

PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN LEVERAGE TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2015-2017

Oleh:

Dina Simanullang

Universitas Darma Agung, Medan

E-mail:

dinasimanullang@gmail.com

ABSTRACT

*This research aims to examine the effect of sales growth and leverage on profitability in consumer goods companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The research object used as a sample of consumer goods industry companies listed on the Indonesia Stock Exchange was 13 companies. Taking this study using secondary data in the form of financial statements for three consecutive years namely the period 2015-2017. Data analysis using multiple linear regression and determination was done through SPSS version 22. The results of multiple linear regression test contained a value of $Y = -2,928 - 0.073 (X1) - 0.592 (X2)$ and in testing the hypothesis the authors used the *t* test for partial hypotheses and *F* test for simultaneous hypotheses. Based on statistical test partially the sales growth variable $T \text{ count} < T \text{ table}$ ($-0,434 < 1.30551$), and *t* test sig more than 0.05 ($0.667 > 0.05$), leverage the calculated $T \text{ value} > T \text{ table}$ ($-2.486 > 1.30551$) and sig test more than 0.05 ($0.018 < 0.05$). Based on the statistical test simultaneously obtained $F \text{ count} > F \text{ table}$ ($3.296 > 3.22$) and test at sig less than 0.05 ($0.048 < 0.05$), this means that there is simultaneous effect between sales growth and leverage on profitability in consumer goods industry companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2015-2017. In the analysis of the coefficient of determination obtained a coefficient of determination of 0.155 which means 15,5% of the profitability variable variation can be explained by variations in sales growth and leverage variables while 84,5% is explained by other variables outside the model examined in this study.*

Keywords : Sales Growth, Leverage, Profitability.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pertumbuhan penjualan dan *leverage* terhadap profitabilitas pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Objek penelitian yang digunakan sebagai sampel perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebanyak 13 perusahaan. Pengambilan penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan selama tiga tahun berturut-turut yakni periode tahun 2015-2017. Analisis data dengan menggunakan regresi linier berganda dan determinasi dilakukan melalui SPSS versi 22. Hasil uji regresi linier berganda terdapat nilai $Y = -2,928 - 0,073 (X1) - 0,592 (X2)$ dan pada pengujian hipotesis penulis menggunakan uji *t* untuk hipotesis parsial dan uji *F* untuk hipotesis simultan. Berdasarkan uji statistik secara parsial variabel pertumbuhan penjualan nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ ($-0,434 < 1.30551$), dan uji *t* sig lebih dari 0,05 ($0.667 > 0.05$), *leverage* nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($-2,486 > 1.30551$) dan uji *t* sig lebih dari 0,05 ($0,018 < 0.05$). Berdasarkan uji statistik secara simultan diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($3,296 > 3,22$) dan uji pada *t* sig kurang dari 0,05 ($0,048 < 0.05$), ini dapat diartikan ada pengaruh yang simultan antara pertumbuhan penjualan dan *leverage* terhadap profitabilitas pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar

di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017. Pada analisis koefisien determinasi diperoleh koefisien determinasi sebesar 0,155 yang berarti sebesar 15,5% variasi variabel profitabilitas dapat dijelaskan oleh variasi variabel pertumbuhan penjualan dan *leverage* sedangkan 84,5% dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Pertumbuhan Penjualan, *Leverage* dan Profitabilitas

1. PENDAHULUAN

Setiap perusahaan yang didirikan pasti memiliki tujuan untuk mendapatkan laba, baik perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa atau perusahaan lainnya yang tidak akan terlepas dari masalah seperti penjualan, utang. Oleh karena itu perusahaan membutuhkan dana dimana dana yang diperoleh bisa berasal dari pihak pemilik perusahaan maupun dengan hutang.

