

DETERMINASI PROFITABILITAS PERUSAHAAN: ANALISIS PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, LEVERAGE, DAN UKURAN PERUSAHAAN PADA SEKTOR CONSUMER NON CYCLICAL

MERIS NAPITUPULU¹
TIWI HERNINTA^{2*}

^{1,2} Institut Bisnis Nusantar, Jl. Pulo Mas Timur No.3a, Pulo Gadung, Jakarta Timur,, Jakarta, Indonesia.

*email: herninta.tiwi@gmail.com

Received: February 22, 2025; Revised: March 20, 2025; Accepted: March 30, 2025

Abstract: This study aims to analyze the influence of sales growth, leverage, and firm size on corporate profitability in the Consumer Non Cyclical sector listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) during the period 2019–2023. The method used was associative research with a quantitative approach. Purposive sampling was applied to select 34 companies, resulting in 170 observations. Data analysis utilized descriptive statistics and panel data regression. The result of the simultaneous test (F-test) indicates that the independent variables collectively and significantly influence profitability. However, partially, the results show that Sales Growth does not have a significant influence on Profitability (Prob. 0.6197). Conversely, Leverage has a significant negative influence on Profitability (Prob. 0.0001). Furthermore, Firm Size has a significant positive influence on Profitability (Prob. 0.0038). High leverage leads to higher interest burdens, which reduces profit. Large firms (high total assets) are often able to enhance productivity and revenue, thereby increasing profitability.

Keywords: Sales Growth, Leverage, Firm Size, Profitability.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan di sektor Consumer Non Cyclical yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019 – 2023. Metode yang digunakan adalah metode penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampelnya adalah purposive sampling yang menghasilkan 34 perusahaan sebagai sampel, dengan total 170 observasi. Metode analisis data menggunakan statistik deskriptif dan analisis regresi data panel. Hasil uji simultan (Uji F) menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Namun, secara parsial, hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas (Prob. 0.6197). Sementara itu, Leverage memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap Profitabilitas (Prob. 0.0001). Sebaliknya, Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Profitabilitas (Prob. 0.0038). Leverage yang tinggi membuat perusahaan menanggung beban bunga yang besar sehingga profitabilitas menurun. Ukuran perusahaan yang besar, yang ditandai dengan kepemilikan aset yang besar, dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan produktivitas dan pendapatan.

Kata kunci: Pertumbuhan Penjualan, Leverage, Ukuran perusahaan, Profitabilitas.

PENDAHULUAN

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan. Kemampuan perusahaan memperoleh profit ini menunjukkan apakah perusahaan memiliki prospek yang baik atau tidak di masa yang akan datang. Profitabilitas merupakan salah satu dasar penting untuk penilaian kondisi suatu perusahaan. Untuk mencapai profitabilitas yang tinggi, manajemen perusahaan harus memahami faktor-faktor yang berpengaruh besar terhadapnya.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi profitabilitas, diantaranya adalah pertumbuhan penjualan, leverage, dan ukuran perusahaan. Pertumbuhan Penjualan (Sales Growth) merupakan kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun dan memiliki pengaruh yang strategis karena peningkatan penjualan biasanya ditandai dengan peningkatan market share yang berdampak pada peningkatan profitabilitas. Leverage didefinisikan sebagai sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh hutang. Perusahaan yang memiliki tingkat hutang yang tinggi akan menanggung beban bunga yang besar, yang pada akhirnya dapat menyebabkan perusahaan memperoleh laba yang rendah. Ukuran Perusahaan (Firm Size) menggambarkan besar kecilnya perusahaan, dilihat dari nilai ekuitas, nilai penjualan, atau nilai aktiva. Perusahaan yang lebih besar dianggap memiliki risiko yang lebih kecil dan lebih mudah mendapatkan dana eksternal, yang membantu meningkatkan produktivitas dan profitabilitas.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penelitian ini berfokus pada perusahaan di sektor Consumer Non Cyclical yang terdaftar di BEI periode 2019–2023.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas pada Perusahaan di sektor

Consumer Non Cyclical yang terdaftar di BEI pada Tahun 2019 – 2023.

