

# Pengaruh Net Profit Margin, Debt to Equity Ratio, Sales Growth, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pertumbuhan Laba Perusahaan Manufaktur SubSektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Periode 2020-2024

Aprilia Listiyani<sup>1)\*</sup>

Universitas Buddhi Dharma  
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

<sup>1)</sup>prillstyn29@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima Maret 2026;  
Perbaikan Maret 2026;  
Diterima Maret 2026;  
Tersedia online April 2026;

Kata kunci: {gunakan 4-6 kata kunci}

Net Profit Margin  
Debt to Equity Ratio  
Sales Growth  
Ukuran Perusahaan  
Pertumbuhan Laba

## Abstrak

Kajian ini difokuskan pada penelaahan empiris mengenai pengaruh *Net Profit Margin (NPM)*, *Debt to Equity Ratio (DER)*, *Sales Growth (SG)*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pertumbuhan Laba. Latar belakang penelitian ini didasari oleh pentingnya pertumbuhan laba sebagai indikator efisiensi operasional dan prospek masa depan bagi investor serta manajemen, khususnya pada subsektor makanan dan minuman di tengah fluktuasi ekonomi periode 2020–2024. Penelitian ini menerapkan rancangan kuantitatif dengan pendekatan kausalitas. Populasi penelitian terdiri atas seluruh entitas manufaktur pada bidang usaha makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (*BEI*) selama periode 2020–2024. Penentuan sampel dilakukan melalui metode *purposive sampling* hingga diperoleh 18 perusahaan sebagai objek pengamatan. Data dalam penelitian ini diolah menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak *SPSS*. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa pada pengujian individual, *Net Profit Margin (NPM)* memiliki hubungan positif dan signifikan dengan Pertumbuhan Laba, sebagaimana ditunjukkan oleh tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Kondisi serupa juga terlihat pada *Sales Growth (SG)* yang terbukti memberikan kontribusi positif dan signifikan bagi Pertumbuhan Laba, dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sementara itu, *Debt to Equity Ratio (DER)* tidak memberikan kontribusi yang bermakna bagi Pertumbuhan Laba karena memperoleh tingkat signifikansi  $0,544 > 0,05$ . Firm Size juga tidak memperlihatkan kontribusi yang signifikan, sebagaimana tercermin dari tingkat signifikansi  $0,517 > 0,05$ . Dengan demikian, efektivitas perusahaan dalam memperoleh laba bersih melalui aktivitas penjualan serta peningkatan volume penjualan menjadi faktor dominan yang mendukung Pertumbuhan Laba pada sektor ini.

## I. PENDAHULUAN

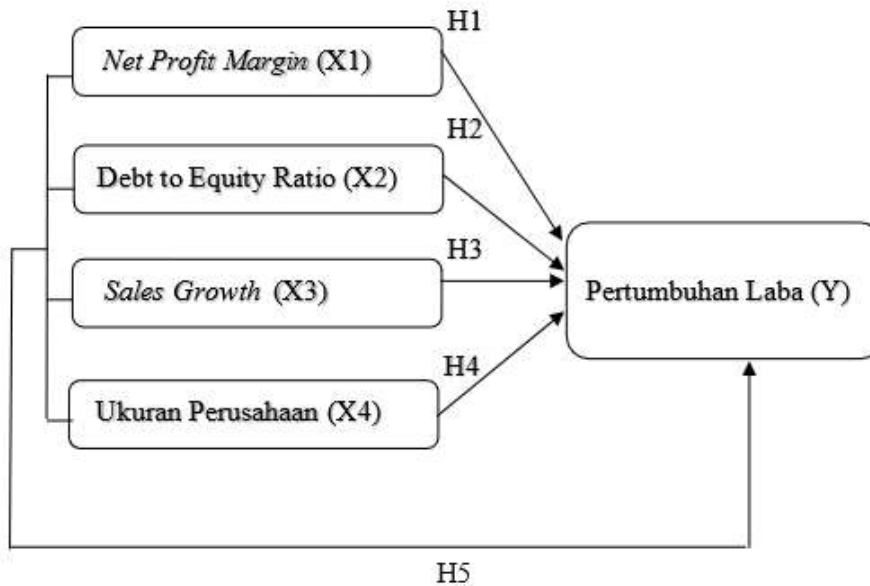
Sektor ekonomi di Indonesia secara signifikan ditopang oleh aktivitas konsumsi rumah tangga, sementara industri makanan dan minuman menempati posisi strategis dalam struktur perekonomian karena menunjukkan perkembangan yang dinamis. Profitabilitas menjadi ukuran penting untuk menilai keberhasilan manajemen dalam mengoptimalkan sumber daya perusahaan serta menjadi pertimbangan utama bagi investor dalam mengambil keputusan investasi. Studi ini menjadi krusial karena dilakukan pada rentang waktu yang mencakup masa pandemi dan pascapandemi COVID-19, di mana sektor makanan dan minuman dituntut tetap stabil di tengah fluktuasi ekonomi. Selain itu, perbedaan temuan dalam kajian sebelumnya terkait determinan Pertumbuhan Laba mendorong perlunya pengujian kembali pada periode terbaru.