Profitabilitas merupakan gambaran kemampuan modal perusahaan dalam menghasilkan keuntungan melalui semua kemampuan perusahaan. Tidak dapat dipungkiri bahwa tujuan dari setiap perusahaan adalah untuk memperoleh laba dan kelangsungan perusahaan. Profitabilitas mempunyai peranan yang sangat penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang karena profitabilitas dapat menunjukkan apakah perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik dimasa yang akan datang. Semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan, akan semakin terjamin kelangsungan hidup perusahaan tersebut.

Profitabilitas suatu perusahaan dapat diketahui dengan membandingkan antara laba yang diperoleh dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut. Profitabilitas suatu perusahaan dapat diketahui dengan membandingkan antara laba yang diperoleh dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan. *Return on asset* (ROA) merupakan rasio antara laba setelah pajak terhadap total aktiva. Semakin besar *return on asset* (ROA) menunjukkan kinerja perusahaan semakin baik, karena tingkat kembalian (return) semakin besar. ROA digunakan untuk

mengukur efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya.

Penjualan merupakan komponen utama bagi penghasilan perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang stabil nantinya akan dapat berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan. Meningkatkan penjualan biasanya dilakukan dengan penjualan secara kredit yang nantinya akan menjadi pendapatan suatu perusahaan dan akan dapat ditagih dan menjadi kas perusahaan. Meningkatnya penjualan maka keuntungan atau laba akan semakin meningkat pula, hal ini tidak terlepas dari kegiatan operasional perusahaan yang akan terus berjalan. Perusahaan yang penjualannya ingin terus meningkat tentu akan berusaha tidak kehabisan persediaan untuk memenuhi permintaan dari konsumen. Oleh karena itu untuk setiap bagian dari perusahaan harus memiliki komunikasi yang bagus antara bagian yang satu dengan bagian yang lain. Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh yang strategis bagi perusahaan karena pertumbuhan penjualan menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar.

Leverage salah satu faktor yang mempengaruhi profitabilitas suatu perusahaan adalah *leverage*. *Leverage* menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangannya apabila perusahaan tersebut dilikuidasikan baik membayar kewajiban jangka panjang maupun jangka pendek.

Debit To Asset Ratio (DAR) merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva. Dengan kata lain, seberapa besar aktiva perusahaan

dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva.

Selanjutnya faktor yang mempengaruhi profitabilitas adalah pertumbuhan penjualan dan *leverage*. Penjualan maksudnya adalah jumlah omzet barang yang dijual, baik dalam unit maupun dalam rupiah. Penjualan dipengaruhi oleh harga jual dan jumlah barang yang dijual. Jika jumlah penjualan meningkat, maka akan mampu meningkatkan laba. Demikian sebaliknya, apabila jumlah penjualan turun, kemungkinan laba turun. Akan tetapi teori tersebut bertentangan dengan fakta yang terjadi di lapangan. Dimana fakta yang menunjukkan beberapa perusahaan industry barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2015-2017 mengalami fenomena dimana penjualan meningkat maka laba turun. Beberapa perusahaan mengalami peningkatan laba yang diikuti dengan peningkatan *leverage*. Pada perusahaan industry barang konsumsi pada tahun 2015-2017 Pertumbuhan Penjualan dan *Leverage* sering mengalami fluktuasi yang mengakibatkan laba perusahaan juga mengalami fluktuasi.

Hasil penelitian terdahulu yang menguji pengaruh *leverage* dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas yang dilakukan oleh Tenie (2015) dengan judul “Pengaruh likuiditas, *leverage*, pertumbuhan penjualan dan perputaran modal kerja Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan otomotif Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *leverage* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan, sedangkan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Secara simultan *leverage* dan pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

Dari hasil penelitian terdahulu dan fenomena diatas, penulis ingin melakukan

pelitian lanjutan untuk mengetahui keterkaitan atau pengaruh dari variabel-variabel yang akan diteliti. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu objek perusahaan dan periode penelitian. Objek dari peneliti ini dilakukan diperusahaan industry barang konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2015 sampai dengan tahun 2017.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diungkapkan maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Dan *Leverage* Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Industry Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017**”.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Laporan Keuangan