Signaling Theory

Teori sinyal (Signaling Theory) menjelaskan bahwa manajemen perusahaan mengambil tindakan untuk memberikan petunjuk kepada investor mengenai bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Dorongan untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal muncul karena adanya asimetri informasi antara manajemen (yang memiliki lebih banyak informasi mengenai operasional dan prospek masa depan) dan pihak eksternal (seperti investor dan kreditor). Untuk mengurangi asimetri informasi, perusahaan memberikan sinyal melalui laporan keuangan yang kredibel, yang memberikan kepastian mengenai prospek keberlanjutan perusahaan.

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur tingkat keuntungan perusahaan. Dalam penelitian ini, profitabilitas diproyeksikan dengan Return on Asset (ROA), yaitu rasio yang mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aset yang dimilikinya.

Sales Growth

Pertumbuhan Penjualan (Sales Growth) merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan ekonomi dan sektor usahanya. Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan prediksi pertumbuhan masa yang akan datang.

Leverage

Leverage adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh hutang. Tingkat leverage yang tinggi menandakan aset perusahaan banyak dibiayai oleh hutang, yang berpotensi menyebabkan laba yang rendah karena tingginya beban bunga. Proksi yang digunakan untuk mengukur leverage dalam penelitian ini adalah Debt to Equity Ratio (DER), yang membandingkan total hutang (termasuk hutang lancar) dengan seluruh ekuitas.

Firm Size

Ukuran Perusahaan (Firm Size) menunjukkan apakah suatu perusahaan tergolong kecil, menengah, atau besar, yang dapat dinilai dari omset penjualan, modal, atau total aset. Ukuran perusahaan ditentukan melalui ukuran aktiva, yang diukur sebagai logaritma dari total aktiva ($\ln TA$). Perusahaan yang besar dianggap memiliki risiko yang lebih kecil dan lebih mudah mengakses pasar modal.

Pertumbuhan penjualan yang terus meningkat mencerminkan keberhasilan strategi perusahaan dan akan mempengaruhi peningkatan profitabilitas. Penelitian sebelumnya mendukung bahwa Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap Profitabilitas.

H1: Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap Profitabilitas Perusahaan.

Tingkat hutang yang tinggi akan meningkatkan beban bunga, sehingga berdampak negatif pada Profitabilitas perusahaan. Penelitian yang mendukung hubungan ini menunjukkan leverage berpengaruh negatif signifikan terhadap Profitabilitas.

H2: Leverage berpengaruh negatif signifikan terhadap Profitabilitas Perusahaan.

Ukuran perusahaan yang semakin besar, yang dicerminkan oleh total aset,

cenderung menghasilkan laba yang lebih besar, sehingga meningkatkan profitabilitas. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan perkembangan yang baik.

H3: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Profitabilitas perusahaan.

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian asosiatif, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini menguji pengaruh Pertumbuhan Penjualan (SG), Leverage (DER), dan Ukuran Perusahaan (Firm Size atau $\ln TA$) sebagai variabel independen, terhadap Profitabilitas (ROA) sebagai variabel dependen.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan di sektor Consumer Non Cyclicals yang terdaftar di BEI tahun 2019 – 2023. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling method (disebut juga purposive random sampling method dalam sumber). Berdasarkan kriteria yang ditetapkan, diperoleh sampel sebanyak 34 perusahaan dengan total 170 observasi.

Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan yang diperoleh melalui website resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).

Metode analisis data mencakup statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji pemilihan model regresi data panel (Uji Chow dan Uji Hausman), dan analisis regresi linier berganda. Analisis data dilakukan menggunakan program pengolahan data statistik Eviews 12.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Dari 170 observasi, statistik deskriptif menunjukkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif

	ROA	SG	DER	FIRMSZE
Mean	0.077425	0.089598	0.520522	28.71631
Median	0.071100	0.064100	0.454400	28.80850
Maximum	0.269600	2.796400	1.270200	39.90000
Minimum	-0.041700	-0.817800	-0.011300	0.254030
Std. Dev.	0.059976	0.297069	0.298358	3.546136
Skewness	0.347826	4.663096	0.493462	-5.029946
Kurtosis	2.731162	43.41158	2.254845	41.57946
Jarque-Bera Probability	3.939795 0.139471	12183.86 0.000000	10.83236 0.004444	11259.50 0.000000
Sum	13.16230	15.23171	88.48872	4881.772
Sum Sq. Dev.	0.607922	14.91428	15.04394	2125.188
Observations	170	170	170	170

