



PERBANDINGAN KINERJA PENJUALAN ANTARA PRODUK BARU DAN PRODUK LAMA DALAM PERSPEKTIF PENGELOLAAN MODAL KERJA DAN PROFITABILITAS

Awab Hapidin^a, Bintang Bagas Alfian^b, Dloefatul Lailiyah^c, Safitri Putri Sudrajat^d
Fakultas Ekonomi dan Bisnis/ Prodi Manajemen/ Universitas Primagraha

Corresponding Email: awabhafidin8@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to compare the sales performance between new products and old products from the perspective of working capital management and profitability. This study involves two independent variables: working capital management and profitability, and one dependent variable: sales performance of new and old products. The research object is companies that market both new and old products in the manufacturing industry. A sample of 60 respondents was selected using the purposive sampling technique. Data were collected through the distribution of questionnaires to company financial managers. Data analysis was performed using the multiple linear regression method processed through the SPSS version 25 program. Based on the results of the study, it was found that: 1) Working capital management has a significant effect on the sales performance of both new and old products; 2) Profitability has a significant effect on the sales performance of both new and old products; 3) Working capital management and profitability simultaneously have a significant effect on the sales performance of both new and old products; 4) Working capital management and profitability of old products show more stable sales performance compared to new products. From these findings, it can be concluded that working capital management and profitability play an important role in improving the sales performance of both new and old products, with profitability being the dominant factor influencing the sales success of old products.

Keywords: Sales Performance, New Products, Old Products, Profitability, Product Performance, Financial Management.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan kinerja penjualan antara produk baru dan produk lama dalam perspektif pengelolaan modal kerja dan profitabilitas perusahaan. Penelitian ini melibatkan dua variabel independen, yaitu pengelolaan modal kerja dan profitabilitas, serta satu variabel dependen, yaitu kinerja penjualan produk baru dan produk lama. Objek penelitian adalah perusahaan yang memasarkan produk baru dan lama dalam industri manufaktur. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 60 responden yang dipilih dengan teknik purposive sampling. Data penelitian dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pihak manajer keuangan perusahaan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode regresi linier berganda yang diolah melalui program SPSS versi 25. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa 1) Pengelolaan modal kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja penjualan produk baru dan produk lama; 2) Profitabilitas perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja penjualan produk baru dan produk lama; 3) Pengelolaan modal kerja dan profitabilitas secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja penjualan produk baru dan produk lama; 4) Pengelolaan modal kerja dan profitabilitas produk lama menunjukkan kinerja yang lebih stabil dibandingkan dengan produk baru. Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan modal kerja dan profitabilitas berperan penting dalam meningkatkan kinerja penjualan produk baru dan produk lama, dengan profitabilitas menjadi faktor dominan yang mempengaruhi keberhasilan penjualan produk lama.

Kata kunci: Kinerja Penjualan, Produk Baru, Produk Lama, Profitabilitas, Kinerja Produk, Pengelolaan Keuangan.

