

PENGARUH *LEVERAGE*, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PROFITABILITAS

R. Neny Kusumadewi

Manajemen, FEB, Universitas Majalengka, Majalengka, Indonesia

kusumadewi.neny@gmail.com

Article History:

Received: 27 Juli 2022

Revised: 28 Juli 2022

Accepted: 29 Juli 2022

Keywords: *Leverage; Sales Growth; Siz; Profitability*

Abstract. *Companies with good performance will be able to achieve the goals to be achieved by the company, which is to maximize the value of the company. That goals can be achieved by increasing the probability of the company. This research is conducted as a mean to test influence of leverage, sales growth and company size to profitability of the Food and Beverage industry company in Indonesian during priod 2017-2019.*

The date used is sekondary data using method and number of population as many as 18 companies, research sampel taken on sampling purposive basis. Criterion of sampel fulfilling counted 11 companies. Analysis technique using panel data regretion with using Eviews 9.0 program to get an overview that includes the relationship between one variable with another variable.

Result of analysis prove that by parsial variable of leverage significant effect on profitability, sales growth no significant effect on profitability, size significant on profitability.

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis yang semakin kompetitif didukung pula dengan adanya perdagangan bebas dan mulanya Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) serta nilai tukar rupiah terhadap dollar Amerika bergejolak sepanjang tahun, membuat industri dalam negeri harus bekerja lebih keras dalam menghasilkan profitabilitas Lucya Dewi Wikardi dan Natalia Titik Wijayani (2017).

Sebuah perusahaan pasti mempunyai tujuan untuk mengalami kemajuan. Karena itu perusahaan menjalankan usaha dengan tujuan yang ingin tercapai yaitu dengan melihat keuntungan yang meningkat perusahaan bisa berjalan dengan baik. Menurut Kasmir (2019:198) menjelaskan bahwa profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Jika perusahaan tidak dapat memenuhi tujuan yang akan dicapai perusahaan tidak dapat berkembang (*growth*), bertahan hidup (*going concern*), dan tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*).

Perusahaan sebagai salah satu organisasi yang menjalankan bisnis yang pada umumnya memiliki tujuan yang ingin dicapai oleh para stakeholder yaitu untuk memaksimalkan kesejahteraan dan kelangsungan hidup perusahaan. Maka dari itu, perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tersebut perusahaan seharusnya diperlukan manajemen dengan tingkat efektifitas yang tinggi yang salah satunya adalah dalam mengelola keuangan perusahaan.

Profitabilitas mempunyai arti penting bagi perusahaan karena merupakan salah satu penilaian kondisi suatu perusahaan. Tingkat profitabilitas menggambarkan kinerja perusahaan yang dilihat dari kemampuan perusahaan menghasilkan profit. Kemampuan perusahaan memperoleh profit ini menunjukkan apakah perusahaan mempunyai prospek yang baik atau tidak dimasa yang akan datang. Profitabilitas dalam penelitian ini diproksikan dengan *Return On Asset* (ROA) karena dapat menunjukkan bagaimana kinerja perusahaan dilihat dari penggunaan keseluruhan aset yang dimiliki perusahaan dalam menghasilkan keuntungan A.A Wela Yulia Putra dan Ida Bagus Badjra (2015).

Potensi industri makanan dan minuman di Indonesia dikatakan oleh menteri perindustrian Airlangga hartanto ketika mendampingi presiden Joko Widodo pada saat melaksanakan ekspor ke 250.000 mayor Group Tangerang bahwa industri makanan dan minuman bisa menjadi *champion*, karena *supply* dan user-nya banyak. Untuk itu, salah satu kunci daya saingnya disektor ini adalah *food innovation and scurity*.

Kementrian perindustrian mencatat bahwa sepanjang tahun 2018, industri makanan dan minuman mampu tumbuh sebesar 7,91 persen atau melampaui pertumbuhan ekonomi nasional diangka 5,17 persen. Bahkan, pertumbuhan industri manufaktur dan sedang di triwulan IV-2018 naik sebesar 3,90 persen (y-on-y) terhadap triwulan IV 2017, salah satunya disebabkan oleh meningkatnya industri minuman yang mencapai 22,44 persen (<https://kemenperin.go.id/18-02-2019>).

Profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan perbandingan antara profit dengan aktiva dan modal yang menghasilkan profit tersebut, dengan kata lain profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan profit selama periode tertentu. Tingkat profitabilitas menggambarkan kinerja perusahaan yang dilihat dari kemampuan menghasilkan profit. Kemampuan perusahaan memperoleh profit ini menunjukkan apakah perusahaan mempunyai prospek yang baik atau tidak dimasa yang akan datang, (I Ketut Alit Sukadana dan Nyoman Triaryati, 2018).

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas suatu perusahaan diantaranya *Current Ratio* (CR), *Total Asset Turnover* (TATO), *Debt To Equity Ratio* (DER) atau *leverage*, *Debt Ratio* (DR), pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan (Rinny Meidiyustiani, 2016). Berdasarkan penelitian terdahulu, profitabilitas dapat dipengaruhi oleh *leverage*, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan. Peneliti yang dilakukan oleh I Ketut Alit Sukadana dan Nyoman Triaryati (2018) memperoleh hasil bahwa *leverage* (*Debt To Equity Ratio*) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas, pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh A.A Wela Yulia Putra dan Ida Bagus Badjra (2015) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas, pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas.

Rasio *leverage* merupakan rasio yang mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Menurut Linda Ratnasari dan Budiyanto (2016), *leverage* adalah rasio yang

menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal, rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal. Rasio *leverage* adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. *Leverage* penelitian ini diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER). Rasio ini digunakan untuk membandingkan sumber modal yang berasal dari utang (utang jangka panjang dan utang jangka pendek) dengan modal sendiri. Hal ini biasanya digunakan untuk mengukur *financial leverage* dari suatu perusahaan.

Pertumbuhan penjualan merupakan salah satu cerminan dari besar kecilnya suatu kinerja perusahaan. Semakin besar stabilitas penjualan yang dihasilkan oleh suatu perusahaan akan berdampak positif bagi keberlangsungan hidup perusahaan. I Gusti Ayu Suta Premawati dan Gede Sri Darma (2017), menyebutkan jika penjualan dan laba meningkat maka akan meningkatkan pendapatan perusahaan, sebaliknya jika penjualan dan laba menurun maka akan menurunkan pendapatan perusahaan. Hal tersebut akan menjadi preferensi investor untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut.

Ukuran perusahaan dapat dikatakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan dapat mempengaruhi meningkatnya nilai profitabilitas. Hal ini didukung dengan adanya sumber ketenagakerjaan yang maksimum, sehingga perusahaan bisa melakukan investasi baik dalam aset lancar ataupun aset tetap dan juga dapat memenuhi permintaan suatu produk. Studi kasus ini di ambil pada perusahaan manufaktur yang mana perusahaan tersebut memiliki sumber daya yang besar sehingga perusahaan mampu melakukan investasi baik untuk asetnya ataupun dalam memenuhi permintaan produk sehingga dapat memperjelas pangsa pasar (Lovi Anggrasari dan Toni, 2018).

Berdasarkan latar belakang dan fenomena dapatlah dilakukan suatu penelitian tentang pengaruh *leverage*, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman di bursa efek indonesia periode 2017-2019. Sehingga dari rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui berapa besar pengaruh *leverage*, pertumbuhan penjualan, serta ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Suatu penelitian yang disusun tentu saja harus memiliki maksud yang jelas. Maksud dari penelitian ini untuk mengumpulkan data dan informasi mengenai *leverage*, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan profitabilitas untuk kemudian diolah dan dianalisis.

KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

Dian Maulita dan Inta Tania (2018) menyatakan : “*Debt to equity ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang lancar dengan seluruh utang ekuitas.

Rasio *leverage* merupakan rasio yang mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Harahap (2016:309) menyatakan bahwa *leverage* adalah rasio yang menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal, rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal. Rasio *Leverage* adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. *Leverage* penelitian ini diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER). rasio ini digunakan untuk membandingkan sumber modal yang berasal dari hutang (hutang jangka panjang dan hutang jangka pendek) dengan modal sendiri. Hal ini biasanya digunakan untuk mengukur *financial leverage* dari suatu perusahaan.

Menurut Risma Yulianti (2020), menyatakan pertumbuhan penjualan adalah indikator penting dari penerimaan pasar atas produk/jasa suatu perusahaan, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan.

