

**ANALISIS PERBANDINGAN PENJUALAN PADA PT. SIDO MUNCUL, TBK
DENGAN PT. INDOFARMA, TBK****Ira Fauziah¹, Puji Muniarty²**^{1,2} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi BimaEmail: irafauziah36@gmail.com¹, puji.stiebima@gmail.com²**ABSTRACT**

This research aims to analyze and determine whether there is a significant difference in sales between PT Sido Muncul Tbk and PT IndoFarma Tbk. This type of research is a type of comparative research, namely comparing the existence of one or more variables in two different samples, or at different times. The data collection method is through documentation and literature study with samples, namely sales data of PT Sido Muncul Tbk and PT IndoFarma Tbk for 11 years from 2012 to 2022 using purposive sampling with the criteria (1) The available components of the company's financial report data are as needed. researcher (2) The data is up to date. The data analysis technique uses independent sample test analysis, namely to find out whether there are significant differences in the relata between two independent groups whose interval data is based on the ratio. The research results show that the tcount = -0.021 and the table value is 2.306, with a sig of 0.984. This means that the calculated t value is smaller than the t table value and the sig value is greater than alpha so that in this case it reflects that there is no difference and is not significant. Sales of PT Sido Muncul Tbk with PT IndoFarma Tbk.

Keywords: Comparison, Sales.**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui ada tidaknya perbedaan penjualan yang signifikan antara PT Sido Muncul Tbk dengan PT IndoFarma Tbk. Jenis penelitian ini termasuk jenis penelitian komparatif yaitu membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda. Metode pengumpulan data melalui dokumentasi dan studi pustaka dengan sampel yaitu data penjualan PT Sido Muncul Tbk dan PT IndoFarma Tbk selama 11 tahun dari tahun 2012 sampai dengan 2022 dengan menggunakan purposive sampling dengan kriteria (1) Komponen data laporan keuangan perusahaan yang tersedia ada sesuai kebutuhan peneliti (2) Data ter up to date. Teknik analisis data dengan analisis uji Independent sample test yaitu untuk mengetahui adakah perbedaan relata yang bermakna antara dua kelompok bebas yang bersekala data interfal dari rasio. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai thitung = -0.021 dan nilai ttabel sebesar 2.306, dengan sig sebesar 0.984. artinya nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel dan nilai sig lebih besar dari alpa sehingga dalam hal ini mencerminkan tidak ada perbedaan dan tidak signifikan Penjualan PT Sido Muncul Tbk dengan PT IndoFarma Tbk.

Keywords: Perbandingan, Penjualan.

I. PENDAHULUAN

Indonesia mempunyai kekayaan sumber daya alam yang potensial, menjadikan pilar suatu perusahaan dapat melakukan perubahan melalui pemanfaatan sumber daya alam tersebut dengan maksimal. Sama halnya dengan perusahaan manufaktur, perusahaan farmasi bergerak dalam bidang pengolahan bahan mentah menjadi produk jadi yang siap dijual atau dipasarkan. Perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) ini bergerak di berbagai subsektor di seluruh Indonesia, termasuk subsektor farmasi. Tujuan suatu perusahaan adalah memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya untuk menghasilkan keuntungan dari perusahaan yang didirikannya. Perusahaan juga dapat menciptakan perubahan dengan mengembangkan ide-ide untuk mengikuti perkembangan zaman. Oleh karena itu, jika situasi perekonomian negara tidak diimbangi dengan perubahan positif, hal ini akan berdampak signifikan terhadap operasional perekonomian dunia usaha dan masyarakat lokal di Indonesia.

Dunia farmasi di Indonesia memang belum banyak mengalami perubahan, namun sedikit demi sedikit industri farmasi Indonesia mulai membaik. Banyak perusahaan farmasi di Indonesia yang mulai melakukan upaya untuk meningkatkan operasional perusahaannya, salah satunya dengan cara membuat perusahaan mereka menjadi go public atau adanya penawaran umum kepada publik. Hal ini dilakukan demi kesehatan perusahaan dan Indonesia melalui industri farmasi. Kemajuan industri farmasi berpotensi meningkatkan kesehatan Indonesia dan menjadikan Indonesia negara yang lebih maju, baik dari segi kesehatan maupun perekonomian. Perusahaan farmasi di Indonesia memang banyak namun yang terdaftar di BEI atau yang sudah go public baru 11 (sebelas) perusahaan. Dari 11 (sebelas) perusahaan yang tercatat di bursa efek Indonesia, penelitian ini hanya berfokus pada PT. Sido Muncul Tbk (SIDO), dan PT. Indofarma Tbk (INAF).