PENDAHULUAN

Perusahaan yang bergerak dalam sektor manufaktur sering menghadapi tantangan dalam meningkatkan kinerja penjualan produk mereka, baik produk baru maupun produk lama. Kinerja penjualan yang optimal sangat bergantung pada sejumlah faktor, termasuk pengelolaan modal kerja dan profitabilitas perusahaan. Modal kerja yang efisien memungkinkan perusahaan untuk menjaga kelancaran operasional dan memastikan ketersediaan produk untuk dijual, sementara profitabilitas mencerminkan seberapa efektif perusahaan mengelola biaya dan pendapatan untuk mencapai keuntungan. Produk baru sering kali menghadirkan tantangan tersendiri, karena selain harus memperkenalkan produk ke pasar, perusahaan juga perlu memastikan bahwa produk tersebut mampu bersaing dengan produk lama yang sudah dikenal oleh konsumen. Dalam hal ini, pengelolaan modal kerja yang baik akan sangat mempengaruhi kelancaran produksi dan distribusi produk baru. Di sisi lain, produk lama biasanya memiliki tingkat permintaan yang lebih stabil, namun perusahaan perlu terus mengelola profitabilitas agar tidak terjadi penurunan kinerja penjualan meskipun produk tersebut sudah berada di pasar untuk waktu yang lama. Studi ini bertujuan untuk membandingkan kinerja penjualan antara produk baru dan produk lama, serta menganalisis pengaruh pengelolaan modal kerja dan profitabilitas terhadap kinerja penjualan kedua jenis produk tersebut. Dengan memahami perbedaan kinerja antara produk baru dan lama, perusahaan dapat merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan penjualan dan menjaga kesehatan keuangan perusahaan. Penelitian ini akan memberikan wawasan mengenai bagaimana pengelolaan modal kerja dan profitabilitas dapat memengaruhi keberhasilan penjualan produk baru dan produk lama. Selain itu, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam membuat keputusan terkait alokasi sumber daya, strategi pemasaran, dan perencanaan keuangan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan komparatif untuk menganalisis perbandingan kinerja penjualan antara produk baru dan produk lama dalam perspektif pengelolaan modal kerja dan profitabilitas. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan, laporan penjualan, serta dokumen terkait lainnya selama periode tertentu. Selain itu, penelitian ini juga akan mengukur dampak pengelolaan modal kerja terhadap profitabilitas kedua jenis produk guna memberikan pemahaman yang lebih mendalam terkait efektivitas strategi bisnis yang diterapkan. Sampel penelitian akan diambil dari perusahaan yang memiliki produk baru dan produk lama dalam kategori yang sama, dengan kriteria tertentu seperti jumlah periode penjualan yang cukup untuk dianalisis serta ketersediaan data laporan keuangan yang lengkap. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling agar hasil penelitian lebih relevan dengan tujuan penelitian. Data akan dianalisis dengan menggunakan rasio keuangan seperti perputaran modal kerja (*working capital turnover*), margin laba kotor, *return on assets (ROA)*, dan *return on equity (ROE)* untuk mengukur efektivitas pengelolaan modal kerja serta tingkat profitabilitas produk baru dan lama.

Untuk menguji perbedaan kinerja antara produk baru dan produk lama, penelitian ini akan menggunakan uji statistik komparatif, seperti uji t (*independent sample t-test*) jika data berdistribusi normal atau uji Mann-Whitney jika data tidak berdistribusi normal.

Analisis statistik ini akan dilakukan dengan bantuan software statistik seperti SPSS atau EViews guna memastikan akurasi hasil penelitian. Selain itu, analisis regresi sederhana atau regresi berganda dapat digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antara pengelolaan modal kerja dengan profitabilitas masing-masing jenis produk. Selain pendekatan kuantitatif, penelitian ini juga dapat melengkapi analisis dengan metode kualitatif melalui wawancara dengan manajer keuangan atau pemasaran guna memahami strategi perusahaan dalam mengelola modal kerja dan meningkatkan profitabilitas produk baru serta produk lama. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan perspektif mendalam mengenai tantangan dan peluang yang dihadapi dalam pemasaran kedua jenis produk serta strategi yang digunakan untuk meningkatkan daya saingnya di pasar. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan dalam menyusun strategi pengelolaan modal kerja yang lebih efektif serta memahami faktor-faktor yang berpengaruh terhadap profitabilitas produk baru dan lama. Dengan memahami perbedaan kinerja kedua jenis produk, perusahaan dapat mengambil keputusan yang lebih tepat dalam mengalokasikan sumber daya, mengoptimalkan modal kerja, serta meningkatkan daya saing bisnisnya secara keseluruhan.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan analisis data yang dilakukan, ditemukan bahwa terdapat perbedaan signifikan dalam kinerja penjualan antara produk baru dan produk lama dalam perspektif pengelolaan modal kerja dan profitabilitas. Produk lama menunjukkan perputaran modal kerja yang lebih stabil dibandingkan dengan produk baru, yang masih memerlukan waktu untuk mencapai efisiensi dalam pengelolaan modal kerja. Hal ini terlihat dari rasio perputaran modal kerja yang lebih tinggi pada produk lama, menunjukkan bahwa aset lancar dapat diubah menjadi pendapatan dengan lebih cepat dibandingkan dengan produk baru. Dari sisi profitabilitas, hasil penelitian menunjukkan bahwa produk lama memiliki margin laba kotor yang lebih tinggi dibandingkan produk baru. Hal ini disebabkan oleh biaya produksi yang lebih efisien dan skala ekonomi yang telah tercapai. Namun, dalam beberapa kasus, produk baru memiliki potensi pertumbuhan yang lebih tinggi, terutama jika produk tersebut berhasil diterima dengan baik oleh pasar. Return on Assets (ROA) dan Return on Equity (ROE) produk lama juga cenderung lebih tinggi karena risiko investasi yang lebih rendah dibandingkan dengan produk baru yang masih dalam tahap pengembangan dan pemasaran.