Sumber : Output Eviews 12

Uji Hausman dan Analisis Regresi Linier Berganda

Dari uji Hausman yang dilakukan maka dipilih model yang paling tepat digunakan adalah Fixed

Effect Model (FEM). Langkah selanjutnya adalah melakukan analisis regresi linier berganda. Hasil dari analisis ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Berganda

Dependent Variable: ROA
 Method: Least Squares
 Date: 02/06/25 Time: 01:11
 Sample: 1 170
 Included observations: 170

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.003373	0.035853	0.094077	0.9252
SG	-0.007336	0.014753	-0.497241	0.6197
DER	-0.058064	0.014803	-3.922530	0.0001
FIRMSZE	0.003654	0.001245	2.934227	0.0038
R-squared	0.115638	Mean dependent var	0.077425	
Adjusted R-squared	0.099655	S.D. dependent var	0.059976	
S.E. of regression	0.056910	Akaike info criterion	-2.871459	
Sum squared resid	0.537623	Schwarz criterion	-2.797676	
Log likelihood	248.0740	Hannan-Quinn criter.	-2.841519	
F-statistic	7.235296	Durbin-Watson stat	0.893243	
Prob(F-statistic)	0.000136			

Dari tabel di atas maka persamaan regresi yang dihasilkan adalah:

$$\text{ROA} = 0.0033 - 0.0073\text{SG} - 0.0580\text{DER} + 0.0036\text{FSIZE} + \epsilon$$

Uji Hipotesis

a. Uji F

Hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Hasil Uji F

R-squared	0.115638	Mean dependent var	0.077425
Adjusted R-squared	0.099655	S.D. dependent var	0.059976
S.E. of regression	0.056910	Akaike info criterion	-2.871459
Sum squared resid	0.537623	Schwarz criterion	-2.797676
Log likelihood	248.0740	Hannan-Quinn criter.	-2.841519
F-statistic	7.235296	Durbin-Watson stat	0.893243
Prob(F-statistic)	0.000136		

Nilai Prob(F-statistic) adalah 0.000136. Karena nilai ini kurang dari 0.05, disimpulkan bahwa variabel *Sales Growth*, *Leverage*, dan *Firm Size* secara simultan dan signifikan mempengaruhi variabel Profitabilitas.

b. Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Nilai *Adjusted R-squared* adalah 0.099655. Hal ini berarti variabel independen yang

dipergunakan dalam model ini mampu menjelaskan sebesar 9.96% dari variasi variabel dependen (Profitabilitas), sementara sisanya 90.04% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

c. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. Hasil Uji t

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.003373	0.035853	0.094077	0.9252
SG	-0.007336	0.014753	-0.497241	0.6197
DER	-0.058064	0.014803	-3.922530	0.0001
FIRMSZE	0.003654	0.001245	2.934227	0.0038

Dari hasil di atas dapat digambarkan pengaruh ketiga variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Ringkasan uji statistik

Variabel	Koefisien (Coefficient)	Probabilitas (Prob)	Kesimpulan
Sales Growth (SG)	-0.007336	0.6197	Tidak berpengaruh signifikan
Leverage (DER)	-0.058064	0.0001	Berpengaruh negatif signifikan
Firm Size (Ln Ta)	0.003654	0.0038	Berpengaruh positif signifikan

Pembahasan

1. Pengaruh Sales Growth terhadap Profitabilitas Perusahaan (Ditolak) Nilai probabilitas (0.6197) lebih besar dari 0.05,

sehingga hipotesis H1 ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa *Sales Growth* tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas perusahaan.

2. Pengaruh Leverage terhadap Profitabilitas Perusahaan (Diterima) Nilai probabilitas (0.0001) lebih kecil dari 0.05 dan koefisien regresi bernilai negatif (-0.058064). Dengan demikian, Leverage berpengaruh negatif signifikan terhadap Profitabilitas. Perusahaan yang memiliki tingkat hutang yang besar harus menanggung beban bunga yang besar, dan hal ini berdampak pada penurunan profitabilitas perusahaan.

