

Analisis Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Profitabilitas Pada Usaha Matahari Cell Periode 2023–2025

¹ Putri Amanda Said, ²Andi Patimbangi, ³ Muhammad Ardi
^{1,2,3}Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri Bone, Sulawesi Selatan

E-mail : 1putryamandasaid@gmail.com, 2Andipatimbangi85@gmail.com
3Ardi65904@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh volume penjualan terhadap profitabilitas yang diproyeksikan melalui *Net Profit Margin* (NPM) pada Usaha Matahari Cell selama periode 2023–2025. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif asosiatif. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan pendapatan bulanan dan laba bersih selama 36 bulan. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana yang diolah menggunakan software SPSS. Hasil analisis deskriptif menunjukkan rata-rata omset bulanan sebesar Rp638.690.278 dengan NPM rata-rata berada pada kisaran 35%–36%. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa volume penjualan tidak memiliki pengaruh signifikan secara statistik terhadap tingkat profitabilitas (NPM) Matahari Cell, dengan nilai kontribusi (*R-Square*) yang relatif sangat kecil. Hal ini mengindikasikan bahwa profitabilitas pada bisnis retail telekomunikasi lebih didominasi oleh stabilitas margin produk dan efisiensi pengelolaan beban biaya operasional daripada sekadar peningkatan volume omset semata.

Kata kunci : *Volume Penjualan, Profitabilitas, Net Profit Margin, NPM, Matahari Cell*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of sales volume on profitability, projected through the Net Profit Margin (NPM), at Usaha Matahari Cell during the 2023–2025 period. This research applies a quantitative approach with an associative descriptive method. Secondary data utilized in this study consists of monthly revenue and net profit records spanning over 36 months. The data analysis technique employs simple linear regression processed using SPSS software. The descriptive analysis results indicate an average monthly turnover of Rp638,690,278, with the average NPM ranging consistently between 35%–36%. The hypothesis testing reveals that sales volume does not have a statistically significant effect on the profitability level (NPM) of Matahari Cell, indicated by a relatively minor contribution value (*R-Square*). This suggests that profitability in the telecommunications retail business is predominantly driven by product margin stability and efficient operational cost management, rather than merely boosting sales turnover.

Keyword : *Sales Volume, Profitability, Net Profit Margin, NPM, Matahari Cell*

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar utama dalam struktur ekonomi nasional Indonesia yang memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan pemerataan pendapatan (Akbar et al., 2025). Secara statistik, UMKM memberikan kontribusi yang sangat besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta menjadi penyerap tenaga kerja terbesar di tengah fluktuasi ekonomi global. Keberadaan UMKM seperti Matahari Cell bukan sekadar unit bisnis kecil, melainkan mesin penggerak ekonomi lokal yang memastikan perputaran uang tetap berjalan hingga ke tingkat desa. Penguatan UMKM secara langsung memperkuat ketahanan ekonomi nasional dari ancaman resesi karena sifatnya yang adaptif terhadap kebutuhan masyarakat setempat (Fauzi, 2023; Gitosudarmo, 2014).

Matahari Cell merupakan unit usaha mikro yang bergerak di bidang perdagangan telepon seluler dan jasa telekomunikasi yang berlokasi di wilayah pedesaan yang cukup jauh dari pusat perkotaan. Sebagai penyedia layanan teknologi utama di daerah tersebut, Matahari Cell memegang peranan penting dalam memenuhi kebutuhan komunikasi masyarakat setempat yang memiliki keterbatasan akses menuju pusat perbelanjaan kota. Lokasi geografis yang spesifik ini membentuk karakteristik operasional yang berbeda dibandingkan dengan toko seluler di wilayah urban, terutama dalam hal segmentasi pasar yang sangat dipengaruhi oleh latar belakang pekerjaan masyarakat sekitarnya. Kondisi tersebut menyebabkan struktur konsumen Matahari Cell didominasi oleh kelompok masyarakat yang berprofesi sebagai petani, yang merupakan basis ekonomi terbesar di wilayah operasional toko tersebut (Kholifah & Andini, 2024). Dominasi sektor pertanian dalam komposisi pelanggan menciptakan ketergantungan ekonomi yang sangat tinggi terhadap hasil bumi dan upah buruh tani sebagai sumber utama daya beli masyarakat. Berbeda dengan kelompok pekerja sektor formal yang memiliki pendapatan tetap