Pertumbuhan laba di Indonesia tidak selalu seragam. Konsumsi rumah tangga adalah salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi & laba perusahaan. Namun bila daya beli menurun (karena inflasi, suku bunga tinggi, pengangguran, fluktuasi rupiah), maka laba perusahaan bisa tertekan dan menurun. Kenaikan harga bahan baku

(baik impor maupun lokal), biaya logistik & distribusi, dan biaya tenaga kerja, turut menjadi beban. Perusahaan yang tidak dapat meneruskan kenaikan biaya ini ke harga jual sering mengalami margin yang menurun. (Contohnya di sektor makanan & minuman). Untuk menjaga atau meningkatkan pertumbuhan laba, perusahaan perlu strategi seperti efisiensi biaya, diversifikasi pasar, kontrol biaya bahan baku, dan mitigasi risiko seperti hedging valuta jika tergantung impor.

Pertumbuhan Laba dapat digunakan sebagai tolok ukur untuk membaca perkembangan kinerja perusahaan dari waktu ke waktu. Ukuran ini tidak hanya berfokus pada nominal laba dalam satu periode, tetapi juga menunjukkan perubahan laba dibandingkan periode sebelumnya (Ariyati, 2025). Dalam upaya mengukur sejauh mana perusahaan mampu bertahan di tengah tekanan ekonomi tersebut, rasio keuangan menjadi instrumen evaluasi yang fundamental. *Net Profit Margin (NPM)* digunakan untuk menilai efektivitas perusahaan dalam memperoleh laba bersih melalui aktivitas penjualan pada periode tertentu (Kasmir, 2022). Struktur modal yang diprosikan melalui *Debt to Equity Ratio (DER)* merupakan rasio solvabilitas yang merefleksikan proporsi pendanaan perusahaan yang berasal dari utang dibandingkan dengan ekuitas (Sipahufar, 2023).

Selain faktor efisiensi dan modal, aspek pertumbuhan pasar yang diukur melalui *Sales Growth* memberikan gambaran nyata mengenai permintaan konsumen terhadap produk perusahaan. Pertumbuhan penjualan menjadi indikator penting lainnya dikarenakan peningkatan pendapatan dapat berpotensi mendorong laba. Menurut (Ridwan & Fajar, 2020) Di lain sisi, Ukuran Perusahaan juga diduga memberikan pengaruh terhadap kapasitas pertumbuhan laba. ukuran perusahaan (*Firm Size*) sering kali diasosiasikan dengan stabilitas dan kemampuan dalam mengelola sumber daya secara efisien. (Razullah & Sumarni, 2024) Entitas dengan skala usaha yang lebih besar pada umumnya mempunyai jangkauan sumber daya yang lebih beragam serta peluang efisiensi melalui *economies of scale* yang lebih optimal daripada entitas berskala kecil, sehingga relatif lebih mampu menghadapi tekanan biaya bahan baku maupun logistik.



Keterangan :

- X1 = *Net Profit Margin*
- X2 = *Debt to Equity Ratio*
- X3 = *Sales Growth*
- X4 = Ukuran Perusahaan

Y = Pertumbuhan Laba

Hipotesis dapat dipahami sebagai pernyataan awal yang dirumuskan untuk menjelaskan dugaan atas masalah penelitian, dengan landasan dari kajian terdahulu maupun kerangka teori yang relevan. Dalam pengertian sederhana, hipotesis merupakan proposisi ilmiah yang kebenarannya masih perlu diverifikasi melalui pengolahan data dan analisis yang sesuai.

