiliki perusahaan, ditunjukkan oleh natural logaritma dari total aktiva. Menurut Riyanto (2011:313) "Besarnya kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai equity, nilai penjualan atau nilai aktiva". Ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan dalam memperoleh dana dari pasar modal dan menentukan kekuatan tawar-menawar dalam kontrak keuangan.

### **Hipotesis**

#### **Pengaruh rasio aktivitas terhadap pertumbuhan penjualan**

Rasio Aktivitas digunakan untuk mengukur efisien perusahaan dalam mengelola aktivitya. Rasio Aktivitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah aktivitas merupakan rasio yang menjelaskan perputaran aktiva perusahaan yang diukur dari penjualan selama suatu periode. Menurut teorinya *total assets turn over* yang rendah berarti perusahaan tidak memanfaatkan aset dengan efisien dalam menciptakan penjualan sedangkan bila rasio ini tinggi berarti perusahaan sudah melakukan secara maksimal memanfaatkan aset dalam menciptakan penjualan. Penelitian terlebih dahulu yang dilakukan oleh (Juwita & Malau, 2020), (Mulyani dkk., 2020), (Muhammad & Yusuf, 2019), berpengaruh positif terhadap perubahan laba. mengatakan rasio total assets turnover perusahaan telah menciptakan penjualan dengan menggunakan seluruh aktiva sehingga laba yang diperoleh perusahaan bila *total assets turnover* mengalami kenaikan maka laba yang dihasilkan dalam menciptakan penjualan lebih besar. Oleh karena itu, hipotesis yang diambil adalah.

H<sub>1</sub>: Aktivitas berpengaruh positif terhadap pertumbuhan penjualan.

#### **Pengaruh profitabilitas terhadap pertumbuhan penjualan**

Rasio profitabilitas penganalisis dari berbagai informasi mengenai keuangan yang membandingkan informasi keuangan yang membuat informasi tersebut menjadi valid atau reliabel menurut (Samryn, 2016:372) dalam jurnal (Suriani, 2020). Pengukuran

dalam penelitian ini menggunakan *net profit margin*. Bila pertumbuhan penjualan perusahaan meningkat maka rasio *net profit margin* juga akan meningkat. Rasio ini digunakan dalam mencari laba bersih bila yang dihasilkan rasio ini maka perusahaan mengalami keuntungan sebaliknya jika, rasio kecil maka perusahaan mengalami kerugian. Hasil ini didukung oleh penelitian yang menunjukkan (Nazir & Budiharjo, 2019), (Teguh Prasetyo & Rizqi, 2019), (Dewi dkk., 2020) menunjukkan bila *net profit margin* semakin besar maka perubahan laba juga akan mengalami peningkatan. Penelitian yang dilakukan Oleh karna itu, hipotesis yang diambil adalah.

H<sub>2</sub>: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pertumbuhan penjualan

### **Pengaruh rasio likuiditas terhadap pertumbuhan penjualan**

Likuiditas ialah kewajiban keuangan perusahaan dalam membayar kewajibannya yang tepat waktu adalah perusahaan yang likuid (Nazir & Budiharjo, 2019). *Current ratio* adalah kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban yang segera jatuh tempo.

Rasio ini sangat bermanfaat bagi pemilik perusahaan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban dan bagi kreditur bermanfaat untuk tingkat pengamanan dalam pengembalian dana pinjaman (Widati & Yuliandri, 2020). Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Darnawati & Siagian, 2020), (Mulyani dkk., 2020), (Yuigananda dkk., 2019), (Juwita & Malau, 2020), (Teguh Prasetyo & Rizqi, 2019) yang menyatakan semakin rendah maka perusahaan kurangnya modal dalam membayar kewajiban, sedangkan semakin besar *current ratio* belum tentu perusahaan dalam kondisi yang baik bisa saja kas didalam perusahaan tidak digunakan secara efektif (Nazir & Budiharjo, 2019). Oleh karna itu, hipotesis yang diambil adalah.

