



Pengaruh *Sales Growth* dan *Firm Size* terhadap *Profit Growth* pada PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk

Deira Yuliani Sari^{1*}, Hadijah Febriana²

¹⁻²Program Studi Manajemen, Universitas Pamulang, Indonesia

Email: deirayulianisari8@gmail.com¹, dosen02182@unpam.ac.id²

*Penulis korespondensi: deirayulianisari8@gmail.com

Abstract. This study was conducted with the aim of determining the influence of Sales Growth and Firm Size on Profit Growth at PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk for the period 2015–2025. This study uses a quantitative approach with secondary data types. The data collection techniques used include library data, documentary data, and internet data. The data analysis methods used include descriptive statistical tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, hypothesis tests, and determination coefficient tests. The results of the study partially showed that there was a significant influence of Sales Growth on Profit Growth, as evidenced by the value of $t_{count} 4.914 > t_{table} 2.30600$ and the value of $Sig\ 0.001 < 0.05$. In addition, there was no significant influence of Firm Size on Profit Growth as seen from the value of $t_{count} -0.082 < t_{table} 2.30600$ and the value of $Sig\ 0.936 > 0.05$. The results of the study simultaneously showed that there was a significant influence of Sales Growth and Firm Size on Profit Growth, as shown by the value of $F_{count} 12.073 > F_{table} 4.46$ and the value of $Sig\ 0.004 < 0.05$. Based on the results of the test, the determination coefficient showed that the Sales Growth and Firm Size variables were able to explain the Profit Growth variable of 68.9%, while the other 31.1% were influenced by other factors outside the variables of this study.

Keywords: Financial Performance; Firm Size; Pharmaceutical Industry; Profit Growth; Sales Growth.

Abstrak. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *Sales Growth* dan *Firm Size* terhadap *Profit Growth* pada PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk periode 2015–2025. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi data keperpustakaan, data dokumenter, dan data internet. Metode analisis data yang digunakan meliputi uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji hipotesis, serta uji koefisien determinasi. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan *Sales Growth* terhadap *Profit Growth*, dibuktikan oleh nilai $t_{hitung} 4,914 > t_{tabel} 2,30600$ serta nilai $Sig\ 0,001 < 0,05$. Selain itu, tidak terdapat pengaruh signifikan *Firm Size* terhadap *Profit Growth* dilihat dari nilai $t_{hitung} -0,082 < t_{tabel} 2,30600$ serta nilai $Sig\ 0,936 > 0,05$. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan *Sales Growth* dan *Firm Size* terhadap *Profit Growth*, ditunjukkan dari nilai $F_{hitung} 12,073 > F_{tabel} 4,46$ serta nilai $Sig\ 0,004 < 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel *Sales Growth* dan *Firm Size* mampu menjelaskan variabel *Profit Growth* sebesar 68,9%, sedangkan 31,1% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel penelitian ini.

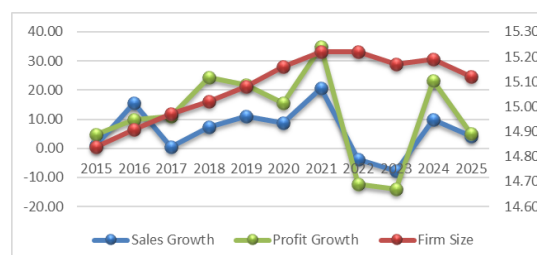
Kata Kunci: Firm Size; Industri Farmasi; Kinerja Keuangan; Profit Growth; Sales Growth.

1. LATAR BELAKANG

Sektor industri farmasi dan herbal merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk kesehatan. Perusahaan yang bergerak di sektor ini dituntut untuk mampu menjaga kinerja keuangan agar tetap tumbuh dan mampu bersaing. Dalam menghadapi persaingan industri, perusahaan tidak hanya dituntut untuk meningkatkan penjualan, tetapi juga harus mampu menghasilkan laba yang optimal agar dapat mempertahankan daya saing dan keberlanjutan usahanya (Andhani & Puspitaningrum, 2026; Puspitaningrum, 2025). Salah satu aspek yang digunakan untuk menilai keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba adalah profitabilitas. Tingkat profitabilitas yang baik menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola aset, modal, serta aktivitas operasional

secara efektif untuk menghasilkan keuntungan (Damayanti & Puspitaningrum, 2026; Handayani & Rahyuda, 2025). Oleh karena itu, profitabilitas menjadi salah satu indikator penting dalam menilai kinerja keuangan perusahaan, karena mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pemegang saham, menarik minat investor, serta mendukung keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Salah satu indikator yang dapat digunakan untuk menggambarkan perkembangan profitabilitas perusahaan adalah *Profit Growth*. *Profit Growth* yang positif mencerminkan bahwa perusahaan mampu mengelola sumber daya yang dimiliki secara efektif sehingga dapat menghasilkan keuntungan yang lebih baik (Udin & Puspitaningrum, 2025). Oleh karena itu, *Profit Growth* menjadi salah satu aspek yang penting bagi perusahaan karena dapat mencerminkan keberlangsungan usaha dan menjadi bahan pertimbangan bagi investor maupun pihak manajemen dalam mengambil keputusan. Dalam mencapai *Profit Growth* yang optimal, terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi *Profit Growth* perusahaan. Salah satu faktor yang diduga memiliki pengaruh adalah *Sales Growth*.