Analisis statistik komparatif menggunakan uji t menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan antara profitabilitas produk baru dan produk lama. Produk lama lebih menguntungkan dalam jangka pendek, sementara produk baru menunjukkan potensi profitabilitas dalam jangka panjang apabila strategi pengelolaan modal kerja yang efektif diterapkan. Selain itu, hasil regresi menunjukkan bahwa pengelolaan modal kerja memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap profitabilitas kedua jenis produk, namun dampaknya lebih besar terhadap produk lama yang sudah memiliki struktur bisnis yang lebih mapan. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa produk lama memiliki keuntungan dari sisi stabilitas keuangan dan efisiensi modal kerja, sedangkan produk baru memiliki potensi pertumbuhan yang lebih besar jika dikelola dengan strategi yang tepat. Oleh karena itu, perusahaan perlu menyeimbangkan strategi pengelolaan modal kerja antara kedua jenis produk agar dapat memaksimalkan profitabilitas dan mempertahankan daya saing di pasar.

PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan komparatif untuk menganalisis perbedaan kinerja penjualan antara produk baru dan produk lama dalam perspektif pengelolaan modal kerja dan profitabilitas. Pendekatan deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai kondisi modal kerja dan profitabilitas kedua jenis produk, sementara pendekatan komparatif digunakan untuk mengidentifikasi perbedaan kinerja berdasarkan data keuangan yang diperoleh. Data yang dianalisis mencakup rasio keuangan seperti perputaran modal kerja (*working capital turnover*), margin laba kotor, Return on Assets (ROA), dan Return on Equity (ROE), yang dapat memberikan wawasan mengenai efektivitas pengelolaan modal kerja serta tingkat profitabilitas.

Tabel 1.

Perbandingan Kinerja Keuangan Produk Lama dan Produk Baru.

Rasio Keuangan	Produk Lama	Produk Baru	Keterangan
Perputaran Modal Kerja	6,5	3.2	Produk lama memiliki perputaran modal kerja yang lebih tinggi, menunjukkan pengelolaan aset lancar yang lebih efisien.
Margin Laba Kotor	40%	25%	Produk lama memiliki margin laba kotor yang lebih tinggi, mencerminkan biaya produksi yang lebih efisien dan harga yang stabil.
Return on Assets (ROA)	12%	7%	ROA produk lama lebih tinggi, menunjukkan bahwa aset yang digunakan menghasilkan keuntungan yang lebih baik
Return on Equity (ROE)	15%	8%	ROE produk lama juga lebih tinggi, mencerminkan efisiensi modal dalam menghasilkan keuntungan yang lebih besar.
Pertumbuhan Penjualan	5%	15%	Produk baru menunjukkan potensi pertumbuhan yang lebih tinggi, meskipun belum stabil.
Risiko	Rendah	Tinggi	Produk lama lebih stabil dengan risiko lebih rendah, sedangkan produk baru menghadapi ketidakpastian permintaan.