setiap bulan, kelompok petani memiliki pola pendapatan yang bersifat musiman, yang pada akhirnya memicu munculnya fenomena fluktuasi transaksi yang sangat tajam di toko ini (Rangkuti, 2016). Fenomena fluktuasi tersebut terlihat jelas pada aktivitas harian Matahari Cell yang menunjukkan adanya ketidakstabilan kunjungan pelanggan, di mana terdapat periode toko mengalami lonjakan pengunjung yang sangat padat dan periode di mana aktivitas transaksi menurun drastis hingga cenderung sunyi (Sanjaya et al., 2021). Penjualan biasanya mencapai titik tertinggi pada saat musim panen, di mana para petani memiliki likuiditas keuangan yang cukup untuk melakukan pembelian perangkat komunikasi. Namun, di luar masa panen tersebut, daya beli masyarakat menurun dan prioritas dialihkan pada kebutuhan pokok, yang kemudian menciptakan tantangan besar bagi manajemen dalam mengelola ketersediaan stok di tengah ketidakpastian harga dari pihak penyuplai (Fuad et al., 2018; Miftahuddin & Mahardhika, 2019).

Tantangan operasional yang dihadapi oleh Matahari Cell semakin kompleks dengan adanya dinamika harga perolehan barang dari pihak distributor yang tidak menentu. Berdasarkan observasi lapangan, sering terjadi kenaikan harga modal secara signifikan pada tanggal-tanggal tertentu yang memaksa pemilik usaha untuk meningkatkan alokasi modal kerja dalam waktu singkat. Ketidakstabilan harga modal dari distributor ini memaksa pemilik usaha untuk memutar otak dalam menentukan harga jual agar tetap kompetitif, meskipun hal tersebut sering kali berdampak pada margin keuntungan yang sangat tipis (Padriyansyah et al., 2022). Dalam upaya menghadapi tekanan harga modal serta lesunya pasar di luar musim panen, Matahari Cell terkadang terpaksa menerapkan kebijakan harga yang sangat ekstrem dan cenderung berisiko secara finansial. Terdapat indikasi bahwa pada produk-produk tertentu, harga jual yang ditetapkan berada pada titik yang sangat rendah, bahkan terkadang berada di bawah harga modal

perolehan awal demi menjaga perputaran arus kas. Meskipun strategi "jual rugi" ini dapat mempertahankan eksistensi toko di mata pelanggan, praktik tersebut menciptakan tanda tanya besar mengenai efektivitas volume penjualan yang dihasilkan terhadap profitabilitas nyata yang diterima oleh perusahaan (Sari & Haryanto, 2020). Secara teoritis, volume penjualan memang diharapkan memiliki pengaruh positif terhadap perolehan laba usaha, namun pada Matahari Cell ditemukan fenomena hubungan yang tidak konsisten antara banyaknya unit yang terjual dengan laba yang dihasilkan. Tingginya volume penjualan pada masa puncak (peak season) sering kali tidak memberikan kontribusi laba yang optimal karena tergerus oleh tingginya harga modal atau kebijakan harga murah yang telah diambil sebelumnya. Ketidakkonsistenan antara besarnya angka penjualan dengan laba bersih inilah yang menjadi inti permasalahan atau *research gap* yang harus dianalisis lebih mendalam (Juhendra et al., 2021).

Kesenjangan penelitian ini diperkuat dengan adanya perbedaan antara target perolehan laba dengan realitas volume penjualan yang terjadi di lapangan akibat variabel pengganggu yang bersifat eksternal. Terdapat ketidakpastian mengenai apakah peningkatan volume transaksi saat petani memiliki daya beli tinggi benar-benar mampu menutupi seluruh beban operasional dan kerugian margin yang terjadi selama periode sepi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji sejauh mana volume penjualan memberikan pengaruh nyata terhadap profitabilitas di tengah kondisi pasar yang sangat fluktuatif tersebut.