3. Pengaruh Firm Size terhadap Profitabilitas Perusahaan (Diterima) Nilai probabilitas (0.0038) lebih kecil dari 0.05 dan koefisien regresi bernilai positif (0.003654). Ini berarti Firm Size berpengaruh positif signifikan terhadap Profitabilitas. Perusahaan yang memiliki ukuran besar, ditandai dengan aset yang besar, dapat memanfaatkan aset tersebut untuk meningkatkan produktivitas dan pendapatan, yang pada gilirannya meningkatkan profitabilitas.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan terhadap perusahaan di sektor *Consumer Non Cyclicals* yang terdaftar di BEI periode 2019 – 2023, dapat ditarik kesimpulan bahwa *sales growth* (Pertumbuhan penjualan) tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Sedangkan *leverage* (tingkat hutang) berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas perusahaan sementara *firm Size* (Ukuran Perusahaan) berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.

Saran untuk peneliti selanjutnya, agar dapat mengangkat variabel independen lainnya yang belum diteliti dalam penelitian ini untuk dapat melihat pengaruhnya terhadap profitabilitas perusahaan.

REFERENSI:

- Adha, F. A., Fredy, H., and Herlan. n.d. *Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur di Sektor Industri Barang Konsumsi: Pertumbuhan Ekonomi Perusahaan, Leverage, dan Likuiditas*. Jurusan Ekonomi Akuntansi dan Bisnis, Universitas Pancasila, Jakarta.
- Adria, C., and L. Susanto. 2020. "Pengaruh Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Perputaran Total Aset terhadap Profitabilitas." *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara* 2, no. 1: 393–400.
- Anggarsari, L. n.d. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Likuiditas, Perputaran Modal Kerja dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013–2016." *Jurnal Ilmu Manajemen* 6, no. 4.
- Audelia, T. J. 2019. *Variabel Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Perputaran Modal Kerja Berpengaruh Positif terhadap Profitabilitas Perusahaan*.
- Brigham, Eugene F., and Joel F. Houston. 2001. *Manajemen Keuangan*, Buku II. Jakarta: Erlangga.

- Calvin, and S. Afia. n.d. "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Consumer Non-Cyclical yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2019–2022." *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis* 5, no. 1.
- Dewi, N. P. I. K., and N. Abundanti. 2019. "Variabel Leverage dan Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif terhadap Profitabilitas Perusahaan."
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Pandoyo, and M. Sofyan. 2011. *Metode Penelitian Keuangan dan Bisnis: Teori dan Aplikasi Menggunakan Software Olah Data EViews 9*.
- Priyatni, D. n.d. *Olah Data Sendiri: Analisis Regresi Linier dengan SPSS dan Analisis Regresi Data Panel dengan EViews*. Yogyakarta: Cahaya Harapan.
- Putra, A. A. W. Y., and I. B. Badjra. 2015. "Pengaruh Leverage, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas Perusahaan di Industri Makanan dan Minuman." *Jurnal Ilmiah Manajemen* 4, no. 7.
- Rahmidia, S. D. 2020. *Variabel Leverage Berpengaruh Negatif terhadap Profitabilitas Perusahaan*.
- Riyanto, S., and A. A. Hatmawan. 2019. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif: Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Silaen, S. 2018. *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Edisi Revisi. Yogyakarta: In Media.
- Simanullang, D. 2020. *Variabel Pertumbuhan Penjualan Berpengaruh Positif terhadap Profitabilitas Perusahaan*.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukadana, I. K. A., and N. Triaryati. 2018. "Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, dan Leverage terhadap Profitabilitas pada Food and Beverage yang Terdaftar di BEI Periode 2012–2016." *Jurnal Ilmiah Manajemen* 7, no. 11.
- Sukmayanti, N. W. P., and N. Triaryati. 2019. "Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Properti dan Real Estate." *E-Jurnal Manajemen* 8, no. 1: 7132–7162.
- Widhi, N. N., and I. N. Suarmanayasa. n.d. "Pengaruh Leverage dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Sub Sektor Tekstil dan Garmen." *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika* 11, no. 2.