Menurut Rinny Meidiyustiani (2016) Pertumbuhan perusahaan menggambarkan tolak ukur keberhasilan perusahaan keberhasilan tersebut menjadi tolak ukur investasi untuk pertumbuhan pada masa yang akan datang. Pertumbuhan perusahaan dapat ditunjukkan pertumbuhan aset yang dimiliki perusahaan. semakin besar aset yang diharapkan semakin besar hasil operasionalnya yang dihasilkan perusahaan selain itu indikator pertumbuhan penjualan dapat dilihat dari kenaikan penjualan dari tahun ke tahun.

Menurut Lucyia Dewi Wikardi dan Natalia Titik Wijayani (2017), total aset dijadikan sebagai indikator ukuran perusahaan karena sifatnya jangka panjang dibandingkan dengan penjualan. Linda Ratnasari dan Budiyanto (2016) menyatakan, semakin baik kualitas laporan keuangan yang disajikan maka akan semakin menyakinkan pihak eksternal dalam melihat kinerja keuangan perusahaan tersebut, yang otomatis tentunya pihak-pihak yang berhubungan dengan perusahaan akan merasa puas dalam berbagai urusan dengan perusahaan.

Menurut Linda Ratnasari dan Budiyanto (2016), *Return On Asset (ROA)* adalah rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. *Return on asset* sering juga disebut sebagai *return on investment*, karena ROA ini melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan dan investasi tersebut sebenarnya sama dengan aset perusahaan yang ditanamkan atau ditempatkan.

Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti hanya mengambil tiga faktor yang akan diteliti yaitu *Leverage (Debt To Equity Ratio)*, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan karena *leverage*, pertumbuhan penjualan memiliki hubungan dan berpengaruh dengan profitabilitas. Maka hipotesis yang perlu diuji dalam penelitian ini adalah :

- H1 = Terdapat pengaruh *leverage* terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- H2 = Terdapat pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas pada Perusahaan perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- H3 = Terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada Perusahaan perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan menggunakan pendekatan analisis deskriptif dan verikatif. Jenis data nya adalah data kuantitatif, Prosedur pengumpulan data melalui metode dokumentasi dan studi pustaka. Adapun sumber data yang digunakan adalah data sekunder berupa data laporan keuangan perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek periode 2017-2019. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sedangkan sampel penelitiannya adalah laporan keuangan perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2017-2019.

Variabel dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua, yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

a. *Leverage*

Leverage merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total

utang dengan ekuitas atau modal sendiri. Dengan kata lain, seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan ekuitas. Rumus untuk mencari *Debt to Equity Ratio* adalah sebagai berikut:

$$D E R = \frac{\text{total debt}}{\text{Total ekuitas}} \times 100\%$$

(Sumber : Dian Maulita dan Inta Tania, 2016).

b. Pertumbuhan Penjualan

Perhitungan tingkat pertumbuhan penjualan adalah membandingkan antara penjualan akhir periode dengan penjualan yang dijadikan tahun dasar (penjualan akhir periode sebelumnya). Apabila persentase perbandingan semakin besar, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan semakin baik atau lebih baik dari periode sebelumnya.

$$\text{Pertumbuhan penjualan} = \frac{\text{Penjualan}_t - \text{Penjualan}_{t-1}}{\text{Penjualan}_{t-1}}$$

(Sumber : Rinny Meidiyustiany, 2016)

c. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan yang diukur dengan aset perusahaan menunjukkan seberapa besar harta yang dimiliki perusahaan. Perusahaan dengan aset yang besar maka akan menggunakan sumber daya yang ada semaksimal mungkin untuk menghasilkan keuntungan usaha dan perusahaan dengan aset yang dimiliki yang relatif kecil (Lucya Dewi Wikardi dan Natalia Titik Wijayani, 2017) tentang ukuran perusahaan yang diukur dengan :

