



Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Current Ratio* dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Pertumbuhan Laba pada Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020 – 2023

The Effect of Company Size, Current Ratio, and Sales Growth on Profit Growth in the Food and Beverage Sector Listed on the Indonesia Stock Exchange During the Period 2020–2023

Cut Zahrani¹, Wardiah², Husaini³, Ristati⁴

Universitas Malikussaleh

Email : cutzahrani.210410089@mhs.unimal.ac.id¹, wardiah@unimal.ac.id², husaini@unimal.ac.id³, ristati@unimal.ac.id⁴

Article Info

Article history:

Received : 15-04-2026

Revised : 17-04-2026

Accepted : 19-04-2026

Published : 21-04-2026

Abstract

This study aims to examine the effect of firm size, current ratio (CR), and sales growth on profit growth in food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2020–2023. A quantitative approach was used with panel data regression. The sample consisted of 28 companies selected through purposive sampling, with a total of 112 observations. Analysis was conducted using EViews 12. The results indicate that firm size, current ratio, and sales growth do not have a significant partial effect on profit growth. These findings suggest that profit growth in the food and beverage sector is more influenced by operational efficiency and management strategy than by these three variables. The selected model was the Common Effect Model (CEM).

Keywords: *firm size, current ratio, sales growth*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan, *current ratio* (CR), dan pertumbuhan penjualan terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020–2023. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode regresi data panel. Sampel penelitian terdiri dari 28 perusahaan yang dipilih melalui metode purposive sampling, dengan total 112 data observasi. Analisis dilakukan menggunakan perangkat lunak EViews 12. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, *current ratio*, dan pertumbuhan penjualan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Temuan ini mengindikasikan bahwa pertumbuhan laba pada sektor makanan dan minuman lebih dipengaruhi oleh faktor efisiensi operasional dan strategi manajemen dibandingkan ketiga variabel tersebut. Model yang terpilih dalam penelitian adalah *Common Effect Model* (CEM).

Kata kunci: *ukuran perusahaan, current ratio, pertumbuhan penjualan*

PENDAHULUAN

Sektor makanan dan minuman merupakan salah satu sektor industri yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), sektor ini menyumbang sekitar 6,34% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) pada tahun 2022 (Syilfina & Soufyan, 2022). Pertumbuhan sektor ini didorong oleh meningkatnya konsumsi masyarakat, inovasi produk, perluasan pasar domestik dan ekspor, serta tren konsumsi makanan siap saji. Selain itu, pertumbuhan jumlah penduduk dan urbanisasi turut memperkuat daya saing industri ini (Kurniawan et al., 2024).



Meskipun memiliki potensi besar, industri makanan dan minuman mengalami tekanan serius akibat pandemi COVID-19. Pandemi menimbulkan ketidakpastian ekonomi yang menyebabkan perubahan pola konsumsi, gangguan rantai pasok, serta fluktuasi harga bahan baku (Marita & Ni'am, 2023). Dampak tersebut terlihat dari penurunan laba pada tahun 2020, meskipun mulai pulih secara bertahap pada 2021–2023 (Fianti et al., 2022). Kondisi ini menjadikan analisis faktor-faktor internal yang memengaruhi pertumbuhan laba menjadi sangat relevan.

Pertumbuhan laba merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan laba bersih dibandingkan tahun sebelumnya (Dianitha et al., 2020). Beberapa faktor yang lazim digunakan untuk menganalisis pertumbuhan laba adalah ukuran perusahaan, current ratio (CR), dan pertumbuhan penjualan. Ketiga faktor ini diyakini memiliki peran signifikan dalam mendukung atau menghambat pertumbuhan laba perusahaan.

Ukuran perusahaan yang besar umumnya memberikan akses pendanaan yang lebih mudah dan kepercayaan investor yang lebih tinggi (Sari, 2022). Namun, tidak semua penelitian menunjukkan hubungan positif antara ukuran perusahaan dan pertumbuhan laba. Sari dan Widjaja (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan laba, sementara Rizky dan Gunawan (2019) menemukan sebaliknya—ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba.

