



PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PERTUMBUHAN PENJUALAN, LEVERAGE TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2020-2022

THE INFLUENCE OF COMPANY SIZE, SALES GROWTH, LEVERAGE ON PROFITABILITY IN FOOD AND BEVERAGE SUB-SECTOR COMPANIES LISTED ON THE INDONESIAN STOCK EXCHANGE (BEI) FOR THE 2020-2022 PERIOD

Bella Susi Febriyanti¹, R Hery Koeshardjono², Elok Dwi Vidiyastutik³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Panca Marga

Email : bellasusi2000@gmail.com¹, herykoesjono@gmail.com², elokdwividiyastutik@upm.ac.id³

Article Info

Article history :

Received : 01-07-2024

Revised : 04-07-2024

Accepted : 07-07-2024

Published : 10-07-2024

Abstract

This research aims first, to determine the partial influence between Company Size, Sales Growth, Leverage on Profitability in Companies in the Food and Beverage sub-sector for the 2020-2022 period. Second, to determine the simultaneous influence of Company Size, Sales Growth, Leverage on Profitability in Companies in the Food and Beverage sub-sector for the 2020-2022 period. The type of research used is quantitative, with the independent variables namely research size, sales growth, and Leverage. Meanwhile, the variable of interest is profitability. The sample in this research is food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) for the 2020-2022 period. In this research, 60 samples were selected using the purposive sampling method. Data sources were obtained in this research through the respective company websites and the Indonesian Stock Exchange (BEI). The research results show that partially company size has no effect on profitability with a value of $t_{count} -1.892 > t_{table} 1.672029$ with a value of $Sig. 0.064 > 0.05$; Sales growth has no effect on profitability with a t value of $0.994 < t_{table} 1.672029$ with a Sig value. $0.325 > 0.05$; and Leverage has an effect on profitability with a value of $t_{count} -2.446 > t_{table} 1.672029$ with a value of $Sig. 0.018 < 0.05$. Simultaneously there is an influence between company size, sales growth, Leverage on profitability with a value of $F_{count} 2.950 < F_{table} 3.16$.

Keywords: *Company Size, Sales Growth, Leverage, Profitability*

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu pertama, untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, *Leverage* terhadap Profitabilitas pada Perusahaan sub sektor Makanan dan Minuman periode 2020-2022. Kedua, untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, *Leverage* terhadap Profitabilitas pada Perusahaan sub sektor Makanan dan Minuman periode 2020-2022. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan variabel bebas yaitu ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan *Leverage*. Sedangkan variabel terikatnya adalah profitabilitas. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2022. Dalam penelitian ini tercatat 60 sampel yang terpilih dengan menggunakan metode purposive sampling. Sumber data diperoleh dalam penelitian ini melalui situs website perusahaan masing-masing dan Bursa Efek Indonesia (BEI). Hasil penelitian



menunjukkan bahwa secara parsial ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas dengan nilai thitung $-1,892 > t_{tabel} 1,672029$ dengan nilai Sig. $0,064 > 0,05$; pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas dengan nilai thitung $0,994 < t_{tabel} 1,672029$ dengan nilai Sig. $0,325 > 0,05$; dan *Leverage* berpengaruh terhadap profitabilitas dengan nilai thitung $-2,446 > t_{tabel} 1,672029$ dengan nilai Sig. $0,018 < 0,05$. Secara simultan ada pengaruh antara ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, *Leverage* terhadap profitabilitas dengan nilai Fhitung $2,950 < F_{tabel} 3,16$.

Kata Kunci: Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, *Leverage*, Profitabilitas

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis menuntut perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan nilai perusahaan. Saat ini banyak sekali perusahaan yang melakukan berbagai hal untuk mengembangkan usahanya, seperti melakukan inovasi produk untuk meningkatkan daya saing produknya, perluasan usaha atau perluasan pasar, peningkatan kualitas sumber daya manusia, dan lain sebagainya. Menghadapi kompetisi ini, tentunya modal sangat dibutuhkan suatu perusahaan untuk mengembangkan dan menjalankan kegiatan usahanya. Tidaklah sedikit modal yang harus dikeluarkan, mengingat banyak metode yang harus digunakan oleh perusahaan sehingga memperoleh laba. Bursa Efek Indonesia (BEI) adalah pasar modal yang bertujuan menyediakan pembiayaan publik untuk berinvestasi pada instrumen keuangan dan memungkinkan perusahaan memperoleh modal.