#### 1. Pengaruh Net Profit Margin terhadap Pertumbuhan Laba.

Net Profit Margin (NPM) merupakan rasio profitabilitas yang menunjukkan proporsi laba bersih yang diperoleh perusahaan dari aktivitas penjualan setelah seluruh beban diperhitungkan. Melalui rasio ini, efektivitas perusahaan dalam mengelola pendapatan dan biaya dapat terlihat, karena NPM menggambarkan seberapa besar bagian penjualan yang akhirnya menjadi laba bersih. Peningkatan NPM dapat terjadi apabila perusahaan mampu memperbesar pendapatan penjualan sekaligus menjaga efisiensi beban dari satu periode akuntansi ke periode berikutnya. Nilai Margin Laba Bersih yang tinggi umumnya dipandang positif oleh investor karena mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengendalikan pengeluaran untuk menghasilkan laba bersih. Sebaliknya, NPM yang rendah dapat menimbulkan keraguan bagi investor, sebab kondisi tersebut mengindikasikan bahwa perusahaan belum optimal dalam mengelola biaya dan merealisasikan laba dari penjualannya. (Prasetyaningrum et al., 2024)

H1 : NPM berpengaruh positif terhadap pertumbuhan laba.

#### 2. Pengaruh Debt to Equity Ratio terhadap Pertumbuhan Laba.

Dalam memenuhi kebutuhan pendanaan, perusahaan dapat memilih berbagai alternatif pembiayaan dengan mempertimbangkan kemudahan memperoleh dana, besarnya kebutuhan modal, jangka waktu pelunasan, kapasitas membayar beban pinjaman, konsekuensi pajak, serta dampaknya terhadap laba per saham. Debt to Equity Ratio (DER) digunakan untuk menilai komposisi pendanaan perusahaan melalui perbandingan antara utang dan ekuitas. Ketika perusahaan terus menambah pinjaman untuk memperkuat modal, beban kewajiban dan bunga juga berpotensi meningkat. Kondisi tersebut dapat menekan laba karena sebagian keuntungan harus dialokasikan untuk memenuhi biaya utang. (Putu et al., 2024)

H2 : DER berpengaruh negatif terhadap pertumbuhan laba.

#### 3. Pengaruh Sales Growth terhadap Pertumbuhan Laba.

Sales Growth atau Pertumbuhan Penjualan merupakan rasio yang menunjukkan perubahan tingkat penjualan perusahaan dari satu periode ke periode berikutnya. Rasio ini dapat digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menjaga perkembangan usahanya di tengah dinamika ekonomi dan persaingan sektor industri. Pertumbuhan Penjualan juga mencerminkan hasil dari aktivitas operasional serta investasi pada periode sebelumnya, sehingga dapat dijadikan dasar dalam memperkirakan peluang pertumbuhan pada masa mendatang. Pertumbuhan Penjualan termasuk salah satu indikator yang dapat memengaruhi Pertumbuhan Laba, karena peningkatan pendapatan menunjukkan adanya peluang bagi perusahaan untuk memperoleh laba yang lebih besar. Semakin tinggi Pertumbuhan Penjualan, semakin kuat pula indikasi bahwa pendapatan perusahaan mengalami peningkatan, sehingga kondisi tersebut dapat mendukung kenaikan Pertumbuhan Laba dan memberikan sinyal positif bagi investor. (Jessi Charina Sembiring et al., 2023)

H3 : Sales Growth berpengaruh positif terhadap pertumbuhan laba.

#### 4. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pertumbuhan Laba.

Ukuran Perusahaan merupakan ukuran yang menunjukkan besar atau kecilnya suatu entitas, yang dalam penelitian ini dilihat melalui total aset. Semakin tinggi total aset yang dimiliki, semakin besar pula skala perusahaan tersebut. Ukuran Perusahaan (Firm Size) yang lebih besar dapat meningkatkan minat investor untuk menanamkan modal, karena perusahaan dengan skala besar umumnya dipandang memiliki prospek usaha dan kapasitas operasional yang lebih kuat. (Putu et al., 2024)

H4 : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan Laba.

## 5. Pengaruh Net Profit Margin, Debt to Equity Ratio, Sales Growth, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pertumbuhan Laba.

Semakin efisien perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari penjualan (NPM), semakin besar pula peluang peningkatan Pertumbuhan Laba. Namun, beban utang yang terlalu tinggi dapat menekan laba karena perusahaan harus menanggung biaya bunga yang besar. Sementara itu, Pertumbuhan Penjualan menjadi indikator penting karena kenaikan pendapatan berpotensi langsung mendorong peningkatan laba. Pada industri makanan dan minuman, volume penjualan berperan sebagai penggerak utama. Ketika produk mampu terjual dalam jumlah besar, peluang perusahaan untuk menutup biaya tetap dan memperoleh laba akan lebih tinggi dibandingkan faktor lainnya. Selain itu, peningkatan Ukuran Perusahaan dapat memperkuat peluang perusahaan dalam memperoleh pendanaan, baik melalui sumber internal maupun pihak eksternal, sehingga dana tersebut dapat dimanfaatkan untuk membiayai proyek yang berorientasi pada laba.