Menurut Fahmi (2017:2) “Laporan Keuangan adalah suatu informasi yang menggambarkan kondisi keuangan suatu perusahaan, dan lebih jauh informasi tersebut dapat dijadikan sebagai gambaran kinerja keuangan perusahaan tersebut” Menurut Kasmir (2018:30) “Laporan neraca merupakan ringkasan laporan keuangan. Artinya, laporan keuangan disusun secara garis besarnya saja dan tidak mendetail. Kemudian, neraca juga menunjukkan posisi keuangan berupa aktiva, kewajiban, dan modal perusahaan (ekuitas) pada saat tertentu. Artinya neraca dapat dibuat untuk mengetahui kondisi harta, utang, dan modal perusahaan.

Komponen atau isi yang terkandung dalam suatu aktiva yaitu aktiva lancar, aktiva tetap, dan aktiva lainnya. Kemudian kewajiban dibagi atas dua bagian yaitu utang jangka panjang dan utang jangka pendek. Sementara itu komponen modal terdiri dari modal setor dan laba yang ditahan. Laporan keuangan merupakan akhir dari proses akuntansi yang kemudian dicatat, diklarifikasikan,

diiktisarkan dan kemudian disusun menjadi laporan keuangan.

Berdasarkan defenisi tersebut, dapat dikatakan bahwa laporan keuangan adalah alat untuk mengkomunikasikan kondisi keuangan perusahaan. Laporan keuangan pada perusahaan merupakan hasil akhir dari kegiatan akuntansi yang mencerminkan kondisi keuangan dari hasil operasi perusahaan.

2.1.2 Pengertian Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan merupakan langkah utama dalam menyusun anggaran perusahaan, karena pertumbuhan penjualan merupakan sumber utama pendapatan perusahaan dan jika penjualan meningkat karena permintaan pasar maka laba yang di dapatkan suatu perusahaan semakin tinggi. Menurut Kasmir (2012:116) “Rasio pertumbuhan penjualan merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya ditengah pertumbuhan ekonominya dan sektor usahanya. Dalam rasio pertumbuhan yang di analisis adalah pertumbuhan penjualan, laba bersih, pendapatan per saham dan deviden per saham.”

Menurut Fahmi (2014: 82)” rasio pertumbuhan rasio yang mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisinya didalam industri dan dalam perkembangan ekonomi secara umum.”

Berdasarkan pengertian dari beberapa para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan merupakan peningkatan penjualan yang terjadi dari tahun sebelumnya ketahun berikutnya dimana dengan pertumbuhan penjualan perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang semakin meningkat dan dapat menjaga kelangsungan perusahaan.

2.1.2.1 Arti Penting Pertumbuhan Penjualan

Menurut Raharjaputra (2011 : 141)” pertumbuhan penjualan merupakan

langkah pertama dalam menyusun anggaran perusahaan, karena proyeksi pertumbuhan penjualan merupakan sumber utama pendapatan perusahaan, maka suatu perusahaan pada periode tertentu memberikan suatu informasi untuk mengevaluasi, menganalisis, dalam mengambil keputusan bagi para eksekutif perusahaan.” Menurut Brealey (2011: 4)” dalam Oktavia menjelaskan tentang *packing order theory*. Teori ini menjelaskan bahwa perusahaan yang penjualannya tumbuh secara besar akan menghasilkan laba yang cukup tinggi sehingga perusahaan lebih cenderung untuk membiayai kegiatan operasi kegiatan perusahaanya dengan dana internal yang dimilikinya dari hasil operasionalnya.”

Penjualan merupakan ujung tombak yang penting setelah barang dan jasa diproduksi. Selain itu, penjualan tidak hanya dijadikan Indikasi untuk melihat posisi produk di pasar, tetapi lebih dari itu dapat memprediksi kemampuan perusahaan kedepan baik kuantitas maupun kemampuan untuk meraih keuntungan (Sunyoto, 2013:17–18)

Berdasarkan beberapa pengertian para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam mempertahankan keuntungan perusahaan dari masa lalu kemas yang akan datang. Penjualan yang terus mengalami peningkatan dari masa kemas akan berdampak positif pada perusahaan juga pada investor.