Pasar uang merupakan tempat atau kegiatan dimana disana terjadi pertemuan permintaan dan penawaran dana-dana yang terwujud dalam sekumpulan surat berharga dan memiliki jangka waktu yaitu kurang dari satu tahun. Adapun yang dimaksud dengan pasar modal adalah tempat bertemunya dua pihak yaitu pihak yang menawarkan kepada pihak yang memerlukan dana yang memiliki jangka panjang, yaitu dalam surat bukti hutang jangka panjang atau obligasi, surat yang menunjukkan pertanyaan modal (saham) dan lainnya yang termasuk surat berharga (Adnyana, 2020). Investasi adalah menempatkan dana dengan harapan memperoleh tambahan uang atau keuntungan tersebut. Investasi pada hakikatnya merupakan penempatan sejumlah dana pada saat ini dengan harapan untuk memperoleh keuntungan dimasa mendatang (Adnyana, 2020). Investasi dalam saham bisa dilakukan dalam bentuk saham biasa atau saham prioritas, tergantung pada tujuan yang diharapkan dari investasi tersebut (Baridwan, 2015).

Di Bursa Efek Indonesia (BEI), banyak perusahaan yang bergerak di berbagai sektor untuk menjual sahamnya, salah satunya adalah sektor makanan dan minuman. Pertumbuhan industri makanan dan minuman di triwulan III-2022 mencapai 3,57%, lebih tinggi dari periode yang sama tahun lalu yang tercatat 3,49%. Meskipun terdampak pandemi Covid-19, sub sektor makanan dan minuman masih mampu tumbuh dan berkontribusi pada pertumbuhan industri nonmigas yang mencapai 4,88%. Sektor industri makanan dan minuman mempunyai peranan penting dalam perekonomian Indonesia seperti, menunjang kinerja industri pada triwulan I tahun 2022 yaitu industri makanan dan minuman menyumbang lebih dari sepertiga atau sebesar 37,77% dari PDB industri pengolahan nonmigas. Dalam kinerja ekspor produk makanan dan minuman juga tak kalah bagus. Pada Januari-September 2022, ekspor makanan dan minuman mencapai US\$ 36 miliar (termasuk minyak kelapa sawit), sedangkan impor produk makanan dan minuman pada periode yang sama sebesar US\$ 12,77 miliar. Hal tersebut



menghasilkan neraca perdagangan industri makanan dan minuman yang menunjukkan nilai positif (www.kemenperin.go.id). Besarnya presentase tersebut memberikan dampak signifikan terhadap industri pengolahan nonmigas maupun PDB. Selain itu, menjadi pusat perhatian bagi para investor untuk berinvestasi sehingga menghasilkan profit.

Profitabilitas adalah tingkat kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atau bisa diartikan tingkat kemampulabaan (Harmono, 2022). Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan, digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas. Analisis profitabilitas ini menggambarkan kinerja fundamental perusahaan ditinjau dari tingkat efisiensi dan efektivitas operasi perusahaan dalam memperoleh laba (Harmono, 2022). Rasio profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan *Return On Asset* (ROA). Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas suatu perusahaan antara lain: ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan *Leverage*".

Ukuran perusahaan ialah seberapa besarnya perusahaan jika dinilai pada tingkat penjualannya, total ekuitas atau total asetnya (Veronica, Aprilyanti, & Jenni, 2022). Ukuran perusahaan juga akan mempengaruhi struktur pada keuangan perusahaan, semakin besar nilai skala ukuran perusahaan maka dapat memprediksi peningkatan pada profitabilitasnya. Selain faktor ukuran perusahaan, masih ada faktor lainnya yang dapat mempengaruhi profitabilitas suatu perusahaan yaitu pertumbuhan penjualan dan *Leverage*. Rasio pertumbuhan (*Growth Ratio*) merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya (Kasmir, 2019). Pengukuran tingkat pertumbuhan penjualan dapat diukur dari pertumbuhan laba. *Leverage ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya besarnya jumlah utang yang digunakan perusahaan untuk membiayai kegiatan usahanya jika dibandingkan dengan menggunakan modal sendiri (Kasmir, 2019). *Leverage ratio* dapat diukur dengan menggunakan *Debt To Asset Ratio* (DAR).