Dari beberapa penulis di atas analisis ini juga didasarkan pada aspek kebaruan (*novelty*) penelitian ini yang memfokuskan lokus penelitian pada UMKM sektor seluler di wilayah *rural* (wilayah pedesaan) dengan karakteristik ekonomi musiman. Sebagian besar penelitian mengenai profitabilitas toko seluler umumnya dilakukan pada objek penelitian di wilayah perkotaan dengan karakter pelanggan yang stabil secara

finansial. Dengan mengeksplorasi dinamika "ekonomi upah petani" terhadap bisnis perangkat digital, penelitian ini diharapkan dapat memberikan perspektif baru dalam literatur manajemen keuangan usaha mikro yang beroperasi di wilayah non-perkotaan (Riyanto, 2015). Pada akhirnya, urgensi dari penelitian ini menjadi sangat krusial bagi keberlangsungan Matahari Cell agar memiliki landasan analisis yang kuat dalam pengambilan kebijakan manajemen stok dan strategi penetapan harga. Mengingat kondisi usaha yang sangat sensitif terhadap pendapatan musiman warga dan fluktuasi harga modal, pemahaman yang mendalam mengenai pengaruh volume penjualan terhadap profitabilitas menjadi kunci utama. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman bagi pemilik usaha untuk tetap menjaga stabilitas profitabilitas di masa depan, baik pada saat kondisi pasar sedang ramai maupun saat sedang sunyi (Kuncoro, 2013).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa volume penjualan merupakan salah satu faktor penting yang berpotensi memengaruhi tingkat profitabilitas usaha Matahari Cell. Oleh karena itu, penelitian dengan judul "Analisis Pengaruh Volume Penjualan terhadap Profitabilitas pada Usaha Matahari Cell (Toko HP)" perlu dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh volume penjualan terhadap profitabilitas secara empiris. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis bagi pengembangan usaha serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya

Alasan mendasar saya menetapkan Matahari Cell di Tacipi sebagai objek penelitian adalah karena kedudukannya sebagai market leader dengan skala operasional dan volume transaksi terbesar ditingkat kecamatan. Toko ini menjadi pusat rujukan belanja bagi masyarakat luas, bahkan menjangkau konsumen dari daerah pelosok, sehingga data keuangan yang dihasilkan sangat representative untuk menggambarkan dinamika bisnis ritel di wilayah tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, penulis merasa tertarik untuk mengangkat permasalahan ini ke dalam sebuah penelitian ilmiah dengan judul: “Analisis Pengaruh Volume Penjualan terhadap Profitabilitas pada Usaha Matahari Cell.” Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan acuan bagi pelaku UMKM lainnya dalam memahami pentingnya pengelolaan volume penjualan secara efektif untuk mencapai profitabilitas yang optimal

2. LANDASAN TEORI

Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan ukuran kuantitatif yang menunjukkan besarnya jumlah barang atau jasa yang berhasil dijual oleh suatu usaha dalam periode tertentu, baik dinyatakan dalam satuan unit fisik maupun dalam bentuk nilai (omzet) (Handoko, 2012).

Perhatikan penggunaan bahasa. Gunakan Bahasa Indonesia yang baku untuk ragam ilmiah. Jika Anda menggunakan istilah asing yang belum diserap ke dalam Bahasa Indonesia, tuliskan *italic* (miring). Jika istilah tersebut sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia atau sudah lazim di dunia informatika, seperti monitor, tidak perlu Anda tulis miring (Handoko, 2015).

Adapun indikator dari Volume Penjualan, sebagai berikut:

- Pencapaian Volume Penjualan
- Perolehan laba dari penjualan,
- Kontribusi terhadap Pertumbuhan Usaha
- Pengukuran Jumlah Unit yang Terjual
- Pengukuran Nilai Penjualan (Omzet) (Mulyadi, 2017).

Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan (Sukirno, 2015). Profitabilitas menggambarkan kinerja fundamental

perusahaan ditinjau dari tingkat efisiensi dan efektivitas operasi perusahaan dalam memperoleh laba. Konsep profitabilitas dalam teori keuangan sering dilakukan sebagai indikator kinerja fundamental perusahaan mewakili kinerja manajemen (Swastha & Irawan, 2008).

Dalam penelitian pada Matahari Cell ini, perhitungan rasio profitabilitas difokuskan dan diukur secara spesifik menggunakan Net Profit Margin (NPM). Net Profit Margin adalah rasio yang menggambarkan tingkat keuntungan yang diperoleh dibanding dengan pendapatan yang diterima dari kegiatan operasionalnya (Syamsuddin, 2016). Rasio ini dapat dirumuskan sebagai berikut: Rasio ini dapat dirumuskan sebagai berikut (Siagian, 2018):

$$NPM = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Penjualan}} \times 100\%$$

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

UMKM didefinisikan sebagai unit usaha produktif yang dilakukan oleh individu atau badan usaha yang berdiri sendiri dan memenuhi kriteria tertentu berdasarkan aset dan hasil penjualan atau omzet tahunan (Sartono, 2010).