2.1.2.2 Faktor – faktor yang mempengaruhi pertumbuhan penjualan

Berikut adalah faktor – faktor yang mempengaruhi pertumbuhan penjualan:

1. Faktor harga jual

Harga jual adalah harga persatuan atau unit perkilogram atau lainnya produk yang dijual di pasaran. Penyebab berubahnya harga jual adalah perubahan nilai harga jual per satuan. Dalam kondisi tertentu

harga jual dapat naik, tetapi dapat pula turun.

2. Faktor jumlah barang yang dijual
Jumlah barang yang dijual maksudnya adalah banyaknya kuantitas atau jumlah barang (volume) yang dijual dalam usaha suatu periode. Sudah pasti jika barang yang dijual dengan kuantitas yang lebih banyak, juga akan mempengaruhi peningkatan laba kotor, demikian pula sebaliknya apabila kuantitas barang yang dijual sedikit, tentu kemungkinan akan terjadi penurunan penjualan.

2.1.2.3 Manfaat Dan Tujuan Pertumbuhan Penjualan

Setiap hal yang dilakukan pasti memiliki manfaat dan tujuannya, begitu juga pada suatu perusahaan. Adapun manfaat dan tujuan perusahaan pada sektor penjualannya adalah sebagai berikut :

1. Manajemen dapat mengetahui berapa kali dana yang ditanamkan dalam aktiva tetap berputar dalam suatu periode.
2. Manajemen dapat mengetahui penggunaan semua aktiva perusahaan dibandingkan dengan penjualan dalam suatu periode tertentu.

Tingkat pertumbuhan penjualan dapat dihitung dengan membandingkan antara pertumbuhan penjualan tahun ini dikurang dengan pertumbuhan penjualan tahun lalu dan dibagi penjualan tahun lalu (Harahap, 2013:309).

3. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan industry barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui tempat / media perantara dengan melakukan *browsing* pada situs www.idx.co.id. Penulis memilih mengadakan penelitian ditempat ini dikarenakan adanya sumber data yang terbuka dan lebih mudah dalam proses

pengambilan datanya. Waktu penelitian ini dimulai dari bulan maret sampai bulan agustus 2019.

3.2 Metode dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan elemen elemen subjek peneliti dan akan dibuat kesimpulan. Jika seorang meneliti semua yang ada dalam wilayah peneliti, maka penelitiannya merupakan peneliti populasi.

Menurut Sanusi (2004:87) “ Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan cirri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan dimana kumpulan elemen itu menunjukkan jumlah, sedangkan ciri-ciri tertentu menunjukkan karakteristik dari kumpulan keseluruha elemen itu”. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan industry barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan laporan keuangan yang diteliti yaitu selama tiga tahun berturut-turut yakni dari tahun 2015 hingga tahun 2017. Jumlah keseluruhan perusahaan industry barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang digunakan sebagai populasi dalam penelitian ini ada sebanyak 42 perusahaan periode 2015-2017.

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah maupun yang mewakili karakteristik populasinya yang populasinya ditunjukkan oleh tingkat akurasi dan presisinya (Sanusi 2004:88). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dari populasi yang diperkirakan paling cocok untuk dikumpulkan datanya. Jumlah keseluruhan sampel sebanyak 13 perusahaan . Adapun kriteria yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah :

1. Perusahaan industry barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2015-2017.

2. Perusahaan industry barang konsumsi yang mempublikasikan laporan keuangannya dan telah di audit secara berturut – turut di BEI antara tahun 2015-2017.
3. Perusahaan yang *net income*-nya benilai positif secara berturut-turut.
4. Perusahaan yang mengalami pertumbuhan penjualan berturut-turut dari tahun 2015-2017.