Menurut Fahmi (2015), Penjualan merupakan penghasilan utama dari perusahaan dagang, perusahaan jasa, atau perusahaan industry berupa hasil penjualan barang atau jasa kepada pembeli, langganan, penyewa, dan pemakai jasa lainnya. Sedangkan menurut Moekijat (2014), Penjualan merupakan suatu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberi petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produksi yang di tawarkan serta mengadakan penawaran mengenai harga demi menguntungkan bagi kedua pihak. Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah penghasilan utama dari perusahaan berupa hasil penjualan barang atau jasa dengan cara menawarkan kepada pembeli sesuai dengan kebutuhan pembeli demi menguntungkan kedua pihak.

PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk adalah perusahaan jamu tradisional dan farmasi yang mulai berdiri pada tahun 1951. Di tengah persaingan sektor Industri jamu yang semakin ketat, Sido Muncul telah berhasil memiliki market share terluas dan reputasi yang baik sebagai industri jamu terbesar di Indonesia. Perusahaan Sido Muncul kini sudah berhasil masuk Bursa Efek Indonesia sejak tanggal 18 Desember 2013.

PT. Indofarma Tbk merupakan perusahaan yang bergerak di bidang farmasi dan alat kesehatan. Perusahaan ini merupakan anak usaha dari PT Bio Farma (Persero). Indofarma bermula dari Pabrik Obat Manggarai yang didirikan pada 1918 dan Perusahaan indofarma Tbk kini sudah masuk di Bursa Efek Indonesia sejak tanggal 17 April 2001.

Tabel 1. Data penjualan PT. SIDO MUNCUL Tbk dan PT INDOFARMA Tbk. (Disajikan Dalam Satuan Jutaan Rupiah, Kecuali Dinyatakan Lain)

TAHUN	PENJUALAN	PENJUALAN
	PT. SIDO MUNCUL TBK (Rp)	PT. INDOFARMA TBK (Rp)
2013	Rp 2.372.364	Rp 1.337.498

2014	Rp 2.197.907	Rp 1.381.436
2015	Rp 2.218.536	Rp 1.621.899
2016	Rp 2.561.806	Rp 1.674.703
2017	Rp 2.573.840	Rp 1.631.317
2018	Rp 2.763.292	Rp 1.592.980
2019	Rp 3.067.434	Rp 1.362.666
2020	Rp 3.335.411	Rp 1.715.587
2021	Rp 4.020.980	Rp 2.901.986
2022	Rp 3.865.523	Rp 1.144.108

Sumber Data: www.idx.com, 2023.

Berdasarkan data Tabel 1 di atas, penjualan PT Sido Muncul Tbk tahun 2013 mencapai 2.372.364 Triliun Rupiah, kemudian pada tahun 2014 mengalami penurunan penjualan yang hanya mencapai 2.197.907 Triliun Rupiah. Kemudian pada tahun 2021 mengalami peningkatan signifikan yang mencapai 4.020.980 Triliun Rupiah, dan mengalami penurunan kembali di tahun 2022 yang hanya mencapai sebesar 3.865.532

Triliun Rupiah.

Penjualan PT. Indofarma Tbk tahun 2015 mencapai 1.621.899 Triliun Rupiah, Kemudian meningkat pada tahun 2016 sebesar 1.674.703 triliun Rupiah, dan mengalami penurunan penjualan sampai dengan pada tahun 2019 yang hanya mencapai 1.363.666 Triliun Rupiah. Kemudian mengalami peningkatan pada tahun 2020 dan 2021 sebesar 1.715.587 Triliun Rupiah dan 2.901.986 Triliun Rupiah, dan mengalami penurunan kembali pada tahun 2022 yang hanya mencapai 1.144.108 Triliun Rupiah.

Berdasarkan fenomena masalah yang ada pada PT. Sido Muncul Tbk dan PT. Indofarma Tbk mendasari peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Perbandingan Penjualan Pada PT. Sido Muncul, Tbk Dengan PT.IndoFarma, Tbk”.