H<sub>3</sub>: Likuiditas berpengaruh positif terhadap pertumbuhan penjualan.

### **Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh rasio aktivitas terhadap pertumbuhan penjualan**

Total asset dapat digunakan untuk mengukur efisien aset dalam perusahaan sebagaimana perusahaan tersebut memanfaatkan untuk memperoleh penghasilan. Ukuran perusahaan adalah suatu skala klasifikasi besar atau kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari berbagai cara dengan nilai pasar, total aset dan penjualan aset. Jika terdapat peningkatan penjualan, maka total aset yang ada di perusahaan akan terjadi peningkatan. Hal ini dikarenakan total asset turn over yang tinggi menunjukkan perusahaan dapat memanfaatkan aktiva yang dimiliki untuk kegiatan produksi sehingga meningkatkan penjualan, didukung lagi dengan ukuran perusahaan yang besar maka pangsa pasarnya juga luas, sehingga penjualan yang dilakukan suatu perusahaan itu akan semakin tinggi yang akan meningkatkan laba perusahaan (Safitri, 2020). Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Irfan, 2016) dan (Safitri, 2020) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan antara rasio *total asset turn over* terhadap perubahan laba.

H<sub>4</sub>: Ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan antara aktivitas dengan pertumbuhan penjualan.

**Ukuran Perusahaan mampu memodeasi pengaruh rasio profitabilitas terhadap pertumbuhan penjualan**

Profitabilitas ialah kegiatan perusahaan dalam operasional untuk memperoleh laba. Ukuran perusahaan adalah total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan, penjualan aset, nilai pasar saham dan lain-lain yang berkorelasi tinggi. Jika pendapatan dari pertumbuhan penjualan dalam periode maka aset akan meningkat dan dengan laba yang dihasilkan oleh perusahaan juga akan meningkat. Hal ini dapat disimpulkan apabila pendapatan perusahaan tinggi maka aktiva yang dihasilkan perusahaan juga tinggi. Sehingga hipotesis ukuran perusahaan dapat memoderasi net profit margin terhadap perubahan laba.

H<sub>5</sub>: Ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan antara profitabilitas dengan pertumbuhan penjualan

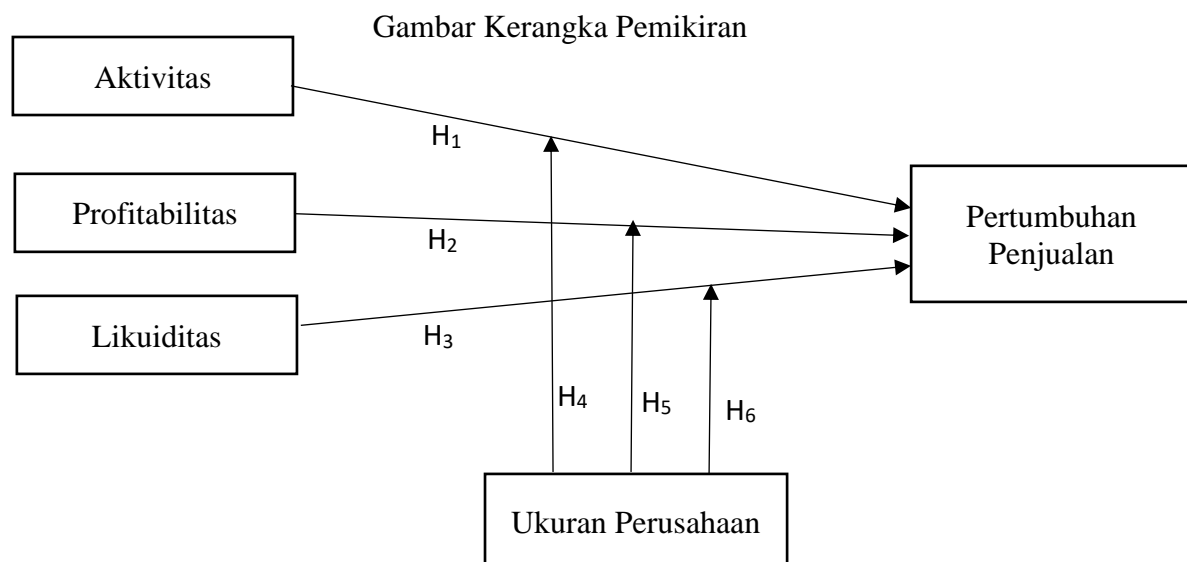
**Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh rasio likuiditas terhadap pertumbuhan penjualan**