3.3 Jenis Dan Sumber Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data skunder adalah data yang sudah melalui proses pengolahan terlebih dahulu diperoleh dari sumber data yang relevan dan dapat dipercaya akan kebenarannya. Data skunder dalam penelitian ini diambil dari laporan keuangan perusahaan manufaktur yang di muat di situs resmi Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara yang dilakukan untuk meneliti dan mengumpulkan data-data atau informasi yang relevan dalam penyusunan skripsi. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode:

- a. Penelitian (*Library Research*)
 Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data dari informasi dan macam-macam materi yang terdapat dalam ruangan perpustakaan seperti buku-buku yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, catatan kuliah, dokumen, diktat ataupun artikel-artikel yang berhubungan dengan judul skripsi ini.
- b. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian yang dilakukan secara langsung terhadap objek penelitian di lapangan dengan cara observasi dan teknik observasi. Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui teknik dokumentasi.

Teknik dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data berdasarkan laporan yang tersedia dan diolah sebelumnya dari objek penelitian. Untuk mendapatkan data laporan keuangan perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang diakses melalui situs: www.idx.co.id.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskriptif Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Bursa Efek Indonesia didirikan oleh pemerintah Belanda di Indonesia sejak tahun 1912 namun kemudian ditutup karena perang dunia pertama. Pada tahun 1977 bursa efek ini dibuka kembali dan dikembangkan menjadi bursa modal modern dengan menerapkan Jakarta *automated trading systems* yang terintegrasi dengan sistem kliring dan penyelesaian, serta depositoris saham yang dimiliki PT. Custodian Deposito Efek Indonesia (KEDI). Sejak terjadi perang dunia kedua, pemerintah Hindia Belanda menutup bursa efek pada tanggal 1 Mei 1940 dan mengharuskan semua efek disimpan dalam bank yang telah ditunjuk. Pasar modal di Indonesia nilai aktif kembali pada saat perintah RI mengeluarkan obligasi pemerintah dan mendirikan bursa efek di Jakarta pada tanggal 31 Juni 1952. Keadaan ekonomi dan politik yang sedang bergejolak pada saat itu telah menyebabkan perkembangan bursa berjalan sangat lambat yang diindikasikan oleh rendahnya nilai nominal saham dan obligasi sehingga tidak menarik bagi investor.

Bursa Efek Jakarta kembali dibuka pada tanggal 10 Agustus 1977 dan ditangani oleh Badan Pelaksana Pasar Modal (BAPEPAM), sebuah institusi baru dibawah departemen keuangan. Kegiatan perdagangan dan kapitalisasi pasar saham pun mulai meningkat seiring dengan perkembangan pasar finansial dan sektor swasta dengan puncak perkembangannya tahun 1990. Pada tahun 1991 Bursa Efek Jakarta menjadi salah satu bursa saham yang dinamis di Asia. Swastanisasi bursa saham ini menjadi PT. Bursa Efek Jakarta mengakibatkan beralihnya fungsi bapepam menjadi badan pengurus pasar modal

Tahun 2000 sistem perdagangan tanpa warkat (*scripless trading*) mulai diaplikasikan di pasar modal Indonesia. Sedangkan tahun 2000 BEJ mulai mengaplikasikan sistem perdagangan jarak jauh (*remote trading*). Kemudian pada tahun 2007 terjadi penggabungan Bursa Efek Surabaya (BES) ke Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan berubah nama menjadi Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada tanggal 02 Maret 2009 dimulai Peluncuran Perdana Sistem Perdagangan Baru PT. Bursa Efek Indonesia yakni *Jakarta Automated Trading System Next Generation* (JATS *Next-G*), yang

merupakan pengganti sistem JATS yang beroperasi sejak Mei 1995. Sistem JATS *Next-G* telah diterapkan di berbagai bursa negara asing, seperti Singapura, Hong Kong, Swiss, Kolombia dan Inggris. JATS *Next-G* memiliki kapasitas hampir tiga kali lipat dari JATS generasi lama.