Sales Growth menggambarkan tingkat pertumbuhan penjualan perusahaan dari suatu periode ke periode berikutnya. Peningkatan penjualan menunjukkan adanya kemampuan perusahaan dalam memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan. Semakin tinggi pertumbuhan penjualan, maka semakin besar peluang perusahaan untuk meningkatkan kapasitas operasi dan laba apabila perusahaan mampu mengendalikan biaya operasional dengan baik (Putri & Anjilni, 2025). Faktor lain yang dapat memengaruhi *Profit Growth* adalah *Firm Size*. *Firm Size* menggambarkan ukuran perusahaan yang dapat dilihat dari jumlah aset yang dimiliki (Fatimah & Puspitaningrum, 2026; Febriyani & Kuspriyono, 2025; Udin, 2026). Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar umumnya memiliki sumber daya yang lebih banyak, akses pendanaan yang lebih luas, serta kemampuan operasional yang lebih besar dibandingkan perusahaan dengan ukuran kecil. Berdasarkan laporan keuangan PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk periode 2015–2025, dapat diketahui perkembangan *Sales Growth*, *Firm Size*, dan *Profit Growth* sebagai berikut:



Gambar 1. Grafik Sales Growth, Firm Size, dan Profit Growth.

Sumber: Data Diolah Excel (2026).

Berdasarkan gambar 1 diatas, dapat diketahui bahwa *Sales Growth*, *Firm Size*, dan *Profit Growth* PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk periode 2015–2025 mengalami fluktuasi. Perubahan pada masing-masing variabel menunjukkan bahwa kondisi keuangan perusahaan belum sepenuhnya stabil dari tahun ke tahun. *Sales Growth* mengalami fluktuasi yang ditandai dengan adanya kenaikan dan penurunan dari tahun ke tahun. Fluktuasi *Sales Growth* tersebut menunjukkan bahwa peningkatan penjualan perusahaan tidak selalu terjadi secara konsisten. *Firm Size* mengalami fluktuasi yang ditandai dengan adanya kenaikan dan penurunan dari tahun ke tahun. Fluktuasi *Firm Size* menunjukkan bahwa perusahaan belum mampu mempertahankan pertumbuhan total aset secara konsisten selama periode penelitian. *Profit Growth* mengalami fluktuasi yang ditandai dengan adanya kenaikan dan penurunan dari tahun ke tahun. Fluktuasi *Profit Growth* menunjukkan bahwa kinerja keuangan perusahaan mengalami perubahan dari tahun ke tahun, di mana pada beberapa periode perusahaan mampu meningkatkan laba secara optimal, sedangkan pada periode lainnya pertumbuhan laba mengalami perlambatan bahkan penurunan. Berdasarkan fenomena tersebut, terlihat bahwa perubahan *Sales Growth* dan *Firm Size* belum sepenuhnya mampu menjelaskan perubahan *Profit Growth* secara konsisten. Pada beberapa periode, peningkatan *Sales Growth* dan *Firm Size* diikuti oleh peningkatan *Profit Growth*, tetapi pada periode tertentu peningkatan kedua variabel tersebut tidak selalu menghasilkan peningkatan laba.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara teori dengan fenomena empiris yang didukung oleh hasil penelitian sebelumnya yang belum konsisten seperti penelitian yang dilakukan oleh Maharani et al. (2025) yang menyatakan bahwa *Sales Growth* secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap *Profit Growth*. Namun, terdapat perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sadik et al. (2025) menyatakan bahwa *Sales Growth* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *Profit Growth*. Selain itu, temuan selanjutnya yang senada dengan hasil penelitian sebelumnya dilakukan oleh Audrey (2023) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *Firm Size* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Profit Growth*. Namun, hasil berbeda ditemukan dalam penelitian Razak et al. (2021) yang menyatakan bahwa *Firm Size* secara parsial tidak terdapat pengaruh pada *Profit Growth*. Berdasarkan beberapa hasil penelitian sebelumnya, dapat diketahui bahwa terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian mengenai pengaruh *Sales Growth* dan *Firm Size* terhadap *Profit Growth*. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara variabel-variabel tersebut masih perlu dikaji lebih lanjut.