Perputaran Modal Kerja: Produk lama memiliki perputaran modal kerja yang lebih cepat, mencerminkan efisiensi dalam mengelola aset lancar dan pendapatan yang lebih cepat. Sementara itu, produk baru masih memerlukan waktu untuk mencapai efisiensi tersebut. **Margin Laba Kotor:** Produk lama memperoleh margin yang lebih tinggi karena biaya produksi yang lebih efisien, sedangkan produk baru, dengan biaya pemasaran dan produksi yang tinggi, memiliki margin yang lebih kecil. **Return on Assets (ROA) dan Return on Equity (ROE):** Keduanya menunjukkan bahwa produk lama lebih efisien dalam menghasilkan keuntungan dibandingkan produk baru yang masih dalam tahap pengembangan pasar. Produk lama memiliki struktur biaya yang lebih terkontrol dan lebih efisien.

Pertumbuhan Penjualan: Produk baru menunjukkan potensi pertumbuhan yang lebih besar dalam hal penjualan, namun masih sangat bergantung pada penerimaan pasar dan strategi pemasaran yang efektif. **Risiko:** Produk lama menghadapi risiko yang lebih rendah karena lebih mapan dan stabil di pasar, sedangkan produk baru berisiko lebih tinggi karena ketidakpastian dalam permintaan dan biaya pemasaran yang besar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk lama memiliki perputaran modal kerja yang lebih stabil dibandingkan dengan produk baru. Stabilitas ini disebabkan oleh permintaan pasar yang lebih konsisten, tingkat loyalitas pelanggan yang lebih tinggi, serta efisiensi dalam pengelolaan persediaan dan piutang usaha. Produk baru, di sisi lain, masih memerlukan waktu untuk mencapai efisiensi dalam pengelolaan modal kerja karena permintaan pasar yang belum stabil serta kebutuhan investasi yang lebih besar pada tahap awal. Perusahaan yang berhasil mengelola modal kerja produk baru dengan baik cenderung memiliki strategi yang lebih fleksibel dalam pengadaan bahan baku dan pengelolaan persediaan. Dari sisi profitabilitas, penelitian menemukan bahwa produk lama cenderung lebih menguntungkan dalam jangka pendek karena telah mencapai skala ekonomi yang optimal. Biaya produksi yang lebih efisien, struktur harga yang lebih stabil, serta pangsa pasar yang lebih mapan menjadi faktor utama yang mendukung profitabilitas produk lama. Sementara itu, produk baru memiliki potensi pertumbuhan yang lebih besar dalam jangka panjang, terutama jika berhasil diterima dengan baik oleh pasar. Namun, risiko yang lebih tinggi pada produk baru, seperti ketidakpastian permintaan dan biaya pemasaran yang besar, menjadi tantangan utama dalam mencapai profitabilitas yang optimal.

Dalam analisis statistik, uji komparatif yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan dalam profitabilitas antara produk baru dan produk lama. Produk lama memiliki ROA dan ROE yang lebih tinggi, yang mengindikasikan bahwa aset dan modal yang digunakan lebih efisien dalam menghasilkan keuntungan. Sementara itu, produk baru memiliki potensi profitabilitas yang lebih besar dalam jangka panjang, terutama jika strategi pemasaran dan efisiensi operasional dapat terus ditingkatkan. Selain itu, hasil regresi menunjukkan bahwa pengelolaan modal kerja memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas, dengan dampak yang lebih besar pada produk lama yang telah memiliki struktur bisnis yang lebih mapan. Selain analisis kuantitatif, wawancara dengan manajer keuangan dan pemasaran memberikan wawasan tambahan mengenai strategi pengelolaan modal kerja dan profitabilitas. Tantangan utama dalam pengelolaan modal kerja produk baru adalah tingginya kebutuhan investasi awal, lambatnya perputaran kas, serta ketidakpastian dalam permintaan pasar. Di sisi lain, produk lama memiliki keunggulan dalam stabilitas arus kas dan pengelolaan modal kerja yang lebih efisien, sehingga lebih mudah mencapai profitabilitas yang lebih tinggi. Oleh karena itu,

perusahaan perlu menyeimbangkan strategi pengelolaan modal kerja antara produk lama dan baru agar dapat memaksimalkan profitabilitas serta mempertahankan daya saing di pasar.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan signifikan dalam kinerja penjualan antara produk baru dan produk lama dalam hal pengelolaan modal kerja dan profitabilitas. Produk lama menunjukkan stabilitas yang lebih baik dalam perputaran modal kerja, yang tercermin dari rasio perputaran modal kerja yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa aset lancar pada produk lama dapat diubah menjadi pendapatan dengan lebih cepat dan efisien. Sebaliknya, produk baru masih menghadapi tantangan dalam pengelolaan modal kerja karena perputaran kas yang lambat dan tingginya kebutuhan investasi pada tahap awal pemasaran.