Demi mendukung strategi dalam pelaksanaan perannya sebagai fasilitator dan regulator pada pasar modal, BEI selalu mengembangkan diri dan siap berkompetensi dengan bursa-bursa dunia lainnya, dengan memperhatikan tingkat resiko yang terkendali, *instrument* perdagangan yang lengkap, sistem yang handal dan tingkat likuiditas yang tinggi. Hal ini dapat dilihat dari keberhasilan Bursa Efek Indonesia untuk kedua kalinya mendapatkan penghargaan sebagai “*The Best Stock Exchange of the Year 2010 in Southeast Asia*”.

Sektor industri barang konsumsi yang terbagi atas sub sektor makanan & minuman; rokok; farmasi; kosmetik & keperluan rumah tangga ; dan peralatan rumah tangga. Berikut adalah daftar nama perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2012-2014 yang diteliti dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.1Daftar penelitian perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2012-2014

No	Kode Emiten	Nama Perusahaan	Berdiri	Listing	Bidang Usaha
1	CEKA	PT.Cahaya Kalbar Tbk	03 februari 1968	09 juli 1996	Industri makanan dan minuman
2	DLTA	PT. Delta Djakarta Tbk	15 Juni 1970	12 Februari 1984	Industri makanan dan minuman
3	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk	14 Agustus 1990	14 Juli 1994	Industri makanan dan minuman
4	KAEF	PT Kima Farma (Persero) Tbk	16 Agustus 1971	4 Juli 2001	Industri farmasi
5	KLBF	PT. Kalbe Farmaa Tbk	10 September 1966	30 Juli 1991	Industri farmasi
6	GGRM	PT. Gudang Garam Tbk	30 Juni 1971	27 Agustus 1990	Industri rokok

7	MYOR	PT. Mayor Indah Tbk	17 Februari 1977	04 Juli 1990	Industri makanan dan minuman
8	HMSP	PT. HM Sempoerna Tbk	19 Oktober 1963	15 Agustus 1990	Industri rokok
9	STTP	PT. Sintar Top Tbk	12 Mei 1987	16 Desember 1996	Industri makanan dan minuman
10	SKLT	PT. Sekar Laut Tbk	19 Juli 1976	08 September 1993	Industri makanan dan minuman
11	TSPC	PT. Tempo Scan Pacific Tbk	20 Mei 1970	17 Juni 1994	Industri keramik
12	MERK	PT. Merek Tbk	10 Oktober 1970	23 Juni 1974	Industri farmasi
13	UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk	5 Desember 1933	20 Februari 2005	Kosmetik dan keperluan rumah tangga

Sumber : Hasil Olahan Penulis (2019)

4.3 Pembahasan Uji Hipotesis

4.3.1 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas

Berdasarkan hasil penelitian yang diuraikan secara statistik dengan menggunakan program SPSS maka dapat diketahui bahwa pertumbuhan penjualan menunjukkan nilai T_{hitung} variabel pertumbuhan penjualan sebesar 0,434 lebih kecil dari nilai T_{tabel} sebesar 1,30551 dengan tingkat signifikan 0,667 lebih besar dari 0,05. Dengan demikian hipotesis ditolak yang artinya variabel pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2017. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu dari Tennie (2015) yang menyatakan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

4.3.2 Pengaruh *Leverage* Terhadap Profitabilitas

Berdasarkan hasil penelitian yang diuraikan secara statistik dengan menggunakan program SPSS maka dapat

diketahui bahwa *leverage* menunjukkan nilai T_{hitung} variabel *leverage* sebesar -2,486 lebih besar dari nilai T_{tabel} sebesar 1,30551 dengan tingkat signifikan 0,018 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hipotesis diterima yang artinya variabel *leverage* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2017. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu dari Depi (2018) yang menyatakan *leverage* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.