H5 : NPM, Sales Growth dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan laba. Sedangkan DER berpengaruh negatif terhadap pertumbuhan laba.

## II. METODE

### Sampel

Sampel merujuk pada sejumlah unit penelitian yang dipilih dari keseluruhan populasi untuk dijadikan sumber data. Pemilihan sampel perlu dilakukan secara tepat agar karakteristik utama populasi tetap tercermin dalam data yang dianalisis. Berdasarkan data periode 2020–2024, diperoleh 110 entitas yang sesuai dengan kriteria populasi dalam studi ini.

### Pengumpulan Data

Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, yaitu pemilihan unit sampel berdasarkan kriteria tertentu yang telah dirumuskan peneliti agar sesuai dengan tujuan penelitian.

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)	110
2	Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan tidak lengkap selama periode 2020-2024.	(49)
3	Perusahaan yang laporan keuangannya disajikan dengan menggunakan mata uang asing.	(5)
4	Perusahaan yang mengalami kerugian pada periode 2020-2024.	(35)
Perusahaan yang terpilih menjadi sampel		21
Jumlah sampel penelitian pada tahun 2020-2024		105

### Teknik Analisis Data

Pengolahan data pada penelitian ini menerapkan metode statistik berbasis kuantitatif dengan dukungan perangkat lunak *IBM SPSS* Versi 25. Tahap analisis dimulai dari statistik deskriptif guna menyajikan karakteristik awal data penelitian. Setelah itu, dilakukan pengujian asumsi klasik, yang terdiri atas uji normalitas untuk menilai pola sebaran data, uji multikolinearitas untuk melihat hubungan antarvariabel independen, serta uji heteroskedastisitas untuk mendeteksi ada atau tidaknya perbedaan varians residual. Tahap berikutnya menggunakan regresi linear berganda guna mengetahui keterkaitan antara variabel independen dan variabel dependen. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t atau parsial dan uji F atau simultan untuk menilai signifikansi pengaruh *Net Profit Margin*, *Debt to Equity Ratio*, *Sales Growth*, dan Ukuran Perusahaan pada Pertumbuhan Laba.

### Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasionalisasi Variabel	Indikator	Skala
1.	X1 = <i>Net Profit Margin</i>	NPM	$\text{NPM} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}}$	Rasio
2.	X2 = Debt to Equity Ratio	DER	$\text{DER} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Ekuitas}}$	Rasio
3.	X3 = Sales Growth	SG	$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan } t - \text{Penjualan } t-1}{\text{Penjualan } t-1} \times 100\%$	Rasio
4.	X4 = Ukuran Perusahaan	SIZE	$\text{Size} = \text{Ln} (\text{Total Asset})$	Rasio
5.	X5 = Pertumbuhan Laba	PL	$\text{PL} = \frac{\text{LB Tahun Ini} - \text{LB Tahun Lalu}}{\text{Laba Bersih Tahun Lalu}}$	Rasio

### III. HASIL

#### Uji Statistik Deskriptif

##### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
NET PROFIT MARGIN (X1)	105	.0169	.3375	.110974	.0795727
DEBT TO EQUITY RASIO (X2)	105	.1000	2.4650	.706142	.5549189
SALES GROWTH (X3)	105	-.4652	.5383	.099043	.1529819
FIRM SIZE (X4)	105	27.2377	32.9379	29.474421	1.5502716
PERTUMBUHAN LABA (Y)	105	-.7632	2.3960	.188877	.4828479
Valid N ( <u>listwise</u> )	105				

Sumber : Hasil olah data SPSS 25

Berdasarkan nilai standar deviasi, variabel Pertumbuhan Laba (Y) memiliki standar deviasi (0,4828479) yang jauh lebih besar daripada nilai rata-ratanya (0,188877), yang mengindikasikan bahwa fluktuasi laba antar perusahaan dalam sampel sangat tinggi dan penyebaran datanya tidak merata. Sebaliknya, Ukuran Perusahaan (X4) menunjukkan data yang paling stabil karena standar deviasinya (1,5502716) jauh lebih kecil dibandingkan nilai rata-ratanya (29,474421).

### Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.30734971
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.091
	Negative	-.057
Test Statistic		.091
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Hasil olah data SPSS 25

Nilai signifikansi sebesar  $0,200 > 0,05$  menunjukkan bahwa 21 sampel dalam kajian ini memiliki pola sebaran data yang normal. Dengan demikian, ketentuan normalitas sebagai salah satu syarat dalam penggunaan model regresi telah terpenuhi.

### Uji Multikolonieritas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	NET PROFIT MARGIN_(X1)	.940	1.064
	DEBT TO EQUITY RASIO_(X2)	.753	1.329
	SALES GROWTH_(X3)	.904	1.106
	FIRM SIZE_(X4)	.721	1.388

a. Dependent Variable: PERTUMBUHAN LABA\_(Y)

Sumber : Hasil olah data SPSS 25

Hasil uji multikolonieritas menunjukkan bahwa variabel *NPM*, *DER*, *Sales Growth*, dan Ukuran Perusahaan memperoleh nilai *Tolerance*  $> 0,10$  serta nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*  $< 10$ . Berdasarkan temuan tersebut,

antarvariabel independen dalam model regresi tidak menunjukkan hubungan linear yang kuat, sehingga model dapat dinyatakan terbebas dari gejala multikolinearitas.

### Heteroskedastisitas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	.996	1.027		.970	.336
	NET PROFIT MARGIN_(X1)	-.374	.205	-.232	-1.821	.074
	DEBT TO EQUITY RASIO_(X2)	.090	.080	.159	1.116	.269
	SALES GROWTH_(X3)	.011	.144	.010	.079	.937
	FIRM SIZE_(X4)	-.130	.190	-.100	-.684	.496

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Sumber : Hasil olah data SPSS 25

- *Net Profit Margin (X1)*: Variabel ini menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,074. Karena angka tersebut berada di atas ambang batas 0,05 ( $0,074 > 0,05$ ), maka variabel X1 dinyatakan bebas dari gangguan heteroskedastisitas.
- *Debt to Equity Ratio (X2)*: Hasil uji menunjukkan tingkat signifikansi 0,269. Karena angka tersebut berada di atas batas 0,05, residual pada variabel rasio utang dinilai memiliki varians yang tetap atau homoskedastis.
- *Sales Growth (X3)*: Pertumbuhan penjualan mencatatkan nilai signifikansi yang sangat tinggi, yakni 0,937. Hal ini memberikan indikasi kuat bahwa variabel tersebut tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.
- *Ukuran Perusahaan (X4)*: Ukuran perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,496. Sesuai dengan kriteria pengujian ( $0,496 > 0,05$ ), maka variabel X4 memenuhi syarat asumsi klasik homoskedastisitas.

### Uji Autokorelasi

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.469 <sup>a</sup>	.220	.183	36.72445	2.223

a. Predictors: (Constant), Firm Size (X4), Sales Growth (X3), Net Profit Margin (X1), Debt to Equity Ratio (X2)

b. Dependent Variable: Pertumbuhan laba (Y)

Sumber : Hasil olah data SPSS 25

Berdasarkan hasil uji Durbin-Watson, diperoleh nilai *DL* sebesar 1,5656, nilai *DU* sebesar 1,7508, dan batas  $4 - DU$  sebesar 2,2492. Nilai *DW* sebesar 2,223 berada dalam rentang  $1,7508 < 2,223 < 2,2492$  atau memenuhi kriteria

$DU < DW < 4 - DU$ . Dengan demikian, model regresi dinilai terbebas dari gejala autokorelasi karena nilai *Durbin-Watson* terletak di antara batas  $DU$  dan  $4 - DU$ .

### Uji Koefisien Determinasi

#### Model Summary<sup>a</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.748 <sup>a</sup>	.559	.541	.18331

a. Predictors: (Constant), FIRM SIZE\_(X4), SALES GROWTH\_(X3), NET PROFIT MARGIN\_(X1), DEBT TO EQUITY RASIO\_(X2)

b. Dependent Variable: PERTUMBUHAN LABA\_(Y)

Sumber : Hasil olah data SPSS 25

Berdasarkan keluaran *SPSS*, diperoleh *Adjusted R Square* atau Koefisien Determinasi senilai 0,541. Angka tersebut menunjukkan bahwa model regresi mampu menerangkan variasi Pertumbuhan Laba sebesar 54,1%. Adapun sisanya, yaitu 45,9% atau  $100\% - 54,1\%$ , dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian Selanjutnya, nilai  $R$  0,748 memperlihatkan hubungan yang kuat antara variabel-variabel dalam model. Nilai *Std. Error of the Estimate* sebesar 0,18331 juga menunjukkan bahwa tingkat penyimpangan prediksi relatif rendah, sehingga model regresi dapat digunakan untuk interpretasi statistik lanjutan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa model memiliki kemampuan prediksi yang cukup baik.