2. KAJIAN TEORITIS

Sales Growth

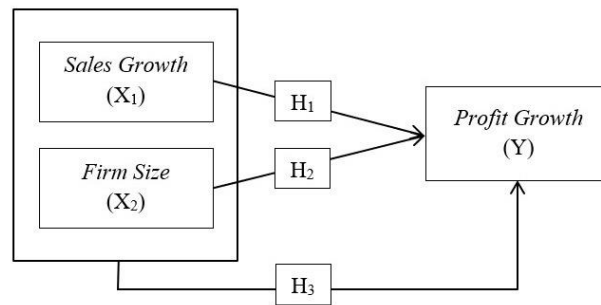
Menurut Rizal (2024) dan Annisa & Lutfi (2026) *Sales Growth* merupakan indikator penting yang mencerminkan seberapa efektif suatu perusahaan meningkatkan volume penjualannya dari waktu ke waktu. Jika suatu perusahaan mencapai pertumbuhan penjualan yang konsisten, hal ini menunjukkan tingginya permintaan terhadap produk atau layanannya. Sedangkan, menurut Putri & Andriansyah (2022) dan Norsiah & Pratiwi (2025) *Sales Growth* adalah selisih antara penjualan tahun berjalan dan penjualan tahun sebelumnya. Pertumbuhan penjualan yang lebih tinggi menunjukkan bahwa perusahaan dapat mengoptimalkan investasi masa lalu dan dengan demikian memprediksi pertumbuhan laba di masa mendatang. Selain itu, menurut Fajriah et al. (2022) *Sales Growth* adalah peningkatan penjualan dari satu tahun ke tahun berikutnya atau seiring waktu. Pertumbuhan penjualan menunjukkan keberhasilan operasional perusahaan di masa lalu dan dapat menjadi tolok ukur untuk masa depan.

Firm Size

Menurut Anggraini & Rivandi (2023) dan Udin (2026) *Firm Size* merupakan nilai yang menjadi tolok ukur besar kecilnya suatu perusahaan. Sedangkan, menurut Setyowati & Retnani (2021) dan Dwiyaniti & Rahayu (2025) *Firm Size* adalah besarnya suatu perusahaan yang dapat diukur dari total asetnya. Selain itu, menurut Putri & Andriansyah (2022) dan Fatimah & Puspitaningrum (2026) *Firm Size* adalah gambaran besar kecilnya suatu perusahaan yang secara tidak langsung dapat menentukan kemampuannya dalam mengendalikan dan menghasilkan laba.

Profit Growth

Menurut Razak et al. (2021) *Profit Growth* adalah persentase perubahan dalam peningkatan laba suatu perusahaan. Selain itu, menurut Audrey (2023) *Profit Growth* merupakan peningkatan laba bersih perusahaan dalam satu tahun dan yang mencerminkan kinerja keuangan perusahaan dalam mengelola asetnya. Sedangkan, Mahmudah & Mildawati (2021) berpendapat bahwa *Profit Growth* adalah rasio yang memperlihatkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan laba bersihnya dibandingkan tahun sebelumnya.



Gambar 2. Kerangka Berpikir.

Hipotesis Penelitian

Pengaruh Sales Growth Terhadap Profit Growth

Sales Growth merupakan indikator penting yang mencerminkan seberapa efektif suatu perusahaan meningkatkan volume penjualannya dari waktu ke waktu. Variabel *Sales Growth* pernah diteliti oleh Prasetyaningrum et al. (2024) dan Maharani et al. (2025) yang dalam penelitian nya menyatakan bahwa *Sales Growth* berpengaruh signifikan terhadap *Profit Growth*. H_{01} : Diduga *Sales Growth* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *Profit Growth* pada PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk Periode 2015-2025. H_{a1} : Diduga *Sales Growth* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Profit Growth* pada PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk Periode 2015-2025.

Pengaruh Firm Size Terhadap Profit Growth

Firm Size adalah gambaran besar kecilnya suatu perusahaan yang secara tidak langsung dapat menentukan kemampuannya dalam mengendalikan dan menghasilkan laba. Variabel *Firm Size* pernah diteliti oleh Audrey (2023) dan Anggraini & Rivandi (2023) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *Firm Size* berpengaruh signifikan terhadap *Profit Growth*. H_{02} : Diduga *Firm Size* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *Profit Growth* pada PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk Periode 2015-2025. H_{a2} : Diduga *Firm Size* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Profit Growth* pada PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk Periode 2015-2025.

Pengaruh Sales Growth dan Firm Size Terhadap Profit Growth

Profit Growth merupakan peningkatan laba bersih perusahaan dalam satu tahun dan yang mencerminkan kinerja keuangan perusahaan dalam mengelola asetnya. Variabel *Sales Growth* dan *Firm Size* pernah diteliti oleh Putri & Andriansyah (2022) dan Ardati & Rismawandi (2026) yang menyatakan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel *Firm Size* dan *Sales Growth* terhadap *Profit Growth*. H_{03} : Diduga *Sales Growth* dan *Firm Size* secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Profit Growth*

pada PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk Periode 2015-2025. H_{a3} : Diduga Sales Growth dan Firm Size secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Profit Growth pada PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk Periode 2015-2025.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Hardani et al. (2020) dan Fatimah & Puspitaningrum (2026) penelitian kuantitatif berfokus pada analisis data numerik yang diolah menggunakan metode statistik. Penelitian ini sangat bergantung pada penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data hingga interpretasi dan penyajian hasil. Selain itu, Machali (2021) berpendapat bahwa penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini, penulis menjadikan seluruh laporan keuangan PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk sebagai populasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan posisi keuangan dan laporan laba rugi PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk Periode 2015-2025.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel.