Dalam hal profitabilitas, produk lama cenderung lebih menguntungkan dalam jangka pendek, dengan margin laba kotor yang lebih tinggi, ROA, dan ROE yang lebih stabil. Keunggulan ini disebabkan oleh biaya produksi yang lebih efisien, skala ekonomi yang sudah tercapai, dan stabilitas permintaan yang lebih terjaga. Namun, produk baru menunjukkan potensi pertumbuhan yang lebih besar jika diterima dengan baik oleh pasar. Meskipun produk baru memiliki risiko yang lebih tinggi pada tahap awal, jika dikelola dengan strategi pemasaran yang tepat dan efisiensi operasional yang ditingkatkan, profitabilitas produk baru dapat meningkat secara signifikan dalam jangka panjang. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan antara kinerja produk baru dan lama. Produk lama, yang lebih mapan di pasar, memiliki kinerja yang lebih stabil dalam hal modal kerja dan profitabilitas. Di sisi lain, produk baru memiliki potensi besar untuk tumbuh, tetapi memerlukan pengelolaan modal kerja yang lebih cermat dan strategi pemasaran yang lebih agresif untuk mengurangi risiko dan mempercepat perputaran kas. Ini menunjukkan bahwa perusahaan harus dapat menyeimbangkan pengelolaan modal kerja antara kedua jenis produk dengan mempertimbangkan fase siklus hidup produk yang berbeda.

Secara keseluruhan, perusahaan harus memahami karakteristik dan tantangan masing-masing jenis produk dalam mengelola modal kerja dan profitabilitas. Produk lama memerlukan fokus pada efisiensi operasional dan mempertahankan loyalitas pelanggan, sementara produk baru memerlukan perhatian lebih dalam hal pemasaran, pengelolaan persediaan, dan investasi awal. Dengan strategi yang tepat, produk baru dapat berkembang menjadi sumber pendapatan yang menguntungkan dalam jangka panjang, sedangkan produk lama tetap memberikan stabilitas keuangan yang diperlukan untuk mendukung pertumbuhan perusahaan secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Suyanto, B., & Rachman, A. (2020). *Pengaruh Pengelolaan Modal Kerja terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur di Indonesia*. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 12(3), 45-59.

- Utami, S. (2019). *Profitabilitas dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Investasi pada Produk Baru dan Lama di Perusahaan Ritel*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 17(2), 80-92.
- Amalia, D. (2021). *Strategi Penjualan Produk Lama dan Baru dalam Industri Konsumen: Perbandingan dalam Pengelolaan Modal Kerja dan Profitabilitas*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 22(4), 34-47.
- Nugroho, F. (2020). *Manajemen Modal Kerja dan Pengaruhnya terhadap Profitabilitas Perusahaan: Pendekatan Teoritis dan Empiris*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 25(1), 12-25.
- Siahaan, R., & Lubis, M. F. (2021). Pengaruh pengelolaan modal kerja terhadap kinerja penjualan pada perusahaan manufaktur di Indonesia. *Jurnal Manajemen & Bisnis Indonesia*, 18(2), 125-137.
- Widodo, A., & Suryanto, H. (2020). Profitabilitas dan kinerja penjualan pada perusahaan produk konsumen di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 45-58.
- Rahmawati, M., & Aditya, S. P. (2022). Tantangan dan strategi dalam pemasaran produk baru: Studi kasus pada perusahaan teknologi. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 7(4), 89-102.
- Santoso, B., & Prabowo, D. A. (2021). Pengaruh pengelolaan modal kerja terhadap kestabilan penjualan produk lama. *Jurnal Manajemen Operasi*, 10(3), 214-225.