*Current Ratio* digunakan untuk mengukur bagaimana aktiva lancar dapat digunakan untuk memenuhi kewajiban lancar dari suatu perusahaan. Hal ini dapat mempengaruhi pertimbangan calon kreditur yang akan memberikan kredit jangka pendek kepada perusahaan. Kredit yang diberikan oleh para kreditur akan mempermudah aktivitas suatu perusahaan sehingga perusahaan dapat lebih mudah dalam mendapatkan laba.

Perusahaan dapat menentukan berapa tingkat kemudahan untuk memperoleh dana dari para kreditur dan menentukan kekuatan tawar menawar dalam kontrak keuangan. Semakin besar ukuran perusahaan maka kreditur besar kemungkinan memberikan keparcayaan untuk meminjamkan modal kepada perusahaan sehingga dapat mempengaruhi kelancaran aktivitas perusahaan dalam menghasilkan laba.

H<sub>6</sub>: Ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan antara likuiditas dengan perubahan laba.

**Kerangka Pemikiran**



## METODE PENELITIAN

### Variabel dan pengukuran

#### Variabel Independen

##### Aktivitas

Variabel aktivitas menggunakan pengukuran *Total Assets Turn Over* menunjukkan efektivitas perusahaan dalam menggunakan asetnya untuk menciptakan pendapatan. Menurut Werner (2013:60) ktivitas dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{TATO} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aset}}$$

##### Profitabilitas

Variabel profitabilitas menggunakan pengukuran *Net profit margin (NPM)*. *NPM* adalah rasio yang digunakan dalam mengukur keuntungan perusahaan dengan perhitungan keuntungan perusahaan dibagi oleh penjualan. Menurut Kasmir (2018:2000) rumus yang dapat digunakan adalah:

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba setelah Pajak}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

##### Likuiditas

Menurut Hantono, (2018:10) *current ratio* menunjukkan jumlah kewajiban lancar yang dijamin pembayarannya oleh aktiva lancar. Semakin tinggi hasil perbandingan aktiva lancar dengan kewajiban lancar semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk menutupi kewajiban jangka pendeknya dengan rumus yang digunakan Hantono (2018:10) adalah:

$$\text{CR} = \frac{\text{Aset lancar}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

#### Variabel Dependen

##### Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan merupakan perubahan penjualan pada laporan keuangan pertahun. Silviana (2016) menyatakan pertumbuhan penjualan dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{NPM} = \frac{\text{Sales}_t - \text{Sales}_{-t}}{\text{Sales}_{-t}} \times 100$$

## Variabel Moderasi

### Ukuran Perusahaan

Variabel moderating dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan. Menurut Kurniasih (2012:148) ukuran perusahaan yang diukur dengan skala rasio dengan menggunakan *Natural Logarithm* dari nilai buku total aktiva perusahaan, sehingga dapat diformulasikan sebagai berikut:

Ukuran Perusahaan = Ln (Total Aset)

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sub sektor otomotif dan komponen yang terdapat di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2016 sampai dengan 2020. Populasi sebanyak 12 sampel Perusahaan otomotif dalam penelitian ini.