Tinjauan Pustaka

Laporan Keuangan

Laporan keuangan menurut Ningsih (2019) diartikan sebagai catatan atas informasi keuangan suatu perusahaan pada periode tertentu yang berfungsi sebagai penggambaran kinerja usaha perusahaan sehingga nantinya akan menjadi tinjauan bagi pihak terkait yang membutuhkan laporan keuangan. Menurut Hery (2014) laporan keuangan adalah sebuah alat yang mampu mengkomunikasikan sebuah aktivitas atau data terkait dengan keuangan perusahaan yang didapatkan dari suatu proses akuntansi yang ditujukan untuk digunakan kepada pihak yang berkaitan atau yang mempunyai kepentingan. Dalam hal ini, pihak internal seperti karyawan dan manajer perusahaan, untuk pihak eksternal seperti investor, kreditor, dan lain-lain. Laporan keuangan memiliki manfaat bagi sebagian besar pemakai maupun pemangku kebijakan dalam mengambil sebuah keputusan ekonomi.

Menurut Zakaria (2020) laporan keuangan menyajikan beberapa komponen yang berisi informasi mengenai entitas yang meliputi aset, liabilitas, ekuitas, penghasilan dan beban, kontribusi, serta arus kas. Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa laporan keuangan bertujuan untuk menyediakan informasi- informasi yang berhubungan dengan kinerja, posisi keuangan, dan perubahan posisi keuangan perusahaan sehingga memudahkan pengguna laporan keuangan dalam menentukan keputusan ekonomi atas pengelolaan sumber daya entitas tersebut.

Laporan keuangan digunakan untuk menyajikan informasi keuangan secara sistematis dan terstruktur tentang kinerja keuangan. Laporan keuangan memberikan gambaran tentang pendapatan, biaya, aset, kewajiban, ekuitas, serta arus kas yang terjadi selama periode tertentu.

Penjualan

Menurut Abdullah (2018) penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi kegiatan pembelian dan penjualan merupakan satu kesatuan untuk dapat terlaksanakan transfer hak dan transaksi. Menurut Yatimatun (2021) penjualan adalah pembelian suatu barang atau jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya dengan mendapatkan ganti uang dari pihak tersebut. Penjualan merupakan sumber dari pendapatan perusahaan, semakin besar penjualan, semakin besar pula pendapatan yang diterima perusahaan. Sedangkan Menurut Fauziah (2014) Penjualan merupakan kekuatan dinamis dalam perusahaan karena penjualan barang dan jasa yang cukup maka, perusahaan akan berhasil untuk mencapai atau memperoleh laba yang maksimum. Menurut Supramono (2015) mengatakan bahwa Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Penjualan adalah sebuah usaha atau langkah konkret yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk, baik itu berupa barang ataupun jasa, dari produsen kepada konsumen sebagai sasarannya. Tujuan utama penjualan yaitu mendatangkan keuntungan atau laba dari produk ataupun barang yang dihasilkan produsennya dengan pengelolaan yang baik. Dalam pelaksanaannya, penjualan sendiri tak akan dapat dilakukan tanpa adanya pelaku yang bekerja didalamnya seperti agen, pedagang dan tenaga pemasaran.

Penjualan dalam penelitian ini yaitu menggunakan pengukuran pertumbuhan penjualan. Menurut Darmanto (2018) Pertumbuhan penjualan merupakan volume penjualan dari tahun ke tahun yang mengalami peningkatan, baik dalam jumlah unit yang terjual maupun dalam rupiahnya. Menurut Kasmir (2018) pertumbuhan penjualan merupakan tingkat perubahan penjualan dari tahun ke tahun pada suatu perusahaan dengan membandingkan nilai penjualan periode ini dengan nilai penjualan periode sebelumnya. Sedangkan Menurut Suryaputra (2016) peran pertumbuhan bagi perusahaan yaitu perusahaan yang efisien dalam bertumbuh dapat bertahan hidup karena mencerminkan tingkat aktivitas bisnis yang tinggi. Jadi, pertumbuhan penjualan mempunyai peran yang sangat penting untuk memprediksi seberapa besar keuntungan yang akan didapatkan oleh perusahaan tersebut.

Menurut Darma (2021) Perusahaan dikatakan bagus adalah perusahaan yang mempunyai pertumbuhan positif dari tahun ke tahun. Dalam analisis pertumbuhan yang terpenting untuk dilihat adalah pertumbuhan pada penjualan. Pertumbuhan penjualan menjadi hal yang sangat penting bagi perusahaan, di mana omzet adalah ujung tombak dari sebuah perusahaan. Bisa dikatakan bahwa bisnis adalah penjualan, tidak adanya penjualan artinya tidak ada bisnis. Maka dari itu, perusahaan dikatakan sehat haruslah memiliki pertumbuhan penjualan yang positif dari tahun ke tahun.

