



**PENGARUH *LEVERAGE* DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN
TERHADAP PROFITABILITAS DI SEKTOR *AUTO
COMPONENTS* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA TAHUN 2018-2023**

Skripsi

Dibuat oleh :

Putri Kintani Mashuri

022120051

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PAKUAN

BOGOR

2024

**PENGARUH *LEVERAGE* DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN
TERHADAP PROFITABILITAS DI SEKTOR *AUTO
COMPONENTS* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA TAHUN 2018-2023**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Akuntansi
Program Studi Akuntansi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan
Bogor

Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
(Towaf Totok Irawan, SE., ME., Ph. D)

Ketua Program Akuntansi
(Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA., CMA.,
CCSA., CA., CSEP., QIA., CFE., CGCAE)

**PENGARUH *LEVERAGE* DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN
TERHADAP PROFITABILITAS DI SEKTOR *AUTO
COMPONENTS* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA TAHUN 2018-2023**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada hari : Jumat, tanggal 26 Juli 2024

Putri Kintani Mashuri

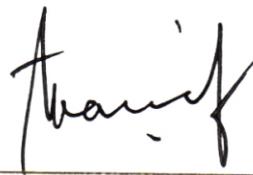
022120051

Disetujui,

Ketua Penguji Sidang
(Dr. Retno Martanti Endah Lestari,
SE., MSi., CMA., CAPM)



Ketua Komisi Pembimbing
(Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA., CMA.,
CCSA., CA., CSEP., QIA., CFE., CGCAE)



Anggota Komisi Pembimbing
(Haqi Fadhillah, S.E., M.Ak., BKP.,
CertDA.,CAP)



Pernyataan Pelimpahan Hak Cipta

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Putri Kintani Mashuri

NPM 022120051

Judul Skripsi : Pengaruh *Leverage* dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Di Sektor *Auto Components* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2018-2023

Dengan ini saya menyatakan bahwa Paten dan Hak Cipta dari produk skripsi di atas adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun.

Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan Paten, Hak Cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Pakuan.

Bogor, Juni 2024



Putri Kintani Mashuri

022120051

**© Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Pakuan, tahun 2024**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

Dilarang mengumumkan dan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

ABSTRAK

PUTRI KINTANI MASHURI. 022120051, Pengaruh *Leverage* Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Di Sektor *Auto Components* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2023. Di bawah bimbingan: ARIEF TRI HARDIYANTO dan HAQI FADILLAH. 2024.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan. Dengan demikian setiap perusahaan akan selalu berusaha