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
<i>Sales Growth</i> (X_1)	Menurut Fajriah et al. (2022) <i>Sales Growth</i> adalah peningkatan penjualan dari satu tahun ke tahun berikutnya atau seiring waktu.	<i>Sales Growth</i> $= \frac{\text{Sales}_t - \text{Sales}_{t-1}}{\text{Sales}_{t-1}} \times 100\%$ <i>Sumber: Fajriah et al. (2022)</i>	Rasio
<i>Firm Size</i> (X_2)	Menurut Setyowati & Retnani (2021) <i>Firm Size</i> adalah besarnya suatu perusahaan yang dapat diukur dari total asetnya.	<i>Firm Size</i> = Ln (Total Aset) <i>Sumber: Setyowati & Retnani (2021)</i>	Rasio
<i>Profit Growth</i> (Y)	Menurut Razak et al. (2021) pertumbuhan laba (<i>Profit Growth</i>) adalah persentase perubahan dalam peningkatan laba suatu perusahaan.	<i>Profit Growth</i> = $\frac{Y_t - Y_{t-1}}{Y_{t-1}} \times 100\%$ <i>Sumber: Razak et al. (2021)</i>	Rasio

Sumber: Data Diolah Penulis (2026).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi data keperpustakaan, data dokumenter, dan data internet. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data sekunder, karena data yang digunakan telah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain. Data sekunder yang penulis gunakan adalah laporan keuangan PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk. Analisis data dalam penelitian ini memanfaatkan perangkat lunak *Microsoft Excel* 2019 dan IBM SPSS versi 25 dengan transformasi data sebagai alat bantu untuk mengolah dan menganalisis data penelitian. Metode analisis data yang digunakan meliputi uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji

autokorelasi), uji regresi linear berganda, uji hipotesis (uji t dan uji F), serta uji koefisien determinasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Statistik Deskriptif

Tabel 2. Hasil Uji Statistik Deskriptif.

Descriptive Statistics	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Sales Growth (X₁)</i>	11	-.08	.21	.0600	.08473
<i>Firm Size (X₂)</i>	11	14.84	15.22	15.0818	.13022
<i>Profit Growth (Y)</i>	11	-.14	.35	.1136	.15035
Valid N (listwise)	11				

Sumber: Output IBM SPSS Versi 25.

Berdasarkan tabel 2, jumlah data (N) yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 11 sampel, yang diperoleh selama periode 2015-2025. Hasil uji statistik deskriptif pada variabel *Sales Growth (X₁)* menghasilkan nilai minimum sebesar -0,08 dan nilai maksimum sebesar 0,21. Nilai rata-rata (mean) yang diperoleh sebesar 0,0600 dengan standar deviasi sebesar 0,08473. Selanjutnya, pada variabel *Firm Size (X₂)* diperoleh nilai minimum sebesar 14,84 dan nilai maksimum sebesar 15,22. Rata-rata (mean) yang didapat sebesar 15,0818 dengan standar deviasi sebesar 0,13022. Sementara itu, variabel *Profit Growth (Y)* memiliki nilai minimum sebesar -0,14 dan nilai maksimum sebesar 0,35. Nilai rata-rata (mean) yang dihasilkan sebesar 0,1136 dengan standar deviasi sebesar 0,15035.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas dengan One-Sample Kolmogorov-Smirnov

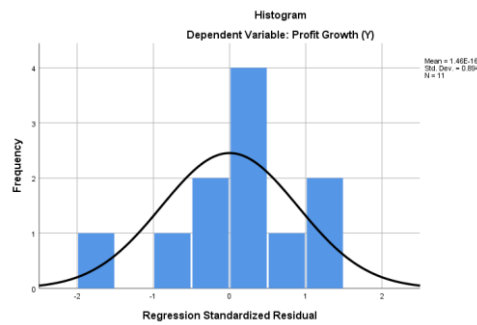
Tabel 3. Hasil Uji Normalitas dengan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov	Test Unstandardized Residual
N	11
Normal Parameters ^{a,b}	Mean .0000000
	Std. Deviation .07500362
Most Extreme Differences	Absolute .144
	Positive .087
	Negative -.144
Test Statistic	.144
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}

Sumber: Output IBM SPSS Versi 25.

Berdasarkan tabel 3, hasil uji normalitas dengan metode *one-sample kolmogorov-smirnov* menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Sig.) 0,200 > 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi secara normal.