4.3.3 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan *Leverage* Terhadap Profitabilitas Secara Simultan

Berdasarkan hasil penelitian secara simultan diketahui bahwa variabel pertumbuhan penjualan dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap profitabilitas. Ini dapat dibuktikan dengan nilai F_{hitung} yang diperoleh sebesar 3,296 sedangkan F_{tabel} 3,26. Disamping itu nilai signifikan diperoleh sebesar 0,048 lebih besar dari

0,05. Maka hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan dan *leverage* secara simultan berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu dari Tennie (2015) yang menyatakan pertumbuhan penjualan dan *leverage* berpengaruh secara simultan terhadap profitabilitas. Dikarenakan saat pertumbuhan penjualan dan *leverage* bersama – sama mengalami peningkatan, Profitabilitas tidak selalu mengalami peningkatan akan tetapi ada juga yang mengalami penurunan. Begitu juga sebaliknya saat pertumbuhan penjualan dan *leverage* secara bersama mengalami penurunan, profitabilitas tidak selalu mengalami penurunan juga akan tetapi ada juga yang mengaalmi peningkatan.

4.3.4 Uji Determinasi (R^2) (Hubungan Nilai R dan Adjusted R Square)

Nilai R menerangkan tingkat hubungan antar variabel-variabel independen (X1) dengan variabel dependen (Y). Kekuatan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diketahui dari besarnya nilai yang berada antara nol dan satu. Dari hasil olahan data diperoleh nilai koefision korelasi 0,393 artinya hubungan variabel X terhadap variabel Y dalam kategori kuat.

Adjusted R square menjelaskan seberapa besar korelasi Y yang disebabkan oleh X dari hasil perhitungan diperoleh nilai R^2 sebesar 0,155 atau 15.5% profitabilitas dipengaruhi oleh kedua variabel bebas yaitu pertumbuhan penjualan dan *leverage*. Sedangkan sisanya 84.5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5. SIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh pertumbuhan penjualan dan *leverage* secara simultan maupun secara parsial terhadap profitabilitas dengan menggunakan sampel

13 perusahaan selama 3 tahun berturut-turut. Berdasarkan pembahasan dan analisis dari penelitian, maka dapat diambil kesimpulan yaitu persamaan regresi linear berganda adalah persamaan $Y = -2,928 + -0,073 (\text{penjualan}) + -0,592 (\text{DAR})$. Dari persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta (α) adalah -2,928 angka tersebut menunjukkan bahwa jika nilai pertumbuhan penjualan dan *leverage* bernilai nol maka profitabilitas sebesar -2,928. Nilai koefisien variabel pertumbuhan penjualan (b_1) mengandung makna bahwa setiap kenaikan pertumbuhan penjualan sebesar 1 satuan maka diikuti penurunan profitabilitas sebesar -0,073. Nilai koefisien variabel *leverage* (b_2) mengandung makna bahwa setiap kenaikan *leverage* sebesar 1 satuan maka diikuti penurunan profitabilitas sebesar -0,592.

1. Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas ini dibuktikan dengan nilai T_{hitung} sebesar 0,434 dan nilai T_{tabel} 1.30551 maka $T_{hitung} < T_{tabel}$ dengan nilai signifikan $0.667 > 0.05$.
2. *Laverage* berpengaruh berpengaruh negatif terhadap profitabilitas ini dibuktikan dengan nilai T_{hitung} sebesar -2,486 dan nilai T_{tabel} 1,30551 maka $T_{hitung} > T_{tabel}$ dengan nilai signifikan $0,018 < 0.05$.
3. Pertumbuhan penjualan dan *leverage* berpengaruh secara simultan terhadap profitabilitas dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar 3,296 sedangkan F_{tabel} 3,26 dan tingkat uji signifikan F lebih kecil dari 0,05 ($0,048 < 0,05$).

Nilai koefisien korelasi (R) adalah sebesar 0,155 ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel pertumbuhan penjualan dan *leverage* terhadap profitabilitas adalah kategori kuat. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi

nilai Adjusted R Square dalam model regresi pada perusahaan industri barang konsumsi diperoleh sebesar 0,155 atau 15,5% sisanya 84,5% dipengaruhi faktor-faktor lain diluar model yang diteliti dalam penelitian ini.