Adapun rumus pertumbuhan penjualan adalah sebagai berikut:

$$\text{pertumbuhan penjualan} = \frac{\text{penjualan tahun sekarang} - \text{penjualan tahun lalu}}{\text{penjualan tahun lalu}} \times 100\%$$

sumber: Khasanah (2021)

Tingkat pertumbuhan penjualan berbeda berdasarkan ukuran industri dan perusahaan. pertumbuhan penjualan di atas 5-10% biasanya di anggap baik dan dibawah 5% di anggap kurang baik untuk perusahaan besar, sedangkan untuk perusahaan menengah dan kecil pertumbuhan penjualan lebih dari 10% dapat dicapai Putra (2015).

Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan menurut Mukarromah (Dalam Haryanto 2022), terdiri dari:

a. Kondisi dan Kemampuan Penjual

Kondisi dan Kemampuan Penjual yang dimaksud yaitu pemahaman atas beberapa masalah penting yang berkaitan dengan produk yang dijual, jumlah dan sifat dari penjual adalah jenis dan karakteristik barang atau jasa, harga produk atau jasa dan syarat penjualan, seperti: pembayaran, pengantaran, pelayanan sesudah penjualan, garansi dan sebagainya.

b. Kondisi Pasar

Kondisi pasar sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni: jenis pasar, kelompok pembeli, daya beli, frekuensi pembelian serta keinginan dan kebutuhannya.

c. Modal atau dana

Modal atau dana sangat diperlukan dalam rangka untuk mengangkut barang dagangan ditempatkan atau untuk membesarkan usahanya.

d. Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan yang besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri, yaitu bagian penjualan yang dipegang oleh orang-orang yang ahli dibidang penjualan.

e. Faktor-faktor lain

Faktor-faktor lainnya seperti periklanan, peragaan, kampanye, dan pemberian hadiah sering mempengaruhi penjualan, karena diharapkan dengan adanya faktor-faktor tersebut, pembeli akan kembali membeli lagi barang yang sama.

Hipotesis Penelitian

1) Hipotesis penelitian

Menurut Heryana (2020), hipotesis merupakan suatu pernyataan yang sifatnya sementara atau kesimpulan sementara atau dugaan yang bersifat logis tentang suatu populasi.

Adapun hipotesis penelitian antara lain sebagai berikut:

- a. Tidak terdapat perbedaan yang signifikan penjualan pada PT. Sido Muncul Tbk dengan PT. Indofarma Tbk.
- b. Terdapat perbedaan yang signifikan penjualan pada PT. Sido muncul Tbk dengan PT. Indofarma Tbk.

2) Hipotesis statistik

Adapun hipotesis statistik dalam penelitian ini antara lain:

- a. $H_0 : \mu_1 = \mu_2$, tidak terdapat perbedaan yang signifikan penjualan pada PT. Sido Muncul Tbk dengan PT. Indofarma Tbk.
- b. $H_a : \mu_1 \neq \mu_2$, terdapat perbedaan yang signifikan penjualan pada PT. Sido Muncul Tbk dengan PT. Indofarma Tbk.

II. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Komparatif, penelitian komparatif menurut Sugiyono (2016) adalah Penelitian yang bermaksud untuk membandingkan nilai satu atau lebih variabel mandiri pada dua atau lebih populasi, sampel atau waktu yang berbeda atau gabungan semuanya. Penelitian komparatif digunakan untuk mengetahui perbandingan penjualan pada PT. Sido muncul Tbk dengan PT. Indofarma Tbk

Instrumen Penelitian

Instrumen Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa daftar tabel yang berisi data laporan laba rugi yaitu data penjualan selama 10 tahun dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2022 pada PT. Sido Muncul Tbk dan PT. Indofarma Tbk.

Populasi Dan Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek Atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini yaitu laporan laba rugi PT. Sido Muncul Tbk selama 14 tahun dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2022 dan PT. Indofarma Tbk selama 18 tahun dari tahun 2005 sampai dengan tahun 2022.