Uji Normalitas dengan Histogram

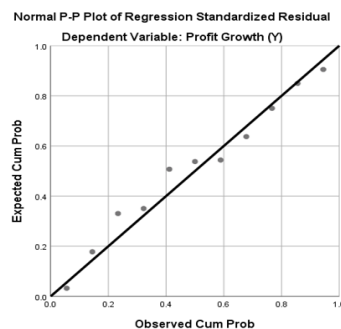


Gambar 3. Hasil Uji Normalitas Histogram.

Sumber: Output IBM SPSS Versi 25.

Berdasarkan gambar 3, hasil uji normalitas menggunakan metode histogram menunjukkan bahwa pola menyerupai lonceng serta tidak condong ke kanan atau ke kiri. Berdasarkan temuan tersebut, dapat dinyatakan bahwa data residual berdistribusi secara normal.

Uji Normalitas dengan Grafik P-Plot



Gambar 4. Hasil Uji Normalitas Grafik P-Plot.

Sumber: Output IBM SPSS Versi 25.

Berdasarkan gambar 4, hasil uji normalitas menggunakan metode grafik p-plot menunjukkan bahwa data terdistribusi di sekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis nya. Maka dapat dinyatakan bahwa data residual berdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas.

Model	Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	.274	3.072	—		.089	.931	—	—
	Sales Growth (X1)	1.538	.313	.867	4.914	.001		.999	1.001
	Firm Size (X2)	-.017	.204	-.015	-.082	.936		.999	1.001

Sumber: Output IBM SPSS Versi 25.

Berdasarkan tabel 4, hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai VIF $1,001 < 10$ serta nilai *tolerance* $0,999 > 0,10$. Nilai tersebut telah memenuhi kriteria pengujian, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antarvariabel independen dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

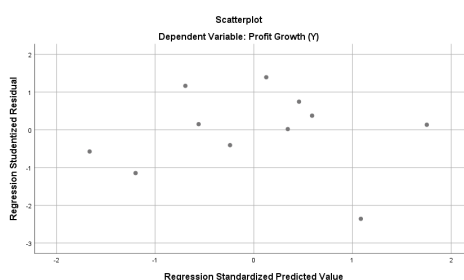
Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser.

Model	Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.094	1.836	—		1.141	.287
	<i>Sales Growth</i> (X1)	.017	.187	.030	.091	.930	
	<i>Firm Size</i> (X2)	-.135	.122	-.366	-1.111	.299	

Sumber: Output IBM SPSS Versi 25.

Berdasarkan tabel 5, hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode *glejser* menunjukkan bahwa variabel *Sales Growth* (X₁) memiliki nilai signifikansi (Sig.) $0,930 > 0,05$. Selain itu, variabel *Firm Size* (X₂) memiliki nilai signifikansi (Sig.) $0,299 > 0,05$. Nilai tersebut telah memenuhi kriteria pengujian, dengan hasil ini dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot



Gambar 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas *Scatterplot*.

Sumber : Output IBM SPSS Versi 25.

Berdasarkan gambar 5, hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode *scatterplot* menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik terdistribusi di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Temuan ini dapat mengindikasikan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

Uji Autokorelasi

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi Model Summary^b.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.867 ^a	.751	.689	.08386	2.112

Sumber: Output IBM SPSS Versi 25.

Berdasarkan tabel 6, hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa nilai *Durbin–Watson* (DW) sebesar 2,112. Dengan jumlah sampel (n) = 11, jumlah variabel independen (k) = 2, serta tingkat signifikansi (α) = 5%, sehingga diperoleh nilai batas atas (du) sebesar 1,6044. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa nilai DW berada pada rentang ($du < d < 4 - du$) yaitu ($1,6044 < 2,112 < 2,3956$). Nilai tersebut telah memenuhi kriteria pengujian autokorelasi, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan tidak ada autokorelasi positif atau negatif.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.

Model	Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.274	3.072	—	.089	.931	
	<i>Sales Growth</i> (X1)	1.538	.313	.867	4.914	.001	
	<i>Firm Size</i> (X2)	-.017	.204	-.015	-.082	.936	

Sumber: Output IBM SPSS Versi 25.

Berdasarkan tabel 7, diperoleh model persamaan regresi linear berganda beserta interpretasi persamaan regresi linear berganda yaitu $Y = 0,274\alpha + 1,538X_1 - 0,017X_2 + e$. Nilai konstanta (α) sebesar 0,274 menunjukkan bahwa apabila variabel *Sales Growth* (X_1) dan *Firm Size* (X_2) nilai nya dianggap tetap (konstan), maka besarnya tingkat perolehan *Profit Growth* (Y) sebesar 0,274. Variabel *Sales Growth* (X_1) memiliki koefisien regresi sebesar 1,538 dengan arah hubungan positif terhadap *Profit Growth*, yang mengindikasikan bahwa setiap kenaikan *Sales Growth* sebesar 1 satuan akan mendorong kenaikan *Profit Growth* sebesar 1,538 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai konstan. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *Sales Growth*, maka *Profit Growth* yang akan dihasilkan perusahaan semakin meningkat. Variabel *Firm Size* (X_2) memiliki koefisien regresi sebesar -0,017 dengan arah hubungan negatif terhadap *Profit Growth*, yang berarti bahwa setiap peningkatan *Firm Size* sebesar 1 satuan akan menurunkan *Profit Growth* sebesar 0,017 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin besar *Firm Size*, maka *Profit Growth* cenderung mengalami penurunan.