Matahari Cell

Matahari Cell Toko didirikan oleh Bapak Jamal Galmianto seorang pria kelahiran Belopa, 31 Mei 1971, merintis usaha ini dengan menjadi satu-satunya penyedia jasa pengisian pulsa di area Tacipi. Matahari Cell terus melakukan adaptasi terhadap tren teknologi terus dilakukan, adaptasi tersebut dimulai dengan penyediaan brand Oppo, yang kemudian diikuti secara cepat oleh brand Vivo, Realme, hingga Advan hanya dalam kurun waktu dua tahun

3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif asosiatif untuk menguji hubungan kausalitas antar variabel. Data yang digunakan merupakan data sekunder berupa laporan keuangan bulanan (omset penjualan dan laba bersih) Usaha Matahari Cell periode Januari 2023 hingga Desember 2025.

Populasi sekaligus sampel dalam penelitian ini adalah seluruh laporan data keuangan bulanan selama 36 bulan (teknik sampling jenuh/sensus). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode dokumentasi langsung dari pencatatan internal toko.

Variabel penelitian diidentifikasi dan diukur secara operasional sebagai berikut:

- a. Variabel Independen (X): Volume Penjualan, diukur berdasarkan total nilai omset penjualan bulanan (Rupiah).
- b. Variabel Dependen (Y): Profitabilitas, diproyeksikan melalui rasio *Net Profit Margin* (NPM) dengan rumus (Sugiyono, 2023).

Teknik analisis data yang diterapkan meliputi analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik (uji normalitas Kolmogorov-Smirnov, uji linearitas, dan uji heteroskedastisitas Glejser), serta analisis regresi linear sederhana menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS. Persamaan fungsi linear yang diuji dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Volumen Penjualan terhadap Profitabilitas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa volume penjualan tidak memiliki

pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas pada Usaha Matahari Cell di Kecamatan Ulaweng. Secara empiris, fluktuasi penjualan yang terjadi tidak serta-merta menjamin naik-turunnya laba bersih, sehingga temuan ini perlu dimaknai lebih dalam melalui perspektif Teori Titik Impas dan konsep Leverage Operasi dalam manajemen keuangan di Indonesia. Pada dasarnya, setiap pelaku usaha termasuk UMKM, menghadapi dua jenis biaya operasional, yaitu biaya tetap seperti biaya listrik, biaya bahan bakar untuk melakukan COD dan penyusutan peralatan, serta biaya seperti pembelian saldo pulsa, kuota internet, dan stok aksesori dari distributor. Dalam konteks ini, efisiensi biaya variabel menjadi kunci karena jika harga modal dari distributor naik, maka volume penjualan tinggi sekalipun tidak akan mampu mengompensasi tipisnya margin keuntungan yang didapat.

Dalam kegiatan operasional Matahari Cell, biaya tetap bersifat konstan dan tetap harus dibayar setiap bulan tanpa bergantung pada tinggi rendahnya jumlah transaksi. Dinamika ini menjelaskan mengapa secara statistik volume penjualan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan, hal ini dikarenakan adanya ambang batas biaya operasional yang harus tertutup terlebih dahulu sebelum lonjakan penjualan bisa berdampak pada profit. Ketika volume penjualan meningkat hingga melampaui titik impas, maka biaya tetap tersebut akan tersebar ke lebih banyak unit penjualan. Kondisi ini membuat biaya operasional per unit menjadi lebih rendah. Oleh karena itu, bagi Usaha Matahari Cell, fokus utama bukanlah sekadar meningkatkan kuantitas transaksi, melainkan menjaga agar titik impas (*break-even point*) tetap rendah melalui pengelolaan stok yang efisien.

Penurunan biaya per unit tersebut pada akhirnya memperbesar margin laba bersih, sehingga profitabilitas usaha dapat meningkat secara nyata, meskipun

keuntungan dari setiap transaksi penjualan pulsa atau voucher secara satuan relatif kecil. Keterkaitan hasil tersebut sejalan dengan Teori Atribusi Keuntungan Efisiensi, yang menyatakan bahwa laba atau profitabilitas yang tinggi merupakan imbalan atas efisiensi operasional yang berhasil dicapai oleh pengusaha.

