

Analisis Dampak Pertumbuhan Penjualan dan Kebijakan Pembagian Dividen terhadap Kinerja Profitabilitas PT. Batara Mandiri Perkasa Periode 2020–2024

Emmiyanti¹, Muh.Rum², Andi Arwinda Wildam³,

Manajemen, Keuangan, STIMI YAPMI , Makassar, Indonesia^{1,3},

Manajemen, Universitas Muhammadiyah Makassar, Makassar, Indonesia²

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan dan kebijakan dividen terhadap profitabilitas PT. Batara Mandiri Perkasa, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda. Data penelitian merupakan data sekunder berupa laporan keuangan bulanan perusahaan selama 36 bulan (2020–2024). Hasil uji t menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas ($p = 0,870$), sedangkan kebijakan dividen berpengaruh signifikan ($p = 0,000$). Uji F mengungkapkan bahwa secara simultan kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas ($F_{hitung} = 1.535.832,737 > F_{tabel} = 3,28$). Temuan ini menunjukkan bahwa kebijakan dividen merupakan faktor strategis dalam mendukung kinerja laba perusahaan.

Kata Kunci: *Kinerja Keuangan, Pertumbuhan Penjualan , Kebijakan Dividen*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan industri properti di Indonesia dalam dua dekade terakhir menunjukkan dinamika yang kompleks. Di satu sisi, permintaan hunian dan properti komersial terus meningkat seiring pertumbuhan penduduk, urbanisasi, dan perkembangan infrastruktur. Di sisi lain, persaingan yang semakin ketat, perubahan kebijakan pemerintah, fluktuasi harga bahan baku, serta ketidakpastian kondisi ekonomi menjadi tantangan serius bagi pelaku industri.

PT. Batara Mandiri Perkasa merupakan salah satu pengembang properti yang beroperasi di Kota Makassar sejak 2007. Perusahaan ini telah membangun enam kawasan perumahan dengan total lebih dari 700 unit yang tersebar di berbagai lokasi. Model bisnis perusahaan mengandalkan penjualan unit rumah sebagai sumber utama pendapatan, sementara pembagian dividen menjadi salah satu instrumen strategis untuk menjaga kepercayaan investor.

Namun, laporan keuangan perusahaan menunjukkan adanya fluktuasi pada tingkat penjualan, kebijakan dividen, dan profitabilitas selama periode 2020–2024. Sebagai contoh, meskipun tahun 2023 mencatatkan profitabilitas tertinggi sebesar 64,49%, tahun 2021 justru mengalami penurunan signifikan akibat dampak pandemi COVID-19. Fluktuasi ini menimbulkan pertanyaan mendasar: apakah pertumbuhan penjualan benar-benar menjadi penentu profitabilitas, ataukah kebijakan dividen memiliki peran yang lebih signifikan?

Dari perspektif manajemen keuangan, kedua variabel ini saling terkait. Pertumbuhan penjualan dapat meningkatkan pendapatan dan potensi laba, sedangkan kebijakan dividen dapat memengaruhi persepsi investor serta ketersediaan dana untuk ekspansi. Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam: beberapa menemukan pengaruh signifikan, sementara yang lain melaporkan pengaruh yang lemah

RUMUSAN MASALAH

1. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas?
2. Apakah kebijakan dividen berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas?
3. Apakah keduanya secara simultan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas?

TINJAUAN TEORI

Pertumbuhan penjualan didefinisikan sebagai tingkat perubahan penjualan dari periode sebelumnya ke periode berjalan (Hery, 2021). Indikator ini mencerminkan keberhasilan strategi pemasaran, penetrasi pasar, dan penerimaan produk oleh konsumen. Penjualan yang meningkat secara konsisten tidak hanya memperkuat arus kas, tetapi juga memberikan sinyal positif bagi investor dan kreditur (Syakila, 2023).

Kebijakan Dividen

Kebijakan dividen merupakan keputusan strategis perusahaan terkait pembagian laba bersih kepada pemegang saham versus penahanan laba untuk reinvestasi (Brigham & Houston, 2019). Dua ukuran yang umum digunakan adalah Dividend Payout Ratio (DPR) dan Dividend per Share (DPS). Kebijakan dividen seringkali menjadi sinyal pasar mengenai prospek keuangan perusahaan di masa depan (Lyandra, 2021).