Uji Hipotesis t

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis t (Parsial).

Model	Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.274	3.072	—	.089	.931
	<i>Sales Growth</i> (X1)	1.538	.313	.867	4.914	.001
	<i>Firm Size</i> (X2)	-.017	.204	-.015	-.082	.936

Sumber: Output IBM SPSS Versi 25.

Berdasarkan tabel 8, pengujian hipotesis secara parsial menggunakan uji t memerlukan nilai t_{tabel} , yang ditentukan berdasarkan jumlah sampel (n) = 11, jumlah variabel independen (k) = 2, serta taraf signifikansi (α) = 0,05 dengan menggunakan derajat kebebasan atau $df = (\alpha/2; n - k - 1)$ maka diperoleh (0,025; 8) sehingga menghasilkan nilai t_{tabel} sebesar 2,30600. Hasil uji parsial variabel *Sales Growth* (X_1) terhadap *Profit Growth* (Y) menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} 4,914 > t_{tabel} 2,30600 serta nilai signifikansi (Sig.) 0,001 < 0,05. Atas dasar tersebut, H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Sehingga dapat dinyatakan bahwa *Sales Growth* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap *Profit Growth* pada PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk Periode 2015–2025. Hasil uji parsial variabel *Firm Size* (X_2) terhadap *Profit Growth* (Y) menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} -0,082 < t_{tabel} 2,30600 serta nilai signifikansi (Sig.) 0,936 > 0,05. Atas dasar tersebut, H_{02} diterima dan H_{a2} ditolak. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa *Firm Size* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *Profit Growth* pada PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk Periode 2015–2025.

Uji Hipotesis F

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis F (Simultan).

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.170	2	.085	12.073	.004 ^b
	Residual	.056	8	.007	—	—
	Total	.226	10	—	—	—

Sumber: Output IBM SPSS Versi 25.

Berdasarkan tabel 9, pengujian hipotesis secara simultan menggunakan uji F memerlukan nilai F_{tabel} , yang ditentukan berdasarkan jumlah sampel (n) = 11, jumlah variabel independen (k) = 2, serta taraf signifikansi (α) = 0,05 dengan menggunakan derajat kebebasan atau ($df_1 ; df_2$) = ($k; n - k - 1$) maka didapat (2; 8) sehingga memperoleh nilai F_{tabel} sebesar 4,46. Hasil uji simultan variabel *Sales Growth* (X_1) dan *Firm Size* (X_2) terhadap *Profit Growth* (Y) menunjukkan nilai F_{hitung} 12,073 > F_{tabel} 4,46 serta nilai signifikansi (Sig.) 0,004 < 0,05. Atas dasar tersebut, H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Maka dapat dinyatakan bahwa *Sales Growth* dan *Firm Size* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Profit Growth* pada PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk Periode 2015–2025.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.867 ^a	.751	.689	.08386	2.112

Sumber: Output IBM SPSS Versi 25.

Berdasarkan tabel 10, diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,689. Nilai tersebut kemudian diinterpretasikan ke dalam bentuk persentase menjadi 68,9%. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel *Sales Growth* (X_1) dan *Firm Size* (X_2) mampu menjelaskan *Profit Growth* (Y) sebesar 68,9%, sedangkan sisanya sebesar 31,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Sales Growth terhadap Profit Growth

Terdapat pengaruh signifikan *Sales Growth* secara parsial terhadap *Profit Growth* menunjukkan bahwa peningkatan penjualan PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk mampu meningkatkan laba perusahaan. *Sales Growth* yang meningkat mencerminkan adanya peningkatan permintaan terhadap produk perusahaan sehingga berpotensi meningkatkan pendapatan. Temuan pada penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maharani et al. (2025) dan Prasetyaningrum et al. (2024) yang menyatakan bahwa *Sales Growth* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Profit Growth*.

Pengaruh Firm Size Terhadap Profit Growth

Tidak terdapat pengaruh signifikan *Firm Size* secara parsial terhadap *Profit Growth* menunjukkan bahwa besar kecilnya *Firm Size* PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk tidak mampu meningkatkan maupun menurunkan *Profit Growth* secara nyata. Dengan demikian, besar kecilnya *Firm Size* bukan menjadi faktor utama yang menentukan *Profit Growth* perusahaan. Meskipun perusahaan memiliki aset yang besar, laba tidak akan meningkat secara optimal apabila aset tersebut belum dimanfaatkan secara efektif dan efisien untuk mendukung kegiatan operasional perusahaan. Temuan penelitian ini didukung oleh penelitian Hapsari & Nofiana (2026) dan Pratama & Syakhrial (2025) yang menyatakan bahwa *Firm Size* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Profit Growth*.