Menurut Sugiyono (2016) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini adalah laporan laba rugi PT. Sido Muncul Tbk dan PT. Indofarma Tbk selama 11 tahun dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2022.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling. Menurut Sugiyono, (2016) purposive sampling adalah teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif. Kriteria yang digunakan untuk memilih sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Komponen data laporan keuangan perusahaan yang tersedia ada sesuai kebutuhan peneliti
2. Data ter update

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada PT. Sido muncul Tbk yang beralamat Jalan Raya Semarang Solo Kec. Bergas Kabupaten Semarang, Jawa Tengah dan. PT Indofarma Tbk yang beralamat jalan Kima10 No.A4, Rt.001/Rw.01, Kapasa, Kec Tamalanrea, Kota Makasar, Sulawesi Selatan. penelitian ini dilakukan melalui pengambilan data terkait informasi perusahaan dan laporan keuangan perusahaan yang tersedia di website Bursa Efek Indonesia (www.idx.com).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi berbagai cara antara lain sebagai berikut:

1. Studi Pustaka

Menurut Arikunto (2016), Studi pustaka adalah metode pengumpulan data dengan mencari informasi lewat buku, majalah, jurnal, dan literatur lainnya yang bertujuan untuk membentuk sebuah landasan teori. Teknik studi pustaka yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mengambil informasi dari jurnal pendukung dan buku referensi.

2. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2018), Dokumentasi adalah cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan, angka dan gambar yang dapat mendukung penelitian. Studi pustaka yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan dalam bentuk laporan laba rugi pada PT. Sido Muncul Tbk dan PT. Indofarma Tbk dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2022.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini yaitu menggunakan program SPSS versi 26.

1. Analisis penjualan

Analisis penjualan pada penelitian ini yaitu menghitung hasil penjualan pada PT. Sido Muncul, Tbk Dengan PT. Indofarma, Tbk.

2. Uji normalitas

Pada penelitian ini menggunakan uji normalitas dengan metode kolmogorov smirnov. Menurut Ghozali (2021) uji satatistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik kolmogorov smirnov. Adapun Pengambilan keputusannya yaitu sebagai berikut:

Jika nilai signifikan >0,05 maka data tersebut dikatakan normal.

Jika nilai signifikan <0,05 maka data tersebut dikatakan tidak normal.

3. Uji beda (independen sample test)

Uji Inpenden sample-Test yaitu untuk mengetahui perbedaan rerata yang bermakna antara 2 kelompok bebas yang berskala data interval dari rasio.

Jika nilai sig (2-tailed) < 0,05 maka terdapat perbedaan yang signifikan.

Jika nilai sig (2-tailed) > 0,05 maka tidak terdapat perbedaan yang signifikan

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Penjualan

Penjualan adalah adalah interaksi antar individu, saling bertemu tatap muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain. Sunyoto (2017) adapun pengukuran penjualan yaitu menggunakan pertumbuhan penjualan dengan cara menghitung hasil perbandingan antara selisih penjualan tahun sekarang dikurangi penjualan tahun lalu dibagi penjualan tahun lalu.

Tabel 2. Analisis penjualan PT SIDO MUNCUL Tbk

Nama Perusahaan	Tahun	Pertumbuhan Penjualan (%)	Keterangan
PT.Sido Muncul Tbk	2013	-0,008 %	Kurang baik
	2014	-0,073 %	Kurang baik
	2015	0,009 %	Kurang baik
	2016	0,154 %	Kurang baik
	2017	0,004 %	Kurang baik
	2018	0,073 %	Kurang baik
	2019	0,110 %	Kurang baik
	2020	0,087 %	Kurang baik
	2021	0,205 %	Kurang baik
	2022	-0,038 %	Kurang baik
Rata -rata		0,052 %	Kurang baik

Sumber data: Data Sekunder Diolah, 2024

Berdasarkan pada tabel 2 di atas, rata-rata pertumbuhan penjualan Pt Sido Muncul Tbk sebesar 0,052% dan nilai standar industri pertumbuhan penjualan adalah 5 – 10%, yang artinya 0,052% < 5%, sehingga dapat disimpulkan pertumbuhan penjualan PT Sido Muncul Tbk. dari tahun 2013-2022 dalam kondisi yang kurang baik.