Metode penelitian pengambilan sampel yang digunakan dengan cara metode *purposive sampling* dengan cara pertimbangan peneliti. Dimana populasi yang akan dijadikan sampel penelitian harus berdasarkan kriteria-kriteria tertentu.

### Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Dokumentasi Yaitu pengumpulan data dengan cara melihat, mencatat, mempelajari data-data sekunder yang diperoleh dari *Indonesia stock exchange* (IDX) yaitu laporan keuangan yang terpilih sebagai sampel penelitian yang terdaftar di BEI.

### Jenis Data

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian dengan metode analisa deskriptif. Analisa data deskriptif merupakan analisa yang digunakan untuk membahas data kuantitatif. Menurut Sujarweni (2015:39) penelitian kuantitatif merupakan sebuah penelitian yang dapat menghasilkan suatu penemuan-penemuan yang akan dicapai ataupun diperoleh dari berbagai prosedur-prosedur statistik ataupun dengan cara seperti yang lain dari kuantifikasi (pengukuran).

### Sumber data

Data Sekunder adalah data yang diambil dari catatan atau sumber lain yang telah ada sebelumnya. Data sekunder yang digunakan merupakan data laporan tahunan perusahaan sektor otomotif tahun 2016-2020. Data yang diperoleh dari annual report yang didapat dari Bursa Efek Indonesia dan website perusahaan.

### Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini metode analisa data yaitu dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dengan data yang sudah lolos dalam uji asumsi klasik dan melakukan perhitungan dengan menggunakan program bantuan software SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 25. Data dalam penelitian ini yaitu data



sekunder dari laporan keuangan perusahaan di sub sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016 sampai 2020. Sumber data ini didapat dari annual report www.idx.co.id dan situs web perusahaan sub sektor otomotif. Model analisis data yang digunakan dengan regresi linear berganda. Analisis data yang digunakan dalam metode ini adalah dengan MRA (*Moderated Regression Analysis*), uji regresi linear berganda, uji asumsi klasik, Koefisien determinasi hipotesis ( $r^2$ ), uji F, dan Uji t.

Menurut Ghozali (2019:93) untuk uji F dan uji t pengukuran signifikansinya adalah sebagai berikut:

- a.  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau probabilitas  $<$  tingkat signifikansi ( $sig < 0,05$ )
- b.  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau probabilitas  $>$  tingkat signifikansi ( $sig < 0,05$ ).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Analisa Regresi MRA

Penelitian ini di lengkapi variabel moderasi sehingga menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan hasil olah *software* SPSS memperoleh tabel t sebagai berikut:

**Tabel Uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-15,592	10,361		-1,505	,153
	Total Asset Turn Over	-491,886	228,140	-10,307	-2,156	,048
	Net Profit Margin	9,696	6,843	5,499	1,417	,177
	Current Ratio	2,110	1,108	27,433	1,905	,076
	TATO*FZ	17,464	8,049	10,370	2,170	,046
	NPM*FZ	-,295	,232	-4,933	-1,267	,224
	CR*FZ	-,074	,039	-27,459	-1,922	,074

a. Dependent Variable: Pertumbuhan Penjualan

Dari tabel diatas dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = -15,592 - 491,886 + 9,696 + 2,110 + 17,464 - 0,295 - 0,74 + e$$

### Pembahasan

#### Pengaruh Rasio Aktivitas Berpengaruh Terhadap Pertumbuhan Penjualan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas berpengaruh negatif signifikan terhadap pertumbuhan penjualan dengan demikian, dari data penelitian dapat dilihat bahwa aktivitas perusahaan otomotif mengalami kenaikan akan tetapi diiringi dengan penurunan pada pertumbuhan penjualan. Meningkatnya pertumbuhan penjualan otomotif kendaraan roda empat khususnya dapat meanaikan laba tetapi belum berarti, karena perusahaan harus membayar beban-beban yang dipakai selama kegiatan produksi berlangsung yang akan menurunkan laba bersih perusahaan terutama periode tahun 2019

dan 2020 yang kian memburuk pertumbuhan penjualannya hingga persentasenya negatif akibat lesunya kegiatan ekonomi dengan pembatasan kegiatan sosial termasuk bisnis otomotif.