### Uji Regresi Linear Berganda

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	-.296	.379		-.781	.437
	NET PROFIT MARGIN_(X1)	.913	.235	.268	3.889	.000
	DEBT TO EQUITY RASIO_(X2)	.022	.036	.045	.609	.544
	SALES GROWTH_(X3)	1.208	.118	.683	10.240	.000
	FIRM SIZE_(X4)	.008	.013	.048	.650	.517

a. Dependent Variable: PERTUMBUHAN LABA\_(Y)

Sumber : Hasil olah data SPSS 25

$$Y = -0,296 + 0,913X_1 + 0,022X_2 + 1,208X_3 + 0,008X_4$$

Nilai konstanta dalam model regresi tercatat sebesar -0,296. Angka tersebut mengindikasikan bahwa ketika seluruh variabel independen, yaitu *Net Profit Margin*, *Debt to Equity Ratio*, *Sales Growth*, dan Ukuran Perusahaan berada pada kondisi 0 atau konstan, maka Pertumbuhan Laba sebagai variabel dependen diprediksi sebesar -0,296.

- Variabel *Net Profit Margin (X1)* memperoleh koefisien regresi sebesar 0,913. Angka tersebut mengindikasikan bahwa ketika variabel independen lain berada dalam kondisi konstan, setiap peningkatan *Net Profit Margin* sebesar 1 satuan akan diikuti oleh kenaikan Pertumbuhan Laba sebesar 0,913. Hubungan positif ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi efisiensi laba bersih, maka pertumbuhan laba perusahaan juga akan meningkat.
- *Debt to Equity Ratio (X2)* memperoleh koefisien regresi senilai 0,022. Angka tersebut menunjukkan bahwa ketika variabel independen lain berada dalam kondisi konstan, setiap peningkatan *Debt to Equity Ratio* sebesar 1 satuan akan diikuti kenaikan Pertumbuhan Laba senilai 0,022. Meskipun arah

koefisiennya positif, kontribusi *Debt to Equity Ratio* terhadap perubahan Pertumbuhan Laba tergolong sangat rendah.

- *Sales Growth (X3)* memperoleh koefisien regresi senilai 1,208. Angka tersebut menunjukkan bahwa ketika variabel independen lain berada pada kondisi konstan, setiap peningkatan *Sales Growth* sebesar 1 satuan akan mendorong kenaikan Pertumbuhan Laba senilai 1,208. Temuan ini memperlihatkan bahwa Pertumbuhan Penjualan menjadi salah satu faktor utama yang berperan dalam memperkuat laba perusahaan.
- Ukuran Perusahaan (*X4*) memperoleh koefisien regresi senilai 0,008. Angka tersebut menunjukkan bahwa ketika variabel independen lain berada pada kondisi konstan, setiap peningkatan *Firm Size* sebesar 1 satuan diperkirakan akan diikuti oleh kenaikan Pertumbuhan Laba senilai 0,008. Meskipun arahnya positif, kontribusi Ukuran Perusahaan terhadap Pertumbuhan Laba dalam model ini tergolong sangat kecil.

### Uji T

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	-.296	.379		-.781	.437
	NET PROFIT MARGIN_(X1)	.913	.235	.268	3.889	.000
	DEBT TO EQUITY RASIO_(X2)	.022	.036	.045	.609	.544
	SALES GROWTH_(X3)	1.208	.118	.683	10.240	.000
	FIRM SIZE_(X4)	.008	.013	.048	.650	.517

a. Dependent Variable: PERTUMBUHAN LABA\_(Y)