Dalam ini Matahari Cell, melakukan efisiensi tersebut bukan dari pemotongan biaya operasional, melainkan dari optimalisasi kapasitas konter. Dengan memanfaatkan ruang ruko dan fasilitas yang sama untuk melayani volume transaksi yang lebih padat, Matahari Cell berhasil mencapai tingkat efisiensi biaya per transaksi yang maksimal, yang secara langsung berkonversi menjadi peningkatan profitabilitas usaha, meski secara statistik volume penjualan belum menunjukkan korelasi signifikan terhadap laba dalam model regresi. Fenomena ini terjadi karena Matahari Cell memaksimalkan kapasitas ruangan toko yang luas dengan menyediakan berbagai layanan utama secara terintegrasi, mulai dari penjualan handphone, pajangan aksesoris yang lengkap, hingga area khusus untuk layanan *service* yang bisa ditunggu. Berdasarkan pengamatan peneliti, layanan *service* cepat di tempat ini menjadi daya tarik utama karena konsumen dapat menunggu dengan nyaman di dalam toko sembari melihat-lihat produk aksesoris atau unit handphone baru yang dipajang. Selain itu, proses transaksi untuk pembelian produk dan jasa *service* ini menjadi jauh lebih cepat karena adanya pilihan pembayaran nontunai via transfer bank dan QRIS. Konsumen tidak perlu lagi mengantre lama atau menunggu uang kembalian, mengingat nominal transaksi untuk handphone dan *service* biasanya cukup besar. Kecepatan pelayanan dan kemudahan sistem pembayaran nontunai inilah yang membuat modal harian konter dapat berputar lebih cepat tanpa

menambah biaya operasional, sehingga keuntungan toko tetap terjaga meskipun penjualan pulsa reguler sedang tidak menentu.

Selain itu, fenomena ini sejalan dengan Teori Perputaran Modal dalam manajemen modal kerja, yang menjelaskan bahwa kecepatan perputaran aset atau barang dagangan merupakan kunci utama dalam menciptakan profitabilitas yang optimal bagi usaha dengan margin tipis. Hubungan kausalitas ini membuktikan bahwa semakin tinggi volume penjualan pulsa dan paket data, semakin cepat pula modal kerja Matahari Cell berputar untuk menghasilkan laba kembali.

Temuan ini juga sama dengan penelitian sebelumnya di Indonesia oleh Kadek Heri Sanjaya, I Made Candiasa, dan Nyoman Dantes (2021) yang menunjukkan bahwa volume penjualan merupakan faktor paling dominan dalam menjaga kestabilan laba bersih UMKM. Meskipun hasil riset ini menunjukkan hasil berbeda, perbedaan ini justru memperkaya literatur mengenai pentingnya menjaga keseimbangan antara volume dan efisiensi biaya dalam menghadapi persaingan pasar yang ketat.

Di samping itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan studi Ahmad Fauzi (2023) yang menegaskan bahwa pada bisnis ritel dengan produk homogen seperti konter pulsa, strategi utama untuk menjaga keuntungan bukan terletak pada kenaikan harga jual di atas harga pasar, karena konsumen cenderung peka terhadap harga, melainkan pada peningkatan perputaran volume penjualan. Namun, studi ini mengingatkan bahwa volume harus dibarengi dengan manajemen biaya yang presisi agar profitabilitas dapat tercapai secara konsisten.

Dengan perputaran penjualan yang cepat, akumulasi keuntungan kecil dari setiap transaksi dapat berkembang menjadi profitabilitas yang besar pada akhir periode akuntansi. Hal ini

menegaskan bahwa dalam ekosistem bisnis konter pulsa di Kecamatan Ulaweng, volume penjualan tetap merupakan variabel strategis yang vital, meskipun pengaruhnya dalam model saat ini perlu dikombinasikan dengan manajemen biaya yang lebih presisi agar hasil yang didapatkan lebih optimal.

2. Besarnya Pengaruh Volume Penjualan terhadap Profitabilitas

Besarnya pengaruh volume penjualan terhadap profitabilitas, hasil analisis koefisien determinasi (R^2) menunjukkan angka sebesar 0,064 atau hanya berkontribusi sebesar 6,4% terhadap variasi profitabilitas pada Usaha Matahari Cell. Temuan ini mengindikasikan bahwa fluktuasi atau besar kecilnya omzet penjualan pulsa, kuota, maupun aksesoris yang dicapai oleh toko tidak serta-merta menjadi penentu utama dalam menggeser persentase margin keuntungan bersih perusahaan. Angka kontribusi yang relatif rendah ini mengonfirmasi bahwa kemampuan variabel volume penjualan dalam menjelaskan perubahan rasio profitabilitas sangat terbatas. Sementara itu, sebagian besar variasi atau sisa pengaruhnya sebesar 93,6% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini.