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, menjadikan dasar bagi peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, *Leverage* Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2020-2022".

2. Rumusan Masalah

Apakah ada pengaruh secara parsial antara Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, *Leverage* terhadap Profitabilitas pada Perusahaan sub sektor Makanan dan Minuman periode 2020-2022? Apakah ada pengaruh secara simultan antara Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, *Leverage* terhadap Profitabilitas pada Perusahaan sub sektor Makanan dan Minuman periode 2020-2022?



3. Telaah Pustaka

a. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan ialah seberapa besarnya perusahaan jika dinilai pada tingkat penjualannya, total ekuitas atau total asetnya (Veronica et al., 2022). Rumus yang digunakan ukuran perusahaan sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan (Firm Size)} = \text{Ln total asset}$$

b. Pertumbuhan Penjualan

Rasio pertumbuhan (*Growth ratio*) merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor lainnya (Kasmir, 2019). Sedangkan Pertumbuhan penjualan merupakan terjadinya perubahan jumlah penjualan baik itu naik ataupun turun pada suatu periode ke periode selanjutnya (Veronica et al., 2022). Rumus yang digunakan pertumbuhan penjualan sebagai berikut:

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan Tahun ini} - \text{Penjualan Tahun Lalu}}{\text{Penjualan Tahun Lalu}} \times 100\%$$

c. Leverage

Leverage Ratio merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivasnya (Kasmir, 2019). Sedangkan menurut (Sujarweni, 2019) Rasio *Leverage* digunakan mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajibannya baik jangka pendek maupun jangka panjang. Rumus yang digunakan dalam *Leverage* yaitu Rasio *Debt to Total Assets* (DAR) sebagai berikut:

$$\text{Rasio Debt to Total Assets (DAR)} = \frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Assets}} \times 100\%$$

d. Profitabilitas

Rasio Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan (Kasmir, 2019). Sedangkan menurut (Harmono, 2022) Profitabilitas adalah tingkat kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atau bisa diartikan tingkat kemampulabaan. Rumus yang digunakan dalam profitabilitas yaitu Rasio *Return On Asset* (ROA) sebagai berikut:

$$\text{Rasio Return On Asset (ROA)} = \frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Total Assets}} \times 100\%$$



e. Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian Peneliti (Ahmad & Verdika, 2023) menunjukkan Pertumbuhan Penjualan, *Leverage* berpengaruh terhadap Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Profitabilitas. Hal ini sama dengan hasil penelitian Peneliti (Sitanggang, 2021) *Leverage* berpengaruh terhadap Profitabilitas

Hasil penelitian Peneliti (Simatupang, Ernita, Silalahi Bonifasya, Rosalina, & Panggabean, 2022) menunjukkan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Profitabilitas. *Leverage* dan Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh terhadap Profitabilitas.

f. Hipotesis

H1: Diduga ada pengaruh pada Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas

H2: Diduga ada pengaruh pada Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas

H3: Diduga ada pengaruh pada *Leverage* terhadap Profitabilitas

H4: Diduga ada pengaruh secara bersama-sama antara Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, *Leverage* terhadap Profitabilitas

METODOLOGI PENELITIAN

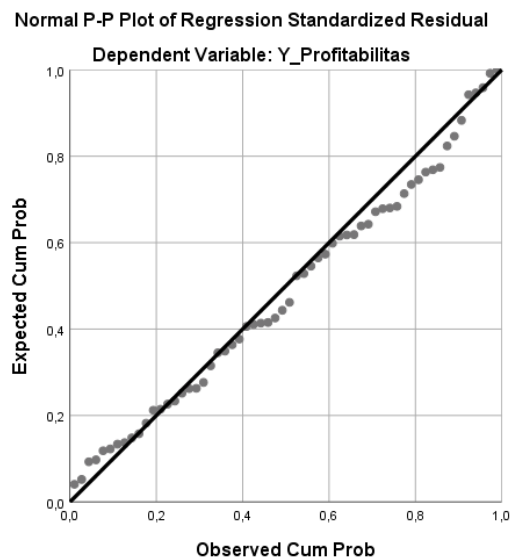
Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dimana data yang digunakan berupa data sekunder yang berasal dari laporan keuangan tahunan yang telah diaudit. Populasi yang digunakan yaitu perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdapat di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020 - 2022 yang berjumlah 20 perusahaan. Teknik yang dipakai untuk pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, dimana teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2022). Jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 60 perusahaan. Metode analisis yang dipakai pada penelitian ini adalah analisis regresi berupa uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji analisis regresi berganda, uji t, uji F dan uji koefisien determinasi.