$$\text{Size} = \ln \text{ Total Aset}$$

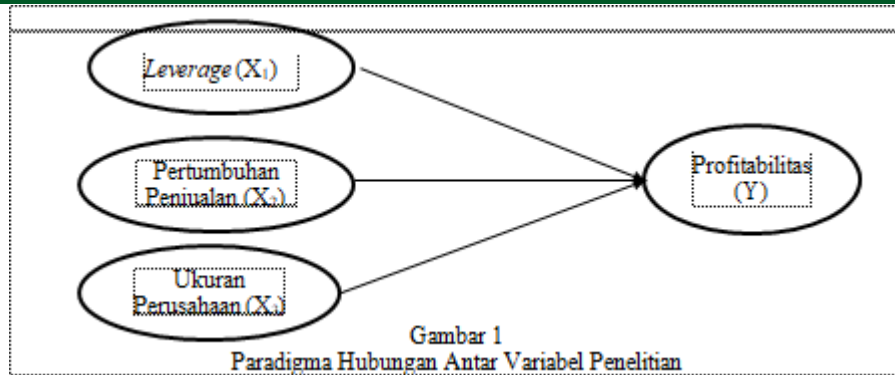
(Sumber : Lucya Dewi Wikardi dan Natalia Titik Wijayani, 2017)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2017). Variabel dependen dari penelitian ini adalah Profitabilitas.

Profitabilitas dalam penelitian ini diproksi melalui *Return on Aset (ROA)*. *Return on Aset (ROA)* yang merupakan kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aset untuk menghasilkan keuntungan bagi semua investor (pemegang obligasi dan saham) menurut Kasmir (Linda Ratnasari dan Budiyanto, 2016) dengan Rumus sebagai berikut :

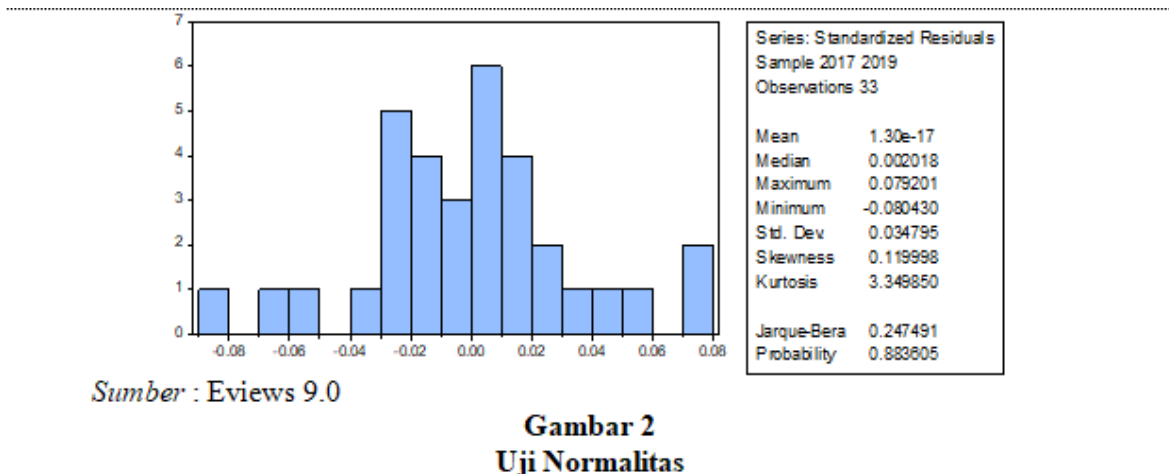
$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{total asset}}$$

(Sumber : Linda Ratnasari dan Budiyanto, 2016)



HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah data dalam model regresi, variabel pengganggu atau *residual* berdistribusi normal atau tidak.



Berdasarkan pengujian yang ditunjukkan oleh **Gambar. 2** diketahui bahwa nilai *Jarque-Bera* 0,247491 dan nilai *probability* 0,883605 > 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Tabel 1
Uji Regresi Data Panel

Dependent Variable: ROA				
Method: Panel Least Squares				
Date: 01/30/21 Time: 15:36				
Sample: 2017 2019				
Periods included: 3				
Cross-sections included: 11				
Total panel (balanced) observations: 33				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	4.827823	1.221629	3.951956	0.0009
DER	-0.125992	0.058539	-2.152292	0.0444
GROWTH	0.115221	0.118024	0.976250	0.3412
SIZE	-0.196688	0.052128	-3.773159	0.0013

Sumber : data diolah (2021)