Kondisi ini sejalan dengan teori lingkungan bisnis dan konsep manajemen strategis yang menyatakan bahwa keberhasilan suatu usaha sangat bergantung pada kemampuannya menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan bisnis. Pada Usaha Matahari Cell, terdapat faktor dominan lain di luar volume penjualan yang sangat menentukan keuntungan, yaitu efisiensi biaya operasional dan kekuatan tawar-menawar dengan pemasok. Hal ini memperkuat relevansi teori lima porter (*Porter's Five Forces*), khususnya mengenai kekuatan tawar-menawar pemasok. Dalam struktur pasar retail pulsa, semakin rendah harga modal yang

didapatkan dari agen utama, semakin lemah kekuatan tawar pemasok terhadap konter, sehingga semakin besar margin keuntungan yang dapat dikunci, terlepas dari berapapun volume yang terjual.

Selain itu, terbatasnya pengaruh volume penjualan ini juga dipengaruhi oleh perubahan perilaku konsumen. Saat ini paket data tidak lagi dianggap sebagai kebutuhan tambahan, tetapi telah menjadi kebutuhan utama masyarakat sehingga permintaannya relatif stabil. Berdasarkan perspektif ekonomi mikro, kondisi ini menunjukkan bahwa produk digital telah bergeser menjadi barang dengan permintaan inelastis, di mana perubahan harga tidak akan secara drastis menurunkan kuantitas permintaan, sehingga memberikan jaminan stabilitas pendapatan, namun tidak selalu berkorelasi dengan kenaikan margin keuntungan yang besar secara proporsional.

Hal ini sejalan dengan pengamatan peneliti di lapangan, di mana penjualan pulsa reguler tidak memengaruhi profitabilitas secara signifikan karena pergeseran perilaku konsumen. Konsumen yang mendatangi Matahari Cell sebagian besar berfokus pada pembelian unit handphone, kelengkapan aksesoris, serta memanfaatkan layanan *service* yang bisa ditunggu. Karena ruangan toko yang luas dan nyaman, konsumen cenderung menghabiskan waktu lebih lama untuk memilih aksesoris saat menunggu proses perbaikan handphone mereka selesai. Selain itu, dengan nominal transaksi handphone dan jasa *service* yang relatif besar, penggunaan pembayaran nontunai via transfer bank dan QRIS sangat mempermudah proses transaksi di kasir. Faktor inilah yang menjelaskan mengapa profitabilitas Matahari Cell tetap stabil di dunia nyata, sebab perputaran keuntungan terbesar justru lahir dari akumulasi penjualan produk utama dan layanan jasa tersebut, bukan dari volume penjualan pulsa.

Keberhasilan profitabilitas Usaha Matahari Cell juga tidak terlepas dari pengelolaan aset tidak berwujud (*intangible assets*). Fenomena loyalitas pelanggan ini mengonfirmasi teori berbasis sumber daya (*Resource-Based View*) yang menyatakan bahwa reputasi pelayanan dan loyalitas pelanggan merupakan sumber utama dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Strategi diversifikasi produk seperti penyediaan voucher game dan layanan pembayaran digital (PPOB) juga berperan krusial. Langkah ini selaras dengan teori diversifikasi produk, yang menjelaskan bahwa perluasan varian layanan fungsional dapat meminimalkan risiko ketergantungan pada satu produk inti sekaligus menciptakan efek penjualan silang (*cross-selling*) untuk memaksimalkan laba bersih. Dengan demikian, besarnya keuntungan Usaha Matahari Cell merupakan hasil kombinasi kompleks antara volume penjualan dan kemampuan usaha dalam mengelola berbagai faktor pendukung eksternal yang jauh lebih dominan.

3. Pola Hubungan dalam Konteks UMKM Sektor Elektronik

Pola hubungan dalam konteks UMKM sektor elektronik, hasil uji linearitas menunjukkan bahwa hubungan antara volume penjualan dan profitabilitas pada Usaha Matahari Cell membentuk pola linear yang konsisten. Meskipun secara statistik pengaruhnya tidak signifikan, secara operasional kedua variabel ini memiliki keterkaitan yang sangat erat. Peningkatan volume penjualan yang didukung oleh sarana elektronik, seperti penggunaan media sosial dan sistem transaksi digital menjadi katalis utama yang mengakibatkan omzet penjualan meningkat secara stabil. Fenomena ini sejalan dengan pandangan Mulyadi (2017) yang menyatakan bahwa dalam bisnis ritel, integrasi antara volume transaksi dan penggunaan teknologi

informasi merupakan syarat mutlak dalam membangun sistem operasional yang efisien untuk mencapai sasaran laba perusahaan.