### **Pengaruh Rasio Profitabilitas terhadap pertumbuhan penjualan Terhadap Pertumbuhan Penjualan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif tidak signifikan. Pada tahun 2016-2018 perusahaan mampu mengelola biaya operasionalnya secara efisien serta perusahaan mampu menghasilkan dengan optimal dalam mengembangkan penjualan produk otomotifnya kepada masyarakat sehingga meningkatkan penjualannya yang berpengaruh dalam pendapatan yang diterima oleh perusahaan-perusahaan sektor otomotif mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Tetapi pada tahun 2019 mengalami penurunan persentase penjualan dan terus menurun pada tahun 2020 sampai persentase pertumbuhan penjualan negatif yang lebih besar dari positif puncaknya pada tahun 2018 sehingga hasil penelitian pada variabel profitabilitas selama periode penelitian pengaruhnya tidak signifikan walaupun positif.

### **Pengaruh Rasio Likuiditas Terhadap Pertumbuhan Penjualan**

Dari hasil uji t pada rasio likuiditas perusahaan otomotif menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif tidak signifikan. Pada tahun 2016 hingga 2018 menunjukkan likuiditas yang tinggi diharapkan perusahaan dapat melunasi hutang jangka pendeknya sehingga perusahaan dapat menjalankan aktivitas penjualan yang terpelihara dan dapat meningkatkan kepercayaan para kreditor. Dan bagi kreditor bermanfaat untuk tingkat pengamanan dalam pengembalian dana. Hal ini dapat mempengaruhi calon kreditor yang akan memberikan kredit jangka pendeknya kepada perusahaan dan untuk mempermudah perusahaan mendapatkan kreditor baru. Kredit yang diberikan kreditor akan mempermudah aktivitas suatu perusahaan sehingga perusahaan dapat lebih mudah mendapatkan pinjaman untuk meningkatkan produksi dalam meningkatkan penjualan dan laba. Akan tetapi pada periode 2019 mengalami penurunan penjualan dan terus menurun tahun 2020 diakibatkan lesunya kegiatan transaksi bisnis otomotif sehingga pertumbuhan penjualannya menurun likuiditas perusahaan menurun pula maka likuiditas berpengaruh tidak signifikan terhadap pertumbuhan penjualan.

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan Memoderasi Rasio Aktivitas Terhadap Pertumbuhan Penjualan**

Ukuran perusahaan dapat memperkuat pengaruh aktivitas pertumbuhan penjualan positif signifikan. Hal ini membuktikan bahwa aktivitas perusahaan menjelaskan seberapa efisien aset yang dimiliki suatu perusahaan apakah telah dimanfaatkan dengan maksimal untuk meningkatkan penjualan dan memperoleh penghasilan yang berguna untuk meningkatkan laba. Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana klasifikasi besar atau kecilnya perusahaan dapat dilihat dari berbagai cara, yaitu total aset yang dimiliki perusahaan, penjualan aset, nilai pasar saham dan lain-lain yang berkorelasi tinggi.

Ukuran perusahaan yang besar akan menjadi lebih stabil, dan lebih mudah dalam mendapatkan sumber pendanaan perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan yang besar mampu memperoleh laba yang besar dari aset yang dimiliki. Ukuran perusahaan yang besar maka total aset yang dimiliki perusahaan cenderung besar diikuti dengan *total asset turn over* yang tinggi yang memungkinkan perusahaan meningkatkan produksi dalam meningkatkan penjualan dan akan berdampak pada meningkatnya laba yang dihasilkan. Kesimpulan dalam penelitian ini bahwa ukuran perusahaan memperkuat hubungan aktivitas terhadap pertumbuhan penjualan.