Tabel 3. Analisis penjualan PT INDOFARMA Tbk

Nama Perusahaan	Tahun	Pertumbuhan Penjualan (%)	Keterangan
PT. Indofarma Tbk	2013	0,156%	Kurang baik
	2014	0,032%	Kurang baik
	2015	0,174%	Kurang baik
	2016	0,032%	Kurang baik
	2017	-0,025%	Kurang baik
	2018	-0,023%	Kurang baik
	2019	-0,144%	Kurang baik
	2020	0,258%	Kurang baik
	2021	0,691%	Kurang baik
	2022	-0,605%	Kurang baik
Rata –rata		0,054 %	Kurang baik

Sumber data: Data Sekunder Diolah, 2024

Berdasarkan pada tabel 2 di atas, rata-rata pertumbuhan penjualan PT Indofarma Tbk sebesar 0,054% dan nilai standar industri pertumbuhan penjualan adalah 5 – 10%, yang artinya $0,054\% < 5\%$, sehingga dapat disimpulkan pertumbuhan penjualan PT Indofarma Tbk dari tahun 2013-2022 dalam kondisi yang kurang baik

Uji Normalitas

Tabel 4. Uji normalitas

Tests of Normality							
	Perusahaan	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Hasil Penjualan	Perusahaan	,187	10	,200*	,967	10	,863
	SIDO						
	Perusahaan	,203	10	,200*	,923	10	,383

Sumber data: Data diolah dengan SPSS V.26

Berdasarkan tabel 4 di atas, dapat diperoleh nilai signifikan pada perusahaan Sido muncul Tbk sebesar 0,863 dan pada perusahaan Indofarma Tbk sebesar 0,383 yang artinya nilai signifikan $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut normal.

Uji Beda (independen sample test)

Tabel 5.
Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
Hasil Penjualan	Equal variances assumed	3,294	,086	-,021	18	,984
	Equal variances not assumed			-,021	10,319	,984

Sumber data: Data diolah dengan SPSS V.26

Berdasarkan tabel 5 di atas, diketahui nilai *Sig* adalah sebesar $0,086 > 0,05$ berarti bahwa varians data antara PT. Sido Muncul Tbk dengan PT. Indofarma Tbk sama atau homogen. Dan nilai *sig (2-tailed)* sebesar $0,984 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara rata-rata penjualan PT. Sido Muncul Tbk dengan PT. Indofarma Tbk. Untuk nilai thitung yaitu sebesar $-0,021$ sedangkan nilai tabel yaitu 2.306 berarti tidak ada perbedaan penjualan antara PT. Sido Muncul Tbk dengan PT. Indofarma Tbk.

Pembahasan

Berdasarkan analisis penjualan menunjukkan bahwa rata-rata pertumbuhan penjualan pada PT. Sido Muncul Tbk dan PT. Indofarma Tbk berada pada standar Kurang baik karena nilainya $< 5\%$. Standar pertumbuhan penjualan berkisaran $5-10\%$. sedangkan hasil pertumbuhan penjualan menunjukkan presentase dibawah 5% yang menandakan bahwa semakin rendah nilai pertumbuhan penjualan akan semakin likuid perusahaan tersebut dan tidak mampu untuk memperoleh laba. Hal ini di sebabkan oleh penjualan yang fluktuatif, bahan baku yang langka, serta banyaknya kompetitor.

Berdasarkan uji hipotesis (uji t) menunjukkan tidak terdapat perbedaan, ini menunjukkan bahwa PT.Sido Muncul Tbk dan PT.Indofarma Tbk dalam pengelolaan penjualannya kurang baik disebabkan karena kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen menurun, perubahan selera konsumen, bahan baku yang langka, munculnya kompetitor baru sehingga penjualan menjadi rendah. Hal tersebut yang membuat pertumbuhan penjualan perusahaan kurang optimal dalam memperoleh laba. Hal ini sejalan dengan penelitian Fernanda (2020) yang menyatakan bahwa tidak ada perbedaan dan tidak signifikan sales growth PT Aneka Tambang Tbk dengan PT J. Resource Asia Pasifik, Tbk.

IV. KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dalam penelitian ini adalah Tidak terdapat perbedaan yang signifikan penjualan pada PT. Sido muncul Tbk dengan PT. indofarma Tbk. Hal ini disebabkan oleh penjualan pada PT. Sido muncul Tbk dan PT. indofarma Tbk disebabkan oleh faktor- faktor sebagai berikut: kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen menurun, perubahan selera konsumen, bahan baku yang terbatas, munculnya kompetitor baru sehingga penjualan menjadi rendah yang membuat pertumbuhan penjualan perusahaan kurang optimal dalam memperoleh laba.