HASIL DAN PEMBAHASAN

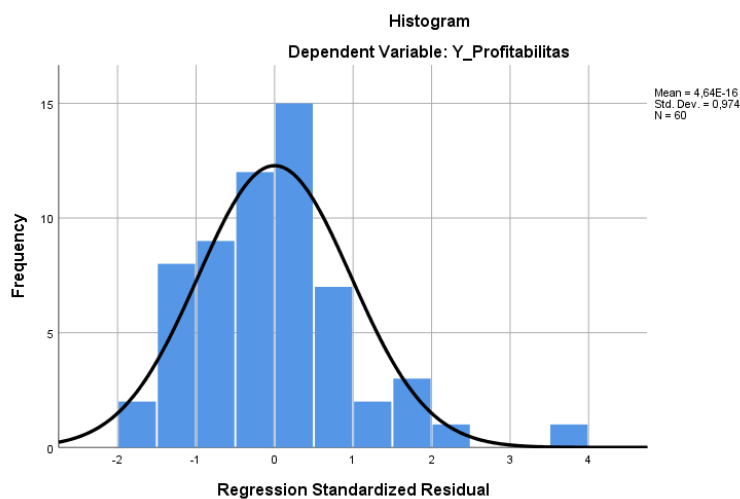
1. Hasil

a. Uji Normalitas



Gambar 1. Grafik normal *probability plot*
Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2024

Berdasarkan gambar diatas, grafik normal *probability plot* menunjukkan bahwa data terdistribusi normal, terlihat dari titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal, dengan penyebaran mengikuti arah garis diagonal.



Gambar 2. Grafik Histogram
Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2024

Berdasarkan gambar diatas, histogram terlihat seperti pola sebaran normal dan polanya tidak miring ke kanan atau ke kiri. Analisis grafis berikut dapat ditemukan pada *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dengan distribusi



normal. Jika sebaran data sisa normal, maka garis tersebut mewakili data sebenarnya yang mengikuti diagonal.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	5,56803328
Most Extreme Differences	Absolute	,087
	Positive	,087
	Negative	-,054
Test Statistic		,087
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Olah data SPSS 25, 2024

Berdasarkan tabel diatas, hasil perhitungan normalitas dengan menggunakan uji non-parametrik *Kolmogorov Smirnov* (K-S) memiliki nilai signifikan atau Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200^{c,d} yang lebih dari 0,05, maka dapat disimpulkan berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1_Ukuran Perusahaan	,954	1,048
	X2_Pertumbuhan Penjualan	,982	1,018
	X3_Leverage	,972	1,029

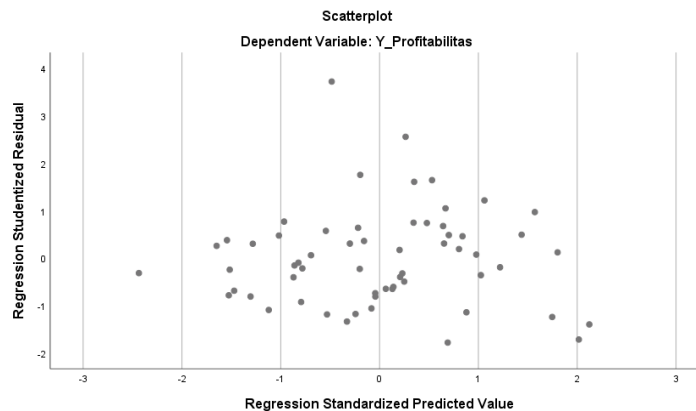
a. Dependent Variable: Y_Profitabilitas

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2024

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui nilai VIF ketiga variabel yaitu Ukuran Perusahaan sebesar 1,048 , Pertumbuhan Penjualan sebesar 1,018 , *Leverage* 1,029. Hasil pengujian tersebut menunjukkan nilai VIF lebih kecil dari 10. Maka dapat disimpulkan pada model regresi ini tidak adanya korelasi antar variabel bebas dan tidak terjadi multikolinieritas.



c. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3 : Scatterplot

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2024

Pada grafik *Scatterplot* diatas terlihat bahwa titik-titik menyebar acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 dan sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,459 ^a	,211	,108	1,14591	1,841

a. Predictors: (Constant), X3_Leverage, X1_Ukuran_Perusahaan, X2_Pertumbuhan_Penjualan

b. Dependent Variable: Y_Profitabilitas

Sumber : Olah Data SPSS 25, 2024

Dari hasil uji autokorelasi dengan SPSS 25 diketahui nilai Durbin Watson sebesar 1,841, sedangkan nilai du sebesar 1,6889. Kesimpulannya nilai $du < d < 4-du$ atau $1,6889 < 1,841 < 2,3111$, hal tersebut membuktikan tidak terjadi autokorelasi.

e. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19,313	4,241		4,554	,000
	X1_Ukuran Perusahaan	-,272	,144	-,240	-1,892	,064
	X2_Pertumbuhan Penjualan	,020	,020	,125	,994	,325
	X3_Leverage	-,108	,044	-,308	-2,446	,018

a. Dependent Variable: Y_Profitabilitas

Sumber : Olah Data SPSS 25, 2024



Persamaan koefisien regresi berganda yaitu :

$$Y = a + X_1b_1 + X_2b_2 + X_3b_3 + e$$

$$Y = 19,313 + X_1 -0,272 + X_2 0,020 + X_3 -0,108 + 4,241$$

Dari persamaan regresi diatas dapat diinterpretasikan yaitu diketahui nilai konstanta = 19,313 (positif). Menunjukkan bahwa variabel Ukuran Perusahaan (X1), Pertumbuhan Penjualan (X2), *Leverage* (X3) bernilai 0, maka besarnya Profitabilitas yang terjadi sebesar 19,313. Koefisien regresi b1 (Ukuran Perusahaan) = -0,272, hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan ukuran perusahaan akan mengakibatkan penurunan profitabilitas sebesar -0,272. Koefisien regresi b2 (Pertumbuhan Penjualan) = 0,020, hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pertumbuhan penjualan akan mengakibatkan peningkatan profitabilitas sebesar 0,020. Koefisien regresi b3 (*Leverage*) = -0,108, hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan *Leverage* akan mengakibatkan penurunan profitabilitas sebesar -0,108.

f. Uji Koefisien Determinan

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinan

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,459 ^a	,211	,108	1,14591	1,841

a. Predictors: (Constant), X3 *Leverage*, X1_Ukuran_Perusahaan, X2_Pertumbuhan_Penjualan

b. Dependent Variable: Y_Profitabilitas

Sumber : Olah Data SPSS 25, 2024

Berdasarkan tabel diatas, nilai koefisien determinasi (*Adjust R Square*) sebesar 0,108 yang berarti 10,8% Profitabilitas dipengaruhi oleh ketiga variabel bebas (ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, *Leverage*). Sedangkan 89,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar ketiga variabel bebas tersebut. Dengan hal ini perlunya tambahan variabel bebas contohnya variabel likuiditas. Menurut (Simatupang et al., 2022) yang menyatakan bahwa variabel likuiditas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menyelesaikan kewajiban jangka pendeknya serta berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.



g. Pengujian Hipotesis

Uji Signifikan Parsial (Uji Statistik t)

Tabel 6. Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji Statistik t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19,313	4,241		4,554	,000
	X1_Ukuran Perusahaan	-,272	,144	-,240	-1,892	,064
	X2_Pertumbuhan Penjualan	,020	,020	,125	,994	,325
	X3_Leverage	-,108	,044	-,308	-2,446	,018

a. Dependent Variable: Y_Profitabilitas

Sumber : Olah Data SPSS 25, 2024

Variabel ukuran perusahaan yang diukur dengan total aset mempunyai nilai signifikan sebesar $0,064 > 0,05$ dan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-1,892 > 1,672029$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel profitabilitas. Variabel pertumbuhan penjualan yang diukur dengan penjualan tahun lalu – penjualan tahun sekarang setelahnya dibagi penjualan tahun lalu mempunyai nilai signifikan sebesar $0,325 > 0,05$ dan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,994 < 1,672029$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel profitabilitas. Variabel *Leverage* yang diukur dengan rasio *debt to total assets* (DAR) mempunyai nilai signifikan sebesar $0,018 < 0,05$ dan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-2,446 > 1,672029$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Leverage* secara parsial berpengaruh terhadap variabel profitabilitas.

Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

Tabel 6. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	289,046	3	96,349	2,950	,040 ^b
	Residual	1829,177	56	32,664		
	Total	2118,222	59			

a. Dependent Variable: Y_Profitabilitas

b. Predictors: (Constant), X3_Leverage, X2_Pertumbuhan Penjualan, X1_Ukuran Perusahaan

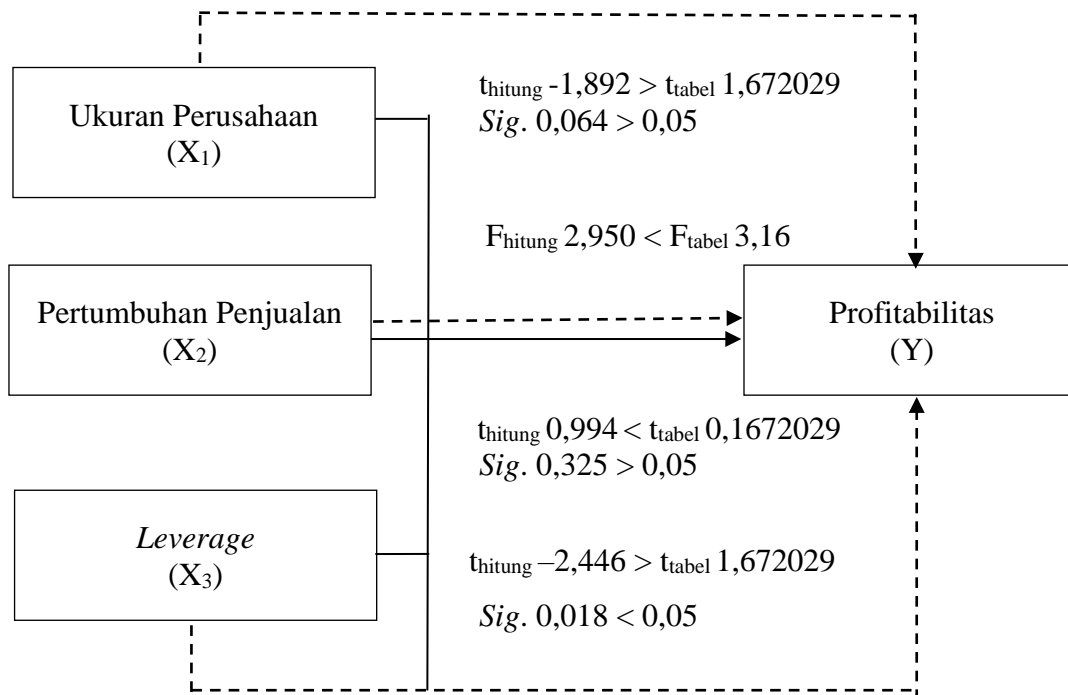
Sumber : Olah Data SPSS 25, 2024

Berdasarkan tabel diatas, hasil pengujian menunjukkan nilai $F_{hitung} 2,950 < F_{tabel} 3,16$ dengan nilai $sig. F = 0,040 < 0,05$; berarti variabel ukuran Perusahaan, pertumbuhan penjualan, *Leverage* secara simultan berpengaruh terhadap variabel profitabilitas. Berdasarkan hasil uji F, terbukti jika H_0 ditolak yaitu “Ada pengaruh secara simultan antara ukuran Perusahaan, pertumbuhan penjualan, *Leverage* terhadap profitabilitas pada



perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2022”.