Current ratio digunakan untuk menilai kapasitas perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek menggunakan aset lancar yang ada (Desi & Arisudhana, 2020). Dewi dan Saputra (2020) menemukan bahwa current ratio berpengaruh positif terhadap pertumbuhan laba, sementara Andika dan Pratama (2019) berpendapat bahwa aset lancar yang terlalu besar justru menandakan dana menganggur yang kurang produktif, sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba.

Pertumbuhan penjualan mencerminkan meningkatnya permintaan terhadap produk perusahaan dan diharapkan berkontribusi positif terhadap laba (Wulandari & Setiawan, 2021). Namun, Nugroho dan Rahmawati (2019) menemukan bahwa peningkatan penjualan tidak selalu disertai peningkatan laba apabila disertai lonjakan biaya produksi.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, current ratio, dan pertumbuhan penjualan terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2020–2023. Kebaruan penelitian ini terletak pada cakupan periode pandemi COVID-19 dan masa pemulihan ekonomi, serta penggunaan metode regresi data panel dengan 28 perusahaan sampel.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pendekatan kausal-komparatif. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, *Current Ratio*, dan pertumbuhan penjualan terhadap pertumbuhan laba (Sugiyono, 2019). Populasi penelitian terdiri dari 35 perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sampel ditentukan menggunakan purposive sampling berdasarkan kriteria terdaftar di BEI selama periode 2020–2023, dan memiliki laporan keuangan lengkap selama periode penelitian. Sebanyak 7 perusahaan dikeluarkan karena tidak memenuhi kriteria, sehingga diperoleh 28 perusahaan sampel dengan total 112 observasi.



Jenis data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan keuangan tahunan perusahaan yang diakses melalui situs resmi BEI (www.idx.co.id). Variabel yang diteliti meliputi Pertumbuhan laba diukur dengan membandingkan laba bersih tahun berjalan terhadap tahun sebelumnya (Kasmir, 2014), Ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural dari total aset (Widyanti & Yadnya, 2017), Current ratio dihitung dengan membagi aset lancar terhadap kewajiban lancar (Harahap, 2020), dan Pertumbuhan penjualan diukur dengan persentase perubahan penjualan dari periode sebelumnya (Tjiptono, 2019).

Teknik analisis data yang digunakan ialah analisis regresi data panel, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dengan menggunakan alat bantu aplikasi Eviews 12. Pemilihan model terbaik dilakukan melalui Uji Chow, Uji Hausman, dan Uji *Lagrange Multiplier* (LM). Uji asumsi klasik yang diterapkan meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji parsial (uji t) dengan taraf signifikansi 0,05.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat tiga variabel independen yang diuji pengaruhnya terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2023, yaitu ukuran perusahaan, *Current Ratio* dan pertumbuhan penjualan. Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan nilai rata-rata pertumbuhan laba sebesar -3,0166 dengan standar deviasi 23,4059, mengindikasikan variasi data yang tinggi dan adanya fluktuasi laba yang ekstrem. Ukuran perusahaan rata-rata sebesar 28,4193 *current ratio* rata-rata 2,6662 dan pertumbuhan penjualan rata-rata 0,0913.

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan tidak terdapat korelasi tinggi antar variabel independen (nilai korelasi antar variabel $< 0,80$). Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan seluruh variabel memiliki probabilitas $> 0,05$, sehingga tidak terdapat masalah heteroskedastisitas. Nilai *Durbin-Watson* sebesar 2,6702 menunjukkan tidak terdapat autokorelasi. Berdasarkan *Uji Chow* (probabilitas *Chi-square* 0,3026 $> 0,05$) dan *Uji Lagrange Multiplier* (probabilitas *Breusch-Pagan* $> 0,05$), model yang terpilih adalah *Common Effect Model* (CEM).