Sumber : Hasil olah data SPSS 25

- Variabel *X1* menunjukkan koefisien regresi bernilai positif senilai 0,913. Arah koefisien tersebut memperlihatkan bahwa setiap peningkatan *Net Profit Margin* sebesar 1 satuan diperkirakan diikuti oleh kenaikan Pertumbuhan Laba sebesar 0,913. Karena nilai *Sig.* berada di bawah 0,05, yaitu  $0,000 < 0,05$ , maka *Net Profit Margin (X1)* terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan pada Pertumbuhan Laba (*Y*) dalam pengujian parsial.
- Variabel *X2* memperoleh koefisien regresi senilai 0,022. Secara matematis, angka tersebut memperlihatkan arah hubungan yang sejalan, tetapi dengan besaran pengaruh yang sangat rendah. Nilai *Sig.* berada di atas 0,05, yaitu  $0,544 > 0,05$ , sehingga *Debt to Equity Ratio (X2)* tidak terbukti memberikan pengaruh signifikan pada Pertumbuhan Laba (*Y*) dalam pengujian parsial.
- Variabel *X3* memperoleh koefisien regresi positif dengan nilai dominan, yaitu 1,208. Angka tersebut memperlihatkan bahwa Pertumbuhan Penjualan memberikan kontribusi linear yang kuat dalam mendorong kenaikan laba. Nilai *Sig.* berada di bawah batas 0,05, yakni  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian, *Sales Growth (X3)* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial pada Pertumbuhan Laba (*Y*).
- Variabel *X4* memperoleh koefisien regresi senilai 0,008. Angka tersebut menggambarkan arah hubungan positif, tetapi kontribusinya masih sangat kecil. Nilai *Sig.* berada di atas batas 0,05, yaitu  $0,517 > 0,05$ . Dengan demikian, Ukuran Perusahaan (*X4*) tidak terbukti memberikan pengaruh signifikan pada Pertumbuhan Laba (*Y*) dalam pengujian parsial. Temuan ini menunjukkan bahwa besarnya aset perusahaan belum tentu mampu mendorong kenaikan Pertumbuhan Laba pada sampel yang dianalisis.

### Uji F

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.258	4	1.065	31.681	.000 <sup>b</sup>
	Residual	3.360	100	.034		
	Total	7.618	104			

a. Dependent Variable: PERTUMBUHAN LABA\_(Y)

b. Predictors: (Constant), FIRM SIZE\_(X4), SALES GROWTH\_(X3), NET PROFIT MARGIN\_(X1), DEBT TO EQUITY RASIO\_(X2)

Sumber : Hasil olah data SPSS 25

Mengacu pada output ANOVA, nilai F hitung tercatat sebesar 31,681 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai tersebut berada di bawah batas 0,05, sehingga model regresi menunjukkan hasil yang signifikan secara bersama-sama. Dengan demikian, *Net Profit Margin*, *Debt to Equity Ratio*, *Sales Growth*, dan *Firm Size* secara kolektif terbukti memberikan pengaruh bermakna pada Pertumbuhan Laba. Temuan ini memperlihatkan bahwa model regresi yang digunakan layak untuk menjelaskan hubungan antarvariabel dan memiliki kemampuan prediktif yang kuat.

#### Pembahasan

Industri makanan dan minuman tergolong sektor defensif karena produknya berkaitan langsung dengan kebutuhan pokok masyarakat, sehingga permintaannya relatif tetap meskipun kondisi ekonomi berfluktuasi. Model penelitian ini mampu merepresentasikan karakteristik tersebut, karena Pertumbuhan Laba dalam sektor ini banyak ditentukan oleh serapan pasar melalui penjualan serta efisiensi margin. Meskipun 45,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model, seperti inflasi, harga bahan baku global, atau kebijakan perpajakan, model ini tetap memberikan gambaran fundamental yang cukup kuat bagi pengambil kebijakan perusahaan.

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan rangkaian analisis data, pengujian statistik, serta pembahasan yang telah dilakukan, bagian ini menyajikan simpulan mengenai keterkaitan *Net Profit Margin*, *Debt to Equity Ratio*, *Sales Growth*, dan Ukuran Perusahaan dengan Pertumbuhan Laba pada perusahaan manufaktur bidang makanan dan minuman.

Pengujian hipotesis pertama (*H1*) diarahkan untuk menilai apakah *Net Profit Margin* (*NPM*) memberikan pengaruh positif pada Pertumbuhan Laba. Hasil uji t menunjukkan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , disertai koefisien regresi bernilai positif senilai 0,913. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa *NPM* terbukti memberikan kontribusi positif dan signifikan bagi Pertumbuhan Laba. Oleh karena itu, hipotesis pertama (*H1*) pada studi ini dinyatakan diterima.

Pengujian hipotesis kedua (*H2*) diarahkan untuk menilai apakah *Debt to Equity Ratio* (*DER*) memberikan pengaruh pada Pertumbuhan Laba. Dari hasil uji t, diperoleh tingkat signifikansi  $0,544 > 0,05$ . Temuan tersebut menunjukkan bahwa *DER* tidak terbukti memberikan pengaruh signifikan pada Pertumbuhan Laba. Oleh sebab itu, hipotesis kedua (*H2*) pada studi ini dinyatakan ditolak.