Pengaruh Sales Growth dan Firm Size Terhadap Profit Growth

Terdapat pengaruh signifikan *Sales Growth* dan *Firm Size* secara simultan terhadap *Profit Growth* menunjukkan bahwa *Profit Growth* PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi merupakan hasil dari kombinasi berbagai faktor yang saling mendukung dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Dengan demikian, apabila aset tersebut dikelola secara efektif dan didukung dengan pertumbuhan penjualan yang baik, maka perusahaan akan memiliki kemampuan yang lebih besar dalam meningkatkan *Profit Growth*. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri & Andriansyah (2022) dan Ardati & Rismawandi (2026) yang didalam penelitiannya menyatakan

bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel *Firm Size* dan *Sales Growth* terhadap *Profit Growth*.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, terdapat hasil penelitian dan pembahasan yang dapat disimpulkan terkait pengaruh *Sales Growth* dan *Firm Size* terhadap *Profit Growth* pada PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk periode 2015-2025. Kesimpulan dari penelitian ini terdapat beberapa hal yaitu: (1) Terdapat pengaruh positif signifikan *Sales Growth* secara parsial terhadap *Profit Growth* pada PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk Periode 2015–2025. (2) Tidak terdapat pengaruh signifikan *Firm Size* secara parsial terhadap *Profit Growth* pada PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk Periode 2015–2025. (3) Terdapat pengaruh signifikan *Sales Growth* dan *Firm Size* secara simultan terhadap *Profit Growth* pada PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk Periode 2015–2025. Secara teoretis, *Sales Growth* disarankan agar lebih diperhatikan oleh perusahaan karena *Sales Growth* yang meningkat secara konsisten dapat meningkatkan *Profit Growth* yang dihasilkan perusahaan. Sehingga, perusahaan perlu menjaga *Sales Growth* secara berkelanjutan agar *Profit Growth* dapat terus meningkat.

Firm Size diharapkan tetap diperhatikan melalui peningkatan efektivitas penggunaan aset yang dimiliki. Pengelolaan aset yang baik penting untuk mendukung kinerja perusahaan dan menjaga keberlangsungan *Profit Growth* perusahaan. *Profit Growth* disarankan untuk lebih diperhatikan sebagai indikator kinerja keuangan perusahaan. *Profit Growth* yang baik mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, sehingga perlu dijaga kestabilannya agar mencerminkan kondisi keuangan perusahaan yang sehat dan berkelanjutan. Dari sisi praktis, untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan mengganti atau menambahkan variabel lain yang belum pernah diteliti sebelumnya. Selain itu, disarankan untuk menggunakan objek penelitian yang lebih beragam, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan dengan lebih baik. Untuk investor disarankan untuk mempertimbangkan *Sales Growth* perusahaan dalam pengambilan keputusan investasi, serta tidak hanya melihat pada *Firm Size* saat menilai kinerja Perusahaan.

DAFTAR REFERENSI

- Andhani, O. D., & Puspitaningrum, D. (2026). Analisis Perbandingan Return On Equity Ratio, Current Ratio, dan Debt to Equity Ratio pada PT Mayora Indah Tbk dan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Periode 2021-2024. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 13(1), 1283–1297. <https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v13i1.5725>
- Anggraini, J., & Rivandi, M. (2023). Return On Assets Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pertumbuhan Laba Perusahaan Consumer Goods Tahun 2018–2021. *Jurnal Riset Akuntansi*, 1(2), 173–187. <https://doi.org/10.54066/jura-itb.v1i3.410>
- Annisa, N., & Lutfi, A. M. (2026). Pengaruh Struktur Aset, Profitabilitas, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Struktur Modal pada PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk Periode 2014-2024. *Pajak Dan Manajemen Keuangan*, 3(1), 101–123. <https://doi.org/10.61132/pajamkeu.v3i1.2160>
- Ardati, Y., & Rismawandi. (2026). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Return On Asset (ROA) dan Debt To Equity Ratio (DER) Terhadap Pertumbuhan Laba (Study Empiris Pada Perusahaan Sektor Teknologi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2024). *Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi (JIMBE)*, 3(6), 70–84. <https://doi.org/10.59971/jimbe.v3i6.1020>
- 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. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ga/article/view/1936>
- Damayanti, N. P., & Puspitaningrum, D. (2026). Analisis Profitabilitas dalam Menilai Kinerja Keuangan Bank Umum BUMN 2022–2024: Pendekatan Deskriptif Kuantitatif. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(1), 583–597. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v6i1.1641>
- Dwiyanti, N., & Rahayu, S. (2025). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Operating Capacity, Sales Growth terhadap Financial Distress yang Dimoderasi dengan Profitabilitas. *Pajak Dan Manajemen Keuangan*, 2(5), 41–59. <https://doi.org/10.61132/pajamkeu.v2i5.1648>
- Fajriah, A. L., Idris, A., & Nadhiroh, U. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 1–12. <https://doi.org/10.38043/jimb.v7i1.3218>
- Fatimah, N. K., & Puspitaningrum, D. (2026). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba Sektor Consumer Non Cyclical di BEI. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(1), 341–354. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v6i1.1583>
- Febriyani, H., & Kuspriyono, T. (2025). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Solvabilitas terhadap Audit Delay pada Perusahaan Sub Sektor Minyak, Gas dan Batu Bara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2024. *Moneter: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 3(4), 181–198. <https://doi.org/10.61132/moneter.v3i4.1854>
- Handayani, N. K. L., & Rahyuda, H. (2025). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Food and Beverages. *E-Jurnal Manajemen*, 14(7), 480–495. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2025.v14.i7.p01>