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan Memoderasi Rasio Profitabilitas Terhadap Pertumbuhan Penjualan**

Profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pertumbuhan penjualan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Berdasarkan hasil penelitian pada tahun 2016-2018 profitabilitas perusahaan meningkat akan tetapi pada tahun 2019-2020 pada masa pandemi profit perusahaan menurun sehingga disimpulkan hasil analisis adalah profitabilitas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pertumbuhan penjualan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Net profit margin adalah untuk mengetahui laba bersih dari penjualan setelah dikurangi pajak. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini menggunakan total aset. Bila total aset tidak efektif/tidak memanfaatkan aset perusahaan dalam meningkatkan penjualan. Dan beban yang dikeluarkan perusahaan besar yang tidak seimbang dengan penjualan dalam perusahaan. Maka akan membuat perusahaan tidak mencapai target yang diinginkan atau bisa mengalami kerugian. Kesimpulan dalam penelitian ini bahwa ukuran perusahaan memperlemah hubungan profitabilitas terhadap pertumbuhan penjualan.

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan Memoderasi Rasio Likuiditas Terhadap Pertumbuhan Penjualan**

Likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap pertumbuhan penjualan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Ukuran perusahaan yang besar akan memberikan kepercayaan kepada kreditur untuk meminjamkan modal kepada perusahaan. Total aset yang besar tidak selamanya dapat memperoleh laba yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki total aset yang rendah. Karena pertumbuhan penjualan otomotif khususnya kendaraan roda empat tidak hanya mencerminkan bagaimana perusahaan menghasilkan keuntungan, tetapi lebih mengarah kepada kemampuan manager dalam mengelola keuangan. Bila total aset perusahaan tidak efektif dalam menjalankan aktivitas perusahaan untuk menghasilkan penjualan maka perusahaan akan mengalami kerugian dan akan menurunkan laba yang dihasilkan. Hal ini juga dapat mempengaruhi calon kreditur dalam menanamkan modalnya ke perusahaan. Sehingga ukuran perusahaan memperlemah hubungan likuiditas terhadap pertumbuhan penjualan otomotif menjadi negatif tidak signifikan.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh pada bab sebelumnya, simpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Rasio Aktivitas penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas berpengaruh negatif signifikan terhadap pertumbuhan penjualan dengan demikian, dari data penelitian dapat dilihat bahwa aktivitas perusahaan otomotif mengalami kenaikan akan tetapi diiringi dengan penurunan pada pertumbuhan penjualan.
2. Rasio profitabilitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pertumbuhan penjualan pada masa pandemi. Hal ini menunjukkan seberapa besar profitabilitas perusahaan otomotif tidak ada pengaruhnya terhadap pertumbuhan penjualan perusahaan.
3. Rasio likuiditas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pertumbuhan penjualan pada masa pandemi. Hal ini menunjukkan bahwa likuiditas semakin besar maka pertumbuhan penjualan belum tentu semakin besar. Perusahaan telah memanfaatkan kredit yang diberikan kreditur untuk meningkatkan aktivitas perusahaan dalam menghasilkan penjualan tetapi belum cukup mendongkrak penjualan sesuai target market apalagi timbulnya masalah badai pandemi covid-19.
4. Ukuran perusahaan dapat memperkuat hubungan antara rasio aktivitas terhadap pertumbuhan penjualan pada masa pandemi. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang memiliki total aset besar akan membuat perputaran aset semakin tinggi yang memungkinkan perusahaan meningkatkan produksi dalam meningkatkan pertumbuhan penjualan.
5. Ukuran perusahaan memperlemah hubungan rasio profitabilitas terhadap pertumbuhan penjualan pada masa pandemi. Perusahaan tidak dapat mengelola total aset dengan efektif dan adanya covid-19 membuat pertumbuhan penjualan tidak maksimal.
6. Ukuran perusahaan memperkuat negatif hubungan antara rasio likuiditas terhadap pertumbuhan penjualan pada masa pandemi. Hal ini disebabkan oleh ukuran perusahaan tidak mampu menarik calon kreditur untuk meminjamkan modal ke perusahaan otomotif ditambah dengan adanya pandemic covid-19.