Hal ini terlihat dari trend data penjualan selama 10 tahun dari tahun 2013 sampai 2022 pada PT. Sido muncul Tbk pada 2013 sebesar Rp 2.372.364, 2014 sebesar Rp 2.197.907, 2015 sebesar Rp 2.218.536, 2016 sebesar Rp 2.561.806, 2017 sebesar Rp 2.573.840, 2018 sebesar Rp 2.763.292, 2019

sebesar Rp 3.067.434 2020 sebesar Rp 3.335.411, 2021 sebesar Rp 4.020.980, dan 2022 sebesar Rp 3.865.523. sedangkan pada PT. indofarma Tbk pada 2013 sebesar Rp 1.337.498, 2014 sebesar Rp 1.381.436, 2015 sebesar Rp 1.621.899, 2016 sebesar Rp 1.674.703, 2017 sebesar Rp 1.631.317, 2018 sebesar Rp 1.592.980, 2019 sebesar Rp 1.362.666, 2020 sebesar Rp 1.715.587, 2021 sebesar Rp 2.901.986, 2022 sebesar Rp 1.144.108.

V. REFERENSI

- Abdullah, A., dan Tantri, F. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Arikunto. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendektan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Darma, S. S. (2021). Pengaruh Good Corporate Governance, Karakteristik Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Tax Avoidance. *Akuntknologi: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Teknologi*, 13(2), 1–11.
- Darmanto, Wardaya, F. S., & Suistyani, L. (2018). *Kiat percepatan kinerja UMKM dengan model strategi orientasi berbasis lingkungan* (Cetakan pe). 2018.
- Fahmi, I. (2015). *Pengantar Manajemen Keuangan Teori dan Soal Jawab*. Bandung: Alfabeta.
- Fauziah, M., & Puspitasari, R. (2014). Analisis Hutang Lancar dan Penjualan terhadap Profitabilitas. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan (JIMKES)*, 2(1), 41–50.
- Fernanda, M. R., & Muniarty, P. (2020). ANALISA PERBANDINGAN SALES GROWTH PT . ANEKA TAMBANG TBK DENGAN PT . J RESOURCES ASIA PASIFIK TBK Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima Email : PENDAHULUAN Di era industrialisasi yang semakin kompetitif sekarang ini , setiap perusahaan harus meningkat. 87–92.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis muktivariate dengan program IBM SPSS 26*. Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryanto, M., Saudi, N. S., Anshar, M. A., & Hatta, Moh, (2018). (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *Journal of Management*, 5(1), 222–237.
- Hery. (2014). *Akuntansi Dasar 1 dan 2*. PT Grasindo.
- Heryana. (2020). *Hipotesis Dalam Penelitian Kuantitatif HIPOTESIS*, 1–16.
- Kasmir. (2018). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Khasanah, U. A. (2021). Pengaruh Leverage, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Plastik Dan Kemasan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(4), 1–16.
- Moekijat. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Mandar Maju.
- Ningsih, S. D., & Afria, M. (2019). Analisis Laporan Keuangan Sebagai Dasar Penilaian Kinerja Manajemen. *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 2(1), 1.
- Putra, A. A. W. Y., & Badjra, I. B. (2015). *PENGARUH LEVERAGE , PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN*. 4(7), 2052–2067.
- Sugiyono. (2016). *Bandung: Alfabeta Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.
- Sugiyono. (2018). *metode penelitian kuantitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sunyoto. (2017). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Kosep, Strategi, Kasus*. Yogyakarta: Caps (Center Of Academic Publishing Service). informatika.
- Supramono, E. (2015). Analisis Pengaruh Price Dan Promotion Terhadap Penjualan Rokok Pada Swalayan Bintang Di Sampit. *Jurnal Terapan Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 19–27.

Suryaputra, G., & Christiawan, Y. J. (2016). Pengaruh Manajemen Modal Kerja, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Properti dan Real Estate Yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2014. *Business Accounting Review*, 4(1), 493–504.

Yatimatun, S. (2021). *Akuntansi Keuangan, Edisi ke-2, Jakarta : PT Gramedia.*

Zakaria Hamzah, Z., & Sumiati, S. (2020). ANALISIS KINERJA KEUANGAN PT WIJAYA KARYA BETON, Tbk SEBELUM DAN SESUDAH INITIAL PUBLIC OFFERING (IPO) TAHUN 2014. *Economicus*, 14(1), 13–24.