Ukuran perusahaan memiliki nilai t-hitung sebesar 0,2302 dengan nilai probabilitas 0,8183. Nilai probabilitas tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi 5% sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Meskipun koefisien regresi bernilai positif (0,2999), pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya ukuran perusahaan tidak serta-merta diikuti oleh peningkatan pertumbuhan laba. Perusahaan dengan ukuran besar seringkali menghadapi struktur biaya operasional yang tinggi dan birokrasi yang kompleks, sehingga potensi keuntungan tidak selalu meningkat (Anggraini & Ridwan, 2024). Temuan ini konsisten dengan penelitian Arfandi et al. (2021) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba.

Current Ratio memiliki nilai t-hitung sebesar 0,5543 dengan nilai probabilitas 0,5805. Nilai probabilitas tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa *current ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Artinya, tingkat likuiditas perusahaan yang tinggi tidak selalu mampu mendorong peningkatan pertumbuhan laba. Salah satu penyebabnya adalah kemungkinan adanya dana lancar yang tidak dimanfaatkan secara optimal, seperti tingginya



kas menganggur atau persediaan yang berlebihan, sehingga tidak memberikan kontribusi langsung terhadap peningkatan laba (Anggraini & Ridwan, 2024). Hasil ini sejalan dengan temuan Nindya (2021) serta Lina dan Imelda (2022) yang juga menyatakan bahwa current ratio tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba.

Pertumbuhan penjualan memiliki nilai t-hitung sebesar 0,4954 dengan nilai probabilitas 0,6213. Nilai probabilitas tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Meskipun koefisien regresi bernilai positif (3,5250), pengaruhnya tidak terbukti secara statistik. Hal ini dapat disebabkan oleh meningkatnya biaya operasional yang menyertai kenaikan penjualan, seperti biaya produksi, pemasaran, dan distribusi. Selain itu, perusahaan mungkin menerapkan strategi penjualan dengan margin laba yang rendah untuk mempertahankan pangsa pasar, sehingga peningkatan volume penjualan tidak diikuti oleh peningkatan laba yang signifikan (Martian & Ridwan, 2023). Hasil penelitian ini sejalan dengan Sembiring et al. (2023) serta Vinniesya et al. (2023).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020–2023. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya aset perusahaan belum tentu diikuti oleh peningkatan pertumbuhan laba, karena pertumbuhan laba lebih ditentukan oleh kinerja operasional dan kondisi eksternal. Current ratio (CR) tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Investor cenderung belum mempertimbangkan tingkat likuiditas sebagai faktor utama dalam pengambilan keputusan investasi pada sektor makanan dan minuman. Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Peningkatan penjualan yang tidak disertai efisiensi biaya tidak mampu mendorong pertumbuhan laba secara optimal.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa pertumbuhan laba perusahaan sektor makanan dan minuman lebih banyak dipengaruhi oleh faktor efisiensi operasional dan strategi manajemen dibandingkan ukuran perusahaan, current ratio, maupun pertumbuhan penjualan.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain hanya menggunakan tiga variabel independen, sementara pertumbuhan laba juga dapat dipengaruhi faktor lain seperti profitabilitas, leverage, struktur modal, maupun kondisi makroekonomi. Periode penelitian yang mencakup masa pandemi COVID-19 (2020–2023) turut memengaruhi fluktuasi ekstrem pada data laba perusahaan. Sampel penelitian juga terbatas pada perusahaan sektor makanan dan minuman sehingga hasil tidak dapat digeneralisasikan pada sektor lain. Peneliti selanjutnya disarankan menambah variabel independen seperti profitabilitas dan efisiensi operasional, memperluas sektor penelitian, serta memperpanjang periode penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, P. N., & Ridwan. (2024). *Pengaruh Return On Asset, Debt To Asset Ratio, Dan Total Asset Turnover Terhadap Price To Book Value Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017–2023*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 10(4), 2740–2749. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i4.2899>