Keterbatasan Penelitian

1. penelitian ini dilakukan hanya 3 tahun yaitu dari tahun 2015-2017 dan semakin panjang rentang waktu penelitian ini akan semakin baik karena semakin banyak sampel yang dijadikan penelitian akan meningkatkan keakuratan hasil penelitian.
2. Pada penelitian ini objek penelitian yang terbatas yakni perusahaan industri barang konsumsi dengan rentang waktu pengamatan 3 tahun.

Saran

Bedasarkan hasil analisis pembahasan dan beberapa kesimpulan pada penelitian ini, adapun saran – saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini agar mendapatkan hasil yang lebih baik yaitu :

1. Bagi pihak manajemen perusahaan diharapkan selalu mengelolah perusahaan equitas dan harta kekayaan dengan baik dan secara optimal. Agar profitabilitas perusahaan tidak mengalami penurunan
2. Bagi nvestor dan emiten, agar pada saat melakukan investasi supaya memperhatikan profitabilitas perusahaan. Begitu juga dengan penjualan dan *laverage* karena kewajiban dan penjualan yang tinggi akan dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan.
3. Bagi peneliti berikutnya supaya mempertimbangkan rentang waktu peneliti yang lebih lama supaya dapat memperluas pembahsaan penelitian tidak hanya sebatas penjualan,

laverage dan profitabilitas serta memperluas objek penelitian agar hasil dapat digeneralisasikan untuk jenis perusahaan lain tidak hanya pada perusahaan industri saja.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Brigman dan Houston. 2012. *Dasar Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta; Salemba Empat
- Darsono, 2005. *Pedoman Praktek Memahami Laporan Keuangan*; penerbit Andi.
- Depi . 2018. Pengaruh leverage, perputaran modal, perputaran persediaan, resiko bisnis dan siklus konversi terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2010-2015. *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung, Lampung*.
- Fahmi,Irfan. 2017. *Analisis Kinerja Keuangan..* Jakarta; ALFABETA.
- _____.2014. *Manajemen keuangan.bandung*; ALFABETA.
- Ghozali, Imam. 2013.*Aplikasi Analisis Multivarieta Dengan Program IBM Spss 21*.Ed 7. Semarang; Universitas Diponegoro.
- Harahaap,Sofyan Sayfir. 2013. *Analisis Kriteria Atas Laporan Keuangan*. Cetakan Kesebelas. Jakarta; PT Raja Grafindo Persada.
- Husnan Saud dan Enny Pudjiastuti. 2012. *Dasar Dasar Manajemen Keuangan*. Ed 6. Yogyakarta; UUP STIM YKPN.
- Harahap, Sofyan. 2013. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. PT Raja Grafindo.
- Kasmir. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Ed 1-5. Jakarta; Rajawali Pers.

- _____. 2013. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Cetakan Ketiga, Jakarta; Kencana.
- _____. 2018. *Analisa laporan keuangan*. Ed 1-8. Jakarta; Rajawali Pers.
- Munawir. 2007. *Analisa Laporan Keuangan*. Ed Keempat, Yogyakarta; Liberty Yogyakarta
- Raharjaputra, Hendra S. 2011. *Manajemen Keuangan Dan Akuntansi*. Cetakan Pertama. Jakarta; Salemba Empat.
- Sartono ,Agus. 2010. *Manajemen Keuangan Teori Aplikasi*. Cetakan Keempat. Yogyakarta; BPFE.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta; CAPS.
- Sanusi Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*, Malang; Salemba Empat.
- Suci, Agus Salim, dan Khoirul. 2018. “*pengaruh likuiditas, solvabilitas dan perputaran modal kerja terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI* ”, ***Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Unisma***.
- Tenni. 2017. Pengaruh likuiditas, leverage, pertumbuhan penjualan dan perputaran modal kerja terhadap profitabilitas pada perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI. ***Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Pasundan, Bandung***.