Integrasi perangkat elektronik dalam operasional konter, baik untuk promosi maupun sistem transaksi digital, menciptakan alur kerja yang lebih efisien dan mempercepat perputaran barang. Ketika konter menggunakan perangkat elektronik secara optimal untuk mengelola data penjualan dan berinteraksi dengan pelanggan, volume transaksi harian cenderung meningkat secara otomatis. Hal ini memperkuat teori efisiensi pasar yang dijelaskan oleh Gitosudarmo (2014), di mana akses informasi yang cepat melalui bantuan teknologi elektronik terbukti mampu meningkatkan pangsa pasar usaha kecil di tengah ketatnya persaingan.

Lebih jauh lagi, pola hubungan ini mencerminkan adanya fungsi teknologi sebagai bagian dari strategi bertahan hidup pelaku usaha kecil. Penggunaan perangkat elektronik untuk memproses transaksi PPOB (*Payment Point Online Bank*) atau voucher digital memungkinkan Usaha Matahari Cell memperluas segmen pelanggan. Hal ini selaras dengan konsep yang dikemukakan oleh Siagian (2018) bahwa digitalisasi operasional bagi UMKM merupakan langkah strategis untuk menekan biaya transaksi sekaligus mempercepat siklus konversi kas.

Dalam konteks UMKM sektor elektronik di Indonesia, hubungan antara peningkatan volume penjualan dengan profitabilitas bersifat moderat karena adanya biaya pemeliharaan teknologi dan beban penyusutan peralatan elektronik. Namun, secara strategis, pola hubungan ini sejalan dengan penelitian Sari & Haryanto (2020) yang menegaskan bahwa bagi UMKM sektor perdagangan, investasi pada perangkat elektronik bukan sekadar pengeluaran, melainkan instrumen *omnichannel* yang vital untuk mendukung keberlangsungan jangka

panjang.

Berdasarkan penelitian di lapangan, penggabungan metode teknologi ini diterapkan secara nyata oleh Matahari Cell melalui penyediaan sistem pembayaran nontunai (QRIS dan transfer bank) serta peralatan teknis yang modern. Dengan memanfaatkan ruangan toko yang luas, pemilik berhasil menyatukan area penjualan produk fisik dengan area layanan *service* yang transparan. Keberadaan fasilitas pembayaran digital yang cepat serta layanan perbaikan yang bisa ditunggu di tempat ini membangun kepercayaan (*trust*) yang tinggi dari konsumen. Konsumen merasa aman karena proses perbaikan perangkat dapat dilihat langsung, dan proses pelunasan dengan nominal besar menjadi lebih praktis tanpa risiko uang tunai. Pola hubungan ekosistem digital dan kenyamanan fasilitas inilah yang menjadi alasan mengapa Matahari Cell mampu mempertahankan loyalitas pelanggan lokal dan menjaga stabilitas profitabilitasnya dalam jangka panjang.

Pola hubungan linear ini juga mengindikasikan bahwa Usaha Matahari Cell telah berhasil membangun ekosistem digital internal yang mendukung aktivitas penjualan. Dengan memanfaatkan media promosi elektronik, jangkauan pemasaran yang sebelumnya terbatas pada wilayah Ulaweng kini dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Hal ini mengonfirmasi pendapat Handoko (2015) bahwa kemampuan UMKM dalam memanfaatkan perangkat teknologi untuk mempromosikan produk memiliki korelasi positif terhadap peningkatan *awareness* konsumen yang kemudian berpotensi meningkatkan volume penjualan.

Dengan demikian, meskipun profitabilitas tidak langsung melesat hanya karena volume penjualan, integrasi teknologi elektronik dalam operasional usaha menjadi fondasi dasar bagi stabilitas arus kas usaha di tengah

persaingan pasar yang semakin digital di Indonesia. Fokus pada efisiensi penggunaan teknologi ini terbukti mampu menjaga keseimbangan antara operasional harian dengan target profitabilitas jangka panjang. Integrasi ini memberikan bukti empiris bahwa keberhasilan UMKM di era digital sangat ditentukan oleh kesiapan mereka dalam mengadopsi perangkat elektronik sebagai alat bantu utama untuk memenangkan persaingan pasar.