Pengujian hipotesis ketiga (*H3*) bertujuan menilai peran *Sales Growth* (*SG*) dalam mendorong Pertumbuhan Laba. Berdasarkan hasil analisis, tingkat signifikansi tercatat  $0,000 < 0,05$ , sedangkan koefisien regresinya bernilai 1,208. Temuan tersebut menunjukkan bahwa *SG* memberikan kontribusi positif dan signifikan bagi Pertumbuhan Laba. Oleh karena itu, hipotesis ketiga (*H3*) pada studi ini dinyatakan dapat diterima.

Pengujian hipotesis keempat (*H4*) diarahkan untuk menilai apakah Ukuran Perusahaan (*Firm Size*) memberikan pengaruh pada Pertumbuhan Laba. Hasil uji t memperlihatkan tingkat signifikansi  $0,517 > 0,05$ . Berdasarkan temuan tersebut, *Firm Size* tidak terbukti memberikan kontribusi signifikan bagi Pertumbuhan Laba. Oleh sebab itu, hipotesis keempat (*H4*) pada studi ini dinyatakan ditolak.

Pengujian hipotesis kelima (*H5*) diarahkan untuk menilai pengaruh kolektif *NPM*, *DER*, *SG*, dan *Firm Size* pada Pertumbuhan Laba. Mengacu pada uji F dalam output ANOVA, tingkat signifikansi tercatat  $0,000 < 0,05$ . Hasil

tersebut memperlihatkan bahwa keempat variabel independen secara kolektif memberikan kontribusi signifikan bagi Pertumbuhan Laba. Oleh karena itu, hipotesis kelima (*H5*) pada studi ini dinyatakan diterima.

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan cakupan sampel dengan memperpanjang periode observasi atau memasukkan objek dari subsektor manufaktur lain di luar makanan dan minuman. Penggunaan jumlah sampel yang lebih luas berpotensi meningkatkan keterwakilan data, sehingga hasil pengujian statistik, termasuk uji normalitas, dapat diperoleh secara lebih memadai. Selain itu, pengembangan desain penelitian juga dapat dilakukan melalui pendekatan kualitatif atau *mixed methods* agar analisis yang dihasilkan tidak hanya bersifat numerik, tetapi juga mampu menangkap konteks yang lebih mendalam. Wawancara atau observasi dapat membantu menjelaskan mengapa beberapa variabel tidak berpengaruh signifikan. Secara keseluruhan, kesimpulan penelitian ini mengarahkan manajemen untuk lebih fokus pada peningkatan efisiensi proses produksi dan perluasan pasar. Manajemen tidak perlu terlalu khawatir terhadap rasio utang selama utang tersebut digunakan untuk membiayai aktivitas yang mendukung penjualan, karena model membuktikan bahwa pertumbuhan laba tetap bisa dicapai tanpa terhambat secara signifikan oleh struktur modal yang ada.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ariyati, T. (2025). Determinan Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Pertambangan Batu Bara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2023 (TYAS ARIYATI (ed.); 2025th ed.).
- Jessi Charina Sembiring, Wilsa Road Betterman Sitepu, N. K., Sipahutar, T. T. U., & Asmara, L. (2023). Pengaruh Gross Profit Margin, Net Profit Margin Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2019-2023. *Jessi*, 2, 124–141.
- Prasetyaningrum, Safitri, D., Melisa, I., Halawa, N., & Victorius. (2024). Pengaruh Net Profit Margin dan Debt To Equity Ratio Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Pada Periode 2019-2022. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(10), 114–124.
- Putu, N., Ayu, T., & Aprilyanti, R. (2024). *Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pertumbuhan Laba (Studi Empiris Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022)*. 1.
- Razullah, M., & Sumarni, I. (2024). Pengaruh Gross Profit Margin (Gpm) Dan Net Profit Margin (Npm) Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Sektor Bahan Baku Yang Terdaftar Pada Bei Periode 2021-2022. *Japb*, 7(2), 1347–1361. <https://doi.org/10.35722/japb.v7i2.1083>.
- Ridwan, M., & Fajar, C. M. (2020). Analisis Pertumbuhan Penjualan, Gross Profit Margin, dan Shrinkage Terhadap Pertumbuhan Laba. *Jurnal Sain Manajemen*, 2(2), 20. <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>.
- Sipahufar, C. R. H. (2023). Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Sub Sektro Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Medan*, 2504, 1–42.