Persamaan regresi tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

$$ROA = 4,827823 - 0,125992DER + 0,115221GROWTH - 0,196688SIZE + \varepsilon$$

1. Konstanta dengan nilai sebesar 4,827823 menunjukkan jika semua variabel independen yaitu *leverage*, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan tidak mempengaruhi profitabilitas nilainya sama dengan nol (0) maka profitabilitas (ROA) yang dilambangkan dengan ROA bernilai 4,827823.
2. Koefisien *Leverage* (DER) sebesar -0,125992 artinya menunjukkan *leverage* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas (ROA). Hal ini menggambarkan jika *leverage* naik satu satuan maka akan menurunkan profitabilitas (ROA) sebesar -0,125992.
3. Koefisien pertumbuhan penjualan (*GROWTH*) sebesar 0,115221 artinya menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan (*GROWTH*) berpengaruh positif terhadap profitabilitas (ROA). Hal ini menggambarkan jika pertumbuhan penjualan naik satu satuan maka menaikkan profitabilitas sebesar 0,115221.
4. Koefisien Ukuran perusahaan (*SIZE*) sebesar -0,196688 artinya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (*SIZE*) berpengaruh negatif terhadap profitabilitas (ROA). Hal ini menggambarkan jika ukuran perusahaan naik satu satuan maka menurunkan profitabilitas (ROA) sebesar -0,196688.
5. ε (epsilon) adalah kesalahan pengganggu yaitu kesalahan yang terjadi pada perkiraan atau ramalan Y yang masih ada faktor lain selain variabel *leverage*, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan.

Pengaruh *Leverage* Terhadap Profitabilitas

Hasil dari penelitian *leverage* terhadap profitabilitas dengan bantuan Eviews 9.0 menyatakan bahwa nilai t-hitung pada tabel 4.20 *leverage* diperoleh sebesar -2,152292 bertanda negatif dengan tingkat signifikansi sebesar 0,0444 sedangkan t-tabel berdasarkan tabel distribusi t yaitu 1,69726 (terlampir). Karena t-hitung lebih kecil dari t-tabel $-2,152292 < 1,69726$ dan nilai signifikansinya $0,0444 < 0,05$ maka dapat disimpulkan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019 sehingga hipotesis ini dapat dibuktikan kebenarannya.

Hal ini sesuai dengan teori Brigham dan Houston (A.A Wela Yulia Putra dan Ida Bagus Badjra, 2015) menyatakan bahwa perusahaan bahwa tingkat pengembalian atas investasi yang sangat tinggi menggunakan utang dalam jumlah yang relatif sedikit tingkat pengembalian yang tinggi memungkinkan perusahaan melakukan sebagian besar pendanaannya melalui dana secara internal. Hasil penelitian ini konsisten dengan I Ketut Alit Sukdana dan Nyoman Tri Aryati (2018) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh dan signifikan terhadap profitabilitas. *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas karena *leverage* merupakan rasio yang menggambarkan penggunaan utang dalam membiayai investasi suatu perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas

Hasil pengujian variabel pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas dengan bantuan Eviews 9.0 menyatakan bahwa nilai t-hitung pada variabel pertumbuhan penjualan diperoleh sebesar 0,97625 bertanda positif dengan tingkat signifikansi 0,3412 sedangkan t-tabel berdasarkan tabel distribusi t yaitu 1,69726 (terlampir). Karena t-hitung lebih kecil dari t-tabel $0,97625 < 1,69726$ dan nilai signifikansinya $0,3412 > 0,05$ hal ini dapat disimpulkan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan

Minuman di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019 maka hipotesis kedua tidak terbukti.

Tidak sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa, menurut Fabbozi (I Ketut Alit Sukdana dan Nyoman Tri Aryati, 2018) pertumbuhan penjualan merupakan perubahan penjualan pada laporan keuangan pertahun. Pertumbuhan penjualan yang diatas rata-rata bagi suatu perusahaan umumnya didasarkan pada pertumbuhan yang cepat yang diharapkan dari industri perusahaan itu beroperasi. Semakin tingginya penjualan bersih yang dilakukan oleh perusahaan dapat mendorong semakin tingginya profit kotor yang mampu diperoleh sehingga dapat mendorong semakin tingginya profitabilitas perusahaan, Farhan dkk (I Ketut Alit Sukdana dan Nyoman Tri Aryati)