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari sumber daya yang dimiliki. Return on Equity (ROE) merupakan salah satu indikator utama,

mengukur tingkat pengembalian atas modal yang diinvestasikan oleh pemegang saham (Gitman, 2009). Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan efisiensi penggunaan modal dan strategi operasional yang efektif.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linear berganda. Populasi mencakup laporan keuangan bulanan PT. Batara Mandiri Perkasa selama 2020–2024. Data dikumpulkan melalui dokumentasi laporan keuangan perusahaan. Analisis data meliputi statistik deskriptif, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, autokorelasi), uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

a. Uji Multikolinieritas

Tabel 4.3.
Uji Multikolinieritas

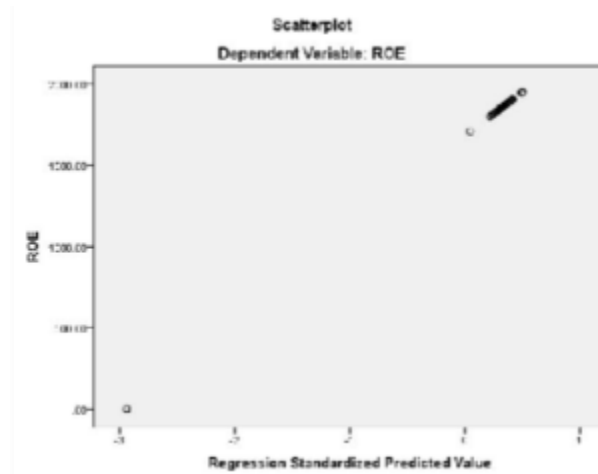
	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
Pertumbuhan penjualan	.120	.022	.000	.986	1.015
Dividen	1.000	1.000	.993	.986	1.015

Sumber Data : SPSS 24

Uji asumsi klasik Multikolinieritas ini digunakan untuk mengukur tingkat asosiasi (keeratan) hubungan / pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi (r). Multikolinieritas terjadi jika koefisien korelasi antar variabel bebas lebih besar dari 0,60 (pendapat lain: 0,50 dan 0,90). Dikatakan tidak terjadi multikolinieritas jika koefisien korelasi antar variabel bebas lebih kecil atau sama dengan 0,60 ($r < 0,60$). Dengan cara lain untuk menentukan multikolinieritas, yaitu dengan nilai tolerance adalah besarnya tingkat kesalahan yang dibenarkan secara statistik dan Nilai variance inflation factor (VIF) adalah faktor inflasi penyimpangan baku kuadrat. Multikolinieritas adalah korelasi linier yang diantara variabel independen, multikolinieritas dapat diukur dengan melihat perhitungan VIF dan tolerance. Jika nilai $VIF \leq 10$ dan $tolerance \geq 0,10$, maka variabel tersebut

bebas dari multikolinieritas. Berdasarkan Tab 1.6 hasil uji multikolinieritas antar variabel independen dengan menggunakan tolerance dan Varians Inflating Factors (VIF), dengan demikian hasil pengolahan data regresi linier berganda tidak terjadi multikolinier. Melihat besaran koefisien korelasi antar variabel bebas, terlihat koefisien korelasi antar variabel bebas sebesar 0,120 jauh di bawah 0,60. Disimpulkan bahwa antara variabel bebas tidak terjadi multikolinieritas. Menggunakan besaran tolerance (a) dan variance inflation factor (VIF) jika menggunakan $\alpha/\text{tolerance} = 10\%$ atau 0,10 maka $VIF=10$. Dari hasil output VIF hitung dari kedua variable yaitu pertumbuhan penjualan dengan nilai variance inflation factor 0,986, dan dividen dengan nilai variance inflation factor 1.015 dapat disimpulkan bahwa antara variabel bebas tidak terjadi multikolinieritas.

a. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4.2

Uji Heteroskedasi

Untuk menguji heteroskedastisitas dilakukan dengan persamaan regresi berganda perlu diuji mengenai sama atau tidak varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi lainnya. Jika residual mempunyai varians yang sama, disebut homoskedastisitas. dan jika variansnya tidak sama disebut terjadi heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas. Dari hasil output gambar scatterplot pada gambar 1.3, didapat titik menyebar di bawah serta di atas sumbu Y, dan tidak mempunyai pola yang teratur. Maka dapat disimpulkan variabel bebas di atas tidak terjadi heteroskedastisitas atau bersifat homoskedastisitas.

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah keadaan dimana terdapat trend di dalam variabel yang

diteliti, sehingga akibatnya Variabel pengganggu (e) juga mengandung trend. Autokorelasi terjadi jika antara e_t dan e_{t-1} terdapat korelasi yang tinggi, jika terdapat autokorelasi, maka parameter b yang diperoleh tetap linier dan tidak bias, tetapi S_b bias akibatnya uji signifikansi variabel yang dilakukan dengan uji-t tidak bisa dilakukan. Persamaan regresi yang baik adalah tidak memiliki masalah autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji Durbin-Watson (DW), dengan ketentuan bahwa terjadi autokorelasi positif jika DW di bawah -2 ($DW < -2$), dan tidak terjadi autokorelasi jika DW berada di antara -2 dan +2 atau $-2 < DW < +2$. Berdasarkan hasil pengujian data dalam regresi linier berganda menunjukkan nilai Durbin Watson (DW) sebesar Durbin Watson dengan demikian maka tidak terjadi autokorelasi. Berdasarkan table 6 menunjukkan nilai $DW=1.506$ atau terletak antara $-2 < DW < +2$, berarti tidak terjadi autikorelasi.