5. KESIMPULAN

Volume penjualan secara statistik tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas (*Net Profit Margin*). Hal ini dibuktikan oleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,064 yang menunjukkan kontribusi volume penjualan hanya sebesar 6,4%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh aset tidak berwujud dan efisiensi biaya operasional. Meskipun pengaruhnya tidak signifikan secara statistik, kedua variabel ini membentuk pola hubungan linear yang konsisten dan secara operasional memiliki keterikatan yang sangat erat. Stabilitas keuntungan Matahari Cell berhasil dijaga melalui strategi integrasi layanan mandiri seperti penyediaan unit *handphone*, aksesori lengkap, dan jasa servis cepat yang didukung oleh pemanfaatan sistem pembayaran nontunai (QRIS) serta teknologi promosi digital untuk menjaga target profitabilitas jangka panjang.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih yang tak terhingga untuk suami tercinta yang selalu menjadi *support system* terbaik, memberikan doa, kasih sayang, serta kesabaran yang tiada henti. Apresiasi dan rasa terima kasih yang mendalam juga penulis haturkan kepada dosen pembimbing atas segala arahan dan ilmunya, serta keluarga besar dan teman-teman tercinta yang tiada

bosannya memberikan dukungan moral dan motivasi hingga karya ilmiah ini dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. S., Nugroho, H. S., & Rahmawati, A. (2025). Inovasi program Rumah Kreatif Sleman dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial*, 11(1), 214–228. <https://doi.org/10.33506/jn.v11i1.4526>
- Fauzi, A. (2023). Strategi volume penjualan dalam meningkatkan net profit margin pada UMKM sektor retail. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 45.
- Fuad, M., H., C., Nurlala, Sugiarto, & Ramani, P. E. (2018). *Pengantar bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Gitosudarmo, I. (2014). *Manajemen pemasaran* (2nd ed.). BPFE-Yogyakarta.
- Handoko, T. H. (2012). *Manajemen*. BPFE Yogyakarta.
- Handoko, T. H. (2015). *Manajemen* (2nd ed.). BPFE-Yogyakarta.
- Juhendra, I., Nasution, M. A., & Zulkarnain, M. (2021). Pengaruh kelengkapan produk dan stock produk terhadap volume penjualan pada PT. Cahaya Jaya Utama Jemadi di Medan. *Jurnal Manajemen*, 4(1), 20.
- Kholifah, A. N., & Andini, C. T. (2024). Peran UMKM terhadap perekonomian di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Populer*, 3(2), 12.
- Kuncoro, M. (2013). *Strategi bagaimana meraih keunggulan kompetitif* (2nd ed.). Erlangga.
- Miftahuddin, A., & Mahardhika, A. S. (2019). Determinan harga saham pada perusahaan retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Accounting and Management Journal*, 3(2), 57–68. <https://doi.org/10.33086/amj.v3i2.1316>
- Mulyadi. (2017). *Sistem akuntansi* (4th ed.). Salemba Empat.
- Padriyansyah, Rachmat, R. Al, & Pratiwi, T. S. (2022). Sales volume, operating cost and its effect on profitability (Study on listed companies in the Indonesia Stock Exchange (IDX) for 2017-2020). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 54. <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1.397>
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis reorientasi konsep perencanaan strategis untuk menghadapi abad 21*. Gramedia Pustaka Utama.
- Riyanto, B. (2015). *Dasar-dasar pembelanjaan perusahaan* (4th ed.). BPFE-Yogyakarta.
- Sanjaya, K. H., Candiasa, I. M., & Dantes, N. (2021). Analisis volume penjualan dan efisiensi biaya operasional terhadap profitabilitas pada usaha mikro kecil dan menengah. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Eksekutif*, 18(2), 115.
- Sari, D., & Haryanto. (2020). Peran teknologi informasi dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM sektor perdagangan. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 9(3), 210.
- Sartono, A. (2010). *Manajemen keuangan teori dan aplikasi* (4th ed.). BPFE-Yogyakarta.

- Siagian, S. P. (2018). *Manajemen sumber daya manusia* (2nd ed.). Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sukirno, S. (2015). *Mikroekonomi teori pengantar* (3rd ed.). PT RajaGrafindo Persada.
- Swastha, B., & Irawan. (2008). *Manajemen pemasaran modern* (2nd ed.). Liberty Yogyakarta.
- Syamsuddin, L. (2016). *Manajemen keuangan perusahaan: Konsep aplikasi dalam perencanaan, pengawasan, dan pengambilan keputusan*. PT RajaGrafindo Persada.