### **Saran**

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian ini, maka disimpulkan beberapa saran sebagai berikut:

1. Melakukan efektifitas kegiatan aktivitas bisnis terutama dalam menyesuaikan dengan masa pandemi sebab sebelum masa pandemi saja persentase pertumbuhan penjualan bidang otomotif menurun.
2. Agar pertumbuhan penjualan meningkat, perusahaan harus meningkatkan kemampuan dalam menggunakan aset secara produktif dalam kegiatan operasional perusahaan. Sehingga aset yang produktif dalam kegiatan operasional perusahaan

dapat menghasilkan laba bagi perusahaan dan mencari terobosan agar tetap rofit di masa pandemi.

3. Agar pertumbuhan penjualan meningkat perusahaan harus memperkecil penggunaan hutang dalam kegiatan aktifitas perusahaan. Bila hutang perusahaan semakin kecil dana yang disediakan untuk membayar hutang relatif kecil agar tidak mengurangi laba bersih perusahaan. Bila hutang perusahaan terlanjur besar maka perusahaan harus memaksimalkan/ meningkatkan perputaran total aktiva untuk meningkatkan penjualan.
4. Ukuran perusahaan dapat memoderasi kedepan agar dimaksimalkan terus untuk mendongkrak pertumbuhan penjualan dari segi efisiensi aktivitas.
5. Ukuran perusahaan tidak bisa dijadikan cara untuk memoderasi hubungan antara profitabilitas terhadap pertumbuhan penjualan hingga perlu dicari alternatif variabel lain yang cocok.
6. Ukuran perusahaan tidak dapat dijadikan cara untuk memoderasi hubungan antara likuiditas terhadap pertumbuhan penjualan hingga perlu dicari alternatif variabel lain yang cocok.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aldila Septiana M, P. (2019). Analisis Laporan Keuangan (R. Hermawan (Ed.); 1st Ed.). Duta Media Publishing
- Basu Swastha, Hani Handoko. (2011). Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen. Yogyakarta: BPFE
- Darmawan.(2020). Dasar-dasar memahami rasio laporan keuangan. Yogyakarta: UNY Press
- Darnawati, F., & Siagian, Y. A. (2020). Pengaruh Likuiditas , Profitabilitas , dan Leverage Terhadap Perubahan Laba Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2017. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 2(1), 139– 144. <https://doi.org/Vol 2, No 1>
- Dewi, S., Kistiani, A., & Niqrisah, Y. (2020). Pengaruh net profit margin, return on asset dan return on equity terhadap perubahan laba perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013 – 2018). *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 8(1), 1–6. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v8i1.246>
- Ghozali, Imam. (2019). Aplikasi Analisis Multivariate. Semarang: Universitas Diponegoro
- Hantono, S.E., S.Pd., M.Si., (2018). Konsep Analisa Laporan KEuangan dengan Pendekatan Rasio Dan SPSS, Yogyakarta
- Irfan, m. (2016). Pengaruh current ratio, dent to equity ratio, dan total assets turn over terhadap perubahan laba dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. 1–20.
- Juwita, R. W., & Malau, Y. N. (2020). Pengaruh Current Ratio, Total Asset Turnover, Net Profit Margin Terhadap Perubahan Laba Pada Perusahaan Perdagangan Jasa dan Investasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2017. *JIMEK:*

- Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 3(1), 12.  
<https://doi.org/10.30737/jimek.v3i1.761>
- Kasmir. (2012). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Kasmir. (2018). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Annisa, N. A., dan L. Kurniasih. (2012). Pengaruh Corporate Governance Terhadap *Tax Avoidance*. *Jurnal Akuntansi & Auditing*, Volume 8, No. 2, 95-189.
- Muhammad, A., & Yusuf, F. (2019). *Pengaruh Current Ratio, Total Asset Turnover, Dan Gross Profit Margin Terhadap Perubahan Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2015 – 2017*. 5(003), 108–122. [https://doi.org/Vol 5, No. 003 \(2019\)](https://doi.org/Vol5, No. 003 (2019))
- Mulyani, I. D., Ningsih, D., & Indriyani, A. (2020). *Pengaruh Current Ratio, Quick Ratio, Total Asset Turnover Dan Inventory Turnover Terhadap Perubahan Laba Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. 1(1), 78–85. <https://doi.org/Volume 1, No.>
- Nazir, W. R., & Budiharjo, R. (2019). Pengaruh Cr, Der, Dan Npm Terhadap Perubahan Laba Pada Perusahaan Jasa Perhotelan. *Jurnal Wahana Akuntansi*, 14(1), 15–32. <https://doi.org/10.21009/wahana.14.012>
- Nisbat Ali., Muhammad Zia-ur-Rehman., (2014), “Impact of Job Design on Employee Performance, Mediating Role of Job Satisfaction: A Study of FMCG’s Sector in Pakistan”, *International Journal of Business and Management*, Vol. 9, No. 2
- Riyanto Bambang. (2011). Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan. Yogyakarta: BPFPE.
- Safitri, A. W. (2020). Pengaruh Debt to Asset Ratio Dan Total Asset Turn Over terhadap Perubahan Laba dengan Pemoderasi pada Sektor Industri Barang Konsumsi Tahun 2018.
- Silviana, R., & Asyik, N. F. (2016). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Perubahan Laba. *Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Perubahan Laba*, 5, 1–21.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Susanto, A., Yusrizal, & Desmawati. 2020. Pengaruh Current Ratio, Debt to Equity Ratio, dan Return on Assets Terhadap Perubahan Laba Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 5(1), 112–123. <https://doi.org/Vol. 5 No. 1>
- Samryn. (2016). Pengantar Akuntansi Metode Akuntansi Untuk Elemen Laporan Keuangan Diperkaya Dengan Perspektif Irfis & Perbankan. Jakarta: Rajawali Pers.(diperoleh: 15 Desember 2018).
- Sumiyati, (2019). Manajemen Keuangan Perusahaan. Malang: UB Press
- Suriani, D. N. (2020). Pengaruh rasio keuangan terhadap perubahan laba pada cv sentral era sukses. *Yayasan akrab pekanbaru*, 5(3), 47–59. <https://doi.org/Volume 5 Nomor 3>
- Teguh Prasetyo, E., & Rizqi, E. (2019). Analisis Pengaruh Current Ratio (CR) dan Net Profit Margin (NPM) Terhadap Perubahan Laba Pada PT. Global Mediacom, Tbk. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen (JIAM)*, 15(1), 6–14. <https://doi.org/Vol.15, No.1>
- Werner R. Murhadi (2013). Analisis Laporan Keuangan Proyeksi dan Valuasi Saham. Jakarta: Salemba Empat.

- Widati, S., & Yuliandri, R. P. (2020). Pengaruh rasio keuangan terhadap perubahan laba. *Jurnal akuntansi bisnis pelita bangsa*, 5(1), 63–72. <https://doi.org/Vol 5 No 1>
- Yuigananda, A., Dwi, R., & Masitoh, E. (2019). Pengaruh likuiditas, solvabilitas dan profitabilitas terhadap perubahan laba pada perusahaan food and beverage yang terdaftar di bej tahun 2013 – 2017. *Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi*, 15(4), 621–630. <https://doi.org/Vol. 15 No. 4>  
[www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).