- Armeilia, N., Prapanca, D., & Hariasih, M. (2024). Dampak *Return On Assets (ROA)*, *Capital Adequacy Ratio (CAR)* dan *Current Ratio (CR)* Terhadap Pertumbuhan Laba. *Jambura Journal of Educational Management*, 115–132.
- Audrey, C. (2023). *Pengaruh Return On Asset (ROA)*, *Return On Equity (ROE)*, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* terhadap Pertumbuhan Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018–2021). *Global Accounting*, 2(1), 12–24.
- Ayem, & Nurpaji, E. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persistensi Laba Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 3(1), 322. <https://doi.org/10.24912/jpa.v3i1.11577>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, S. S. (2020). *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hery. (2020). *Analisis Kinerja Manajemen*. Jakarta: Grasindo.
- Kasmir. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Khasanah, J. S. N., & Abas, M. (2022). Potensi Financial Distress Sebelum dan Saat Pandemi COVID-19 Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Social Science Research*, 4(4), 2003–2005.
- Kotler, P. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Krisnawati, A., Buniarto, E. A., & Arida, R. W. (2023). Analisis CR, ROA dan DER Terhadap Pertumbuhan Laba Perusahaan Sub Sektor Keramik, Kaca dan Porselen Yang Terdaftar di BEI Periode 2017–2021. *Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 1(4), 126–136.
- Marita, C. E. N., & Ni'am, Z. B. (2023). Pengaruh Current Ratio dan Gross Profit Margin Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Food and Beverage. *Jurnal Fidusia*, 6(1), 1–13.
- Nurjaya, Artiyanty, M., & Alamsyah, F. A. (2023). Current Ratio dan Debt To Equity Ratio terhadap Harga Saham Perusahaan Subsektor Farmasi. *Media Riset Bisnis Ekonomi Sains dan Terapan*, 1(3), 95–104. <https://doi.org/10.47065/jbe.v4i3.4272>
- Nurlaila, E., & Pratiwi, E. N. (2024). Pengaruh Total Assets Turnover (TATO), Debt To Equity Ratio (DER) Dan Current Ratio (CR) Terhadap Pertumbuhan Laba. *Journal Central Publisher*, 2(9), 2512–2523.
- Puspasari. (2017). Pengaruh Current Ratio, Debt To Equity Ratio, Total Asset Turnover, Net Profit Margin, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pertumbuhan Laba. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 11(1), 121–133.
- Setiawan, A. N. V., & Susilowati, I. H. (2024). Pengaruh ROA dan ROE terhadap Pertumbuhan Laba pada Perusahaan Food dan Beverage yang Tercatat pada Bursa Efek Indonesia Periode 2019–2023. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 3(3), 399–417.
- Sembiring, J. C., Sitepu, W. R. B., Katharina, N., 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.
- Siregar, A. F., Azhar, M. K. S., & Arief, M. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Pertumbuhan Laba Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Yang



- Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019–2023. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*, 5(01), 438–452.
- Siregar, Y. B., Fadrul, F., Pujiono, P., & Piliang, A. (2023). Pengaruh Current Ratio, Net Profit Margin, Debt to Equity, Ukuran Perusahaan terhadap Pertumbuhan Laba Perusahaan (Sektor Property dan Real Estate) Tahun 2017–2021. *LUCRUM: Jurnal Bisnis Terapan*, 3(1), 108–119.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syilfina, & Soufyan, A. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas Perusahaan Makanan dan Minuman. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran (2nd ed.)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Vinniesya, V., Goh, T. S., Elidawati, E., & Sagala, E. (2023). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Exchange Rate, Modal Kerja Dan Likuiditas Terhadap Pertumbuhan Laba Pada PT. Super Power Technology. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 462–478.
- Widyanti, N. L. P., & Yadnya, I. P. (2017). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food And Beverage Di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(12), 6383–6409.
- Yantri, R. Y., & Merliana, V. (2024). Pengaruh Net Profit Margin, Current Ratio, Total Asset Turnover dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pertumbuhan Laba. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(4), 2970–2981.
- Yusril, & Sari, V. C. P. (2025). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019–2023. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 7–23.