Hasil uji t menunjukkan:

<i>Model</i>	<i>B</i>	<i>Std. Erro r</i>	<i>Beta</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>	<i>Ket</i>
<i>Constant</i>	.556	1.007		.553	.583	-
<i>Pertumbuhan penjualan</i>	.000	.002	.000	.164	.870	<i>Tidak signifikan</i>
<i>Dividen</i>	1.051	.001	1.000	1.739.893	.000	<i>Signifikan</i>

Pertumbuhan penjualan → profitabilitas: $p = 0,870$ (tidak signifikan).

Kebijakan dividen → profitabilitas: $p = 0,000$ (signifikan).

Hasil uji F menunjukkan

<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>	
1	<i>Regression</i>	18.794.009.499	2	9.397.004.750	1.535.832.737	.000 ^b
	<i>Residual</i>	342.636	56	6.119		

Total	18.794.352.136	58			
-------	----------------	----	--	--	--

Hasil uji F menunjukkan $F_{hitung} = 1.535.832,737 > F_{tabel} = 3,28$, yang berarti secara simultan kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Model regresi yang digunakan bebas dari multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi.

Pertumbuhan penjualan yang fluktuatif tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa kenaikan penjualan tidak otomatis meningkatkan laba karena adanya biaya operasional yang tinggi. Sebaliknya, kebijakan dividen berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, mendukung teori sinyal yang menyatakan bahwa pembagian dividen dapat meningkatkan kepercayaan investor.

KESIMPULAN

Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas PT. Batara Mandiri Perkasa periode 2020–2024. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan volume penjualan belum mampu meningkatkan laba secara proporsional, kemungkinan karena tingginya biaya operasional dan faktor eksternal lainnya.

Kebijakan dividen berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Hasil ini mendukung teori sinyal (signaling theory) yang menyatakan bahwa pembagian dividen menjadi sinyal positif bagi investor mengenai prospek perusahaan.

Secara simultan, pertumbuhan penjualan dan kebijakan dividen berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, yang berarti kombinasi strategi pemasaran dan kebijakan keuangan mampu memengaruhi kinerja laba perusahaan.

TEMUAN

1. Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.
2. Kebijakan dividen memiliki pengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas.
3. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.
4. Dalam konteks industri properti, faktor biaya operasional yang tinggi menjadi kendala utama bagi kontribusi penjualan terhadap laba.

IMPLIKASI

Perusahaan perlu menekan biaya operasional agar peningkatan penjualan dapat lebih berdampak pada profitabilitas, serta mempertahankan kebijakan dividen sebagai strategi untuk meningkatkan kepercayaan investor. Temuan

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan rasa syukur ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada kedua orang tua tercinta atas doa, dukungan, dan motivasi yang tiada henti. Penghargaan yang setinggi-tingginya juga penulis berikan kepada Bapak Muh. Rum dan Ibu Andi Arwinda Wildam selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan selama proses penelitian ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh dosen dan staf Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia (STIMI) YAPMI Makassar atas ilmu dan fasilitas yang diberikan. Ucapan terima kasih disampaikan pula kepada manajemen PT. Batara Mandiri Perkasa yang telah memberikan izin dan bantuan data untuk kelancaran penelitian ini. Tidak lupa, apresiasi diberikan kepada rekan-rekan dan sahabat yang senantiasa memberikan semangat serta motivasi hingga penelitian ini dapat diselesaikan.

Semoga segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah Subhanahu wa Ta'ala.

DAFTAR PUSTAKA

Righam, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Fundamentals of Financial Management* (15th ed.). Cengage Learning.

Gitman, L. J. (2009). *Principles of Managerial Finance* (12th ed.). Pearson Education.

Hery. (2021). *Analisis Laporan Keuangan*. PT Grasindo.

Habibah, S., & Andayani, R. (2023). Pengaruh strategi pemasaran digital terhadap pertumbuhan penjualan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(2), 134–145.

Lyandra, A. M. (2021). Dividend policy as a signal of firm value. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 25(1), 55–66.

Syakila, N. (2023). Hubungan pertumbuhan penjualan dengan profitabilitas pada perusahaan properti. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 28(3), 211–223.