2. Pembahasan



Gambar 5. Hasil Kerangka Berfikir
 Sumber : Data diolah SPSS 25, 2024

Keterangan :

- > = Pengaruh secara Simultan
- > = Pengaruh secara Parsial

a. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas

Dari hasil uji, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Dalam hal ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aset yang dimiliki tidak berpengaruh terhadap profitabilitas, karena perusahaan tidak dapat menentukan apakah suatu perusahaan dapat menghasilkan keuntungan atau tidak karena setiap perusahaan akan berusaha menghasilkan keuntungan terbesar. Jadi ukuran perusahaan besar yang memiliki sumber daya yang sangat besar belum tentu mampu menghasilkan keuntungan karena sumber daya yang diklaim tidak diawasi dan digunakan semaksimal mungkin. Hal ini sejalan dengan penelitian (Ahmad & Verdika, 2023) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

**b. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas**

Dari hasil uji, pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Hal tersebut dapat terjadi disebabkan karena penjualan yang dicapai pada setiap perusahaan mengalami fluktuasi (turun naiknya suatu harga) dari tahun ke tahun cenderung meningkat. Dalam hal ini semakin meningkatnya nilai yang diperoleh pertumbuhan penjualan, tidak menjamin nilai yang diperoleh profitabilitas perusahaan akan semakin meningkat. Hal ini sejalan dengan penelitian (Simatupang et al., 2022) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

c. Pengaruh *Leverage* Terhadap Profitabilitas

Dari hasil uji, *Leverage* berpengaruh terhadap profitabilitas. Dalam hal ini menunjukkan turunnya profitabilitas sebab penggunaan utang menimbulkan beban bunga yang bersifat tetap. Karena hutang yang semakin besar menyebabkan profitabilitas perusahaan menjadi rendah karena perhatian perusahaan dialihkan dari peningkatan produktivitas menjadi kebutuhan untuk menghasilkan arus kas sebagai pelunasan utang. Hal ini sejalan dengan penelitian (Ahmad & Verdika, 2023) yang menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh terhadap profitabilitas.

d. Pengaruh Secara Bersama-Sama Antara Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan, *Leverage* Terhadap Profitabilitas

Dari hasil uji simultan, menunjukkan nilai Fhitung $2,950 < F_{tabel} 3,16$ dengan nilai sig. $F = 0,040 < 0,05$; berarti variabel ukuran Perusahaan, pertumbuhan penjualan, *Leverage* secara simultan berpengaruh terhadap variabel profitabilitas. Jadi H_0 ditolak yaitu "Ada pengaruh secara simultan antara ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, *Leverage* terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2022". Hal ini sejalan dengan hipotesis penelitian (Simatupang et al., 2022) yang mana pada bagian hipotesis disebutkan bahwa ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, *Leverage* berpengaruh secara simultan terhadap profitabilitas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dijelaskan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan, diketahui hasil pengujian regresi berganda profitabilitas (ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan) tidak berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2020-2022 dan hasil pengujian regresi berganda *Leverage* berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2020-2022. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya mempertimbangkan penambahan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi profitabilitas seperti, likuiditas, perputaran hutang dagang, perputaran modal kerja, dan lain-lain. Serta menggunakan sektor perusahaan lain di BEI yang memiliki lebih banyak populasi dan pengambilan tahun lebih lama agar mampu menentukan sampel yang lebih banyak. Dalam metode pengumpulan data dapat ditambahkan melalui data wawancara.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Adnyana, M. (2020). *Manajemen Investasi dan Portofolio*. Jakarta Selatan: LPU-UNAS.
- Ahmad, E. F., & Verdika, R. (2023). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2020). *Jurnal Akuntansi Dan Sistem Informasi*, 4(1), 77–88.
- Baridwan, Z. (2015). *Intermediate Accounting*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- Harmono. (2022). *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis*. Jakarta Timur: PT. Bumi Aksara.
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Simatupang, E. I. B., Ernita, V. Y., Silalahi Bonifasya, Rosalina, D., & Panggabean, M. S. (2022). Pengaruh likuiditas, leverage, times interest earne ratio, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada perusahaan property dan real estate yang terdaftar di bei periode 2015-2019. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 5(2), 905–914.
- Sitanggang, F. A. (2021). Pengaruh Likuiditas dan Leverage terhadap Profitabilitas pada PT. Telkom Indonesia (PERSERO), Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 10(1), 138–152.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Veronica, C., Aprilyanti, R., & Jenni. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan. *ECo-Buss*, 4(3), 635–646.