Hasil penelitian ini konsisten dengan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rinny Meidiyustiani (2016) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas, alasannya karena merupakan hal yang biasa terjadi sehingga tidak mempengaruhi profit atau laba suatu perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang relatif rendah dan rasio profitabilitas yang tinggi maka pertumbuhan laba tidak dapat mempengaruhi profitabilitasnya disebabkan tingkat profitabilitas yang lebih didominasi oleh utang perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas

Hasil pengujian variabel Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas dengan bantuan Eviews 9.0 menyatakan bahwa nilai t-hitung pada variabel Ukuran perusahaan sebesar -3,773159 bertanda negatif dengan tingkat signifikansi 0,0013 sedangkan t-tabel berdasarkan tabel distribusi t yaitu 1,69726 (terlampir). Karena t-hitung < t-tabel yaitu $-3,773159 < 1,69726$ dan nilai signifikansinya $0,0013 < 0,005$ maka hal ini Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019 sehingga hipotesis ketiga dapat dibuktikan kebenarannya.

Ukuran perusahaan merupakan informasi yang memberikan oleh perusahaan kepada pihak eksternal, sehingga pihak eksternal perusahaan dapat mengetahui tingkat kemampuan dari perusahaan. semakin besar ukuran dari perusahaan adalah merupakan sinyal positif sehingga perusahaan yang semakin besar cenderung semakin mendapatkan kepercayaan dari investor yang berdampak pada peningkatan harga pasar dari perusahaan (Rinny Meidiyustiani, 2016).

Hasil penelitian konsisten dengan penelitian yang dilakukan Rinny Meidiyustiani (2016) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas namun bertanda negatif. Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas namun bertanda negatif alasannya karena perusahaan tersebut lebih didominasi oleh tingkat utang yang sangat tinggi sehingga semakin tinggi ukuran perusahaan akan menurunkan nilai profitabilitas perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka peneliti memberikan kesimpulan bahwa, *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019. Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019. Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A.A Wela Yulia Putra dan Ida Badjra. (2015). Pengaruh Leverage, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas. E-Jurnal Manajemen Unud. 4 (7). 2052-2067. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/issue/view/153>
- [2] Dian Maulita dan Inta Tania. (2018). Pengaruh Debt To Equity ratio (DER), Debt To Asset Ratio (DAR), Dan Long Term Debt To Equity (LDER) Terhadap Profitabilitas. (studi pada perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI periode 2011-2016). ejournal Lppm unsera : Jurnal Akuntansi 5 (2). 132-137. <https://ejournal.lppmunsera.org/index.php/Akuntansi/article/download/669/658>
- [3] Harahap, Sofyan Suffi. (2016). Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan. Jakarta : Rajawali Press.
- [4] I Gusti Ayu Suta Premawati dan Gede Sri Darma. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, dan Struktur Aktiva, dan Profitabilitas terhadap Struktur Modal (Penelitian di Bursa efek Indonesia periode 2011-2015). Jural Ilmiah Akuntansi & Bisnis. 2 (2). 272-286. <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/2077>
- [5] I Ketut Alit Sukadana dan Nyoman Triaryati. (2018). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Food and Beverage BEI. E-Jurnal Manajemen. 7 (11). 6239-6268. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/download/40356/26566>
- [6] Kasmir. (2019). Analisis Laporan Keuangan. Depok : PT. Raja Grafindo Persada.
- [7] Linda Ratnasari dan Budiyanto. (2016). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Otomotif di BEI. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jim/article/download/796/810>
- [7] Lovi Anggarsari. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage. Likuiditas, Perputaran Modal Kerja dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas (Sektor Industri Barang dan Konsumsi) Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2016. Jurnal Ilmu Manajemen. 6 (4). 542-549. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/24799/22711>
- [8] Lucya Dewi Wikardi dan Natalia Titik Wiyani. (2017). Pengaruh Debt Equity Ratio, Firm Size, Inventory Turnover, Asset Turnover dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas Perusahaan makanan dan minuman yang Terdaftar di BEI periode 2011-2015. Jurnal Online Insan Akuntansi. 2 (1). 99-118. <https://ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JOIA/article/view/434>
- [9] Rinny Meidiyustiany. (2016). Pengaruh Modal Kerja, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Jurnal Akuntansi dan Keuangan. 5 (2). 41-59. <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/akeu/article/view/405>
- [10] Risma Yulianti. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2018. Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi dan Keuangan 2 (1). 8-15. DOI : <https://doi.org/10.52005/aktiva.v2i1.142>.