- Hapsari, M., & Nofiana, L. (2026). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Net Profit Margin Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Pertumbuhan Laba PT Bukit Asam Tbk Periode 2015-2024. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 4(2), 849–859. <https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jiem/article/view/8891>
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu.
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif (Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif)*. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Maharani, I., Jamal, S. W., & Fauziah, F. (2025). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Debt to Equity Ratio Terhadap Pertumbuhan Laba Subsektor Food and Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2024. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 4(2), 725–734. <https://doi.org/10.59086/jam.v4i2.880>
- Mahmudah, M. L. T., & Mildawati, T. (2021). Pengaruh Rasio Keuangan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pertumbuhan Laba pada Perusahaan Property and Real Estate. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(2), 1–20.
- Norsiah, S., & Pratiwi, A. P. (2025). Pengaruh Thin Capitalization, Sales Growth, Capital Intensity terhadap Tax Avoidance dengan Kepemilikan Institusional sebagai Moderasi. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Perpajakan*, 2(4), 41–56. <https://doi.org/10.61132/jeap.v2i4.1415>
- Prasetyaningrum, D., Safitri, I., Melisa, N., & Halawa, V. (2024). Pengaruh Arus Kas Operasi, Beban Operasional, Harga Pokok Penjualan, dan Sales Growth Terhadap Pertumbuhan Laba. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(12), 133–137. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12511664>
- Pratama, R. A., & Syakhrial. (2025). Pengaruh Total Asset Turnover dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pertumbuhan Laba pada PT Indocement Tunggul Prakasa Tbk. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 2(6), 126–134. <https://doi.org/10.61722/jemba.v2i6.1567>
- Puspitaningrum, D. (2025). Analisis Sistem Manajemen Inventori Material Konstruksi Berbasis Cloud dan Real-Time. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Manajemen Kewirausahaan Dan Bisnis*, 2(2), 500–514. <https://doi.org/10.61132/prosemmasimkb.v2i2.228>
- Putri, I. F., & Anjilni, R. Q. (2025). Pengaruh Intensitas Modal, Ukuran Perusahaan, dan Sales Growth Terhadap Agresivitas Pajak. *Akuntansi Dan Ekonomi Pajak: Perspektif Global*, 2(1), 103–120. <https://doi.org/10.61132/aeppg.v2i1.860>
- Putri, T. E., & Andriansyah, A. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Pertumbuhan Laba. *Journal of Accounting for Sustainable Society*, 4(1), 16–28. <https://doi.org/10.35310/jass.v4i01.969>
- Razak, A., Guritno, Y., & Putra, A. M. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Net Profit Margin, dan Total Asset Turn Over terhadap Pertumbuhan Laba. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.35912/jakman.v3i1.566>
- Rizal, D. M. (2024). *Buku Wajib Investor dan Trader Pemula: Jangan Memulai Beli Saham Sebelum Membaca Buku Ini*. Anak Hebat Indonesia.

- Sadik, S., Anwar, S., & Friyanti, I. (2025). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Perputaran Persediaan Terhadap Pertumbuhan Laba: Studi Kasus PT Hero Supermarket Tbk. *Jurnal Investasi*, 11(3), 186–196. <https://doi.org/10.31943/investasi.v11i3.354>
- Setyowati, J. A. A., & Retnani, E. D. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pertumbuhan Laba Perusahaan Farmasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(6), 1–18.
- Udin, Y. R. (2026). Pengaruh Financial Distress dan Ukuran Perusahaan terhadap Audit Delay pada Perusahaan Konstruksi yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (JRIME)*, 4(2), 62–76. <https://doi.org/10.54066/jrime.v4i2.3822>
- Udin, Y. R., & Puspitaningrum, D. (2025). Bankruptcy Prediction of E-Commerce Companies on IDX Using Altman Z-Score, Springate, and Zmijewski. *Brilliant International Journal of Management and Tourism*, 5(3), 1–12. <https://doi.org/10.55606/bijmt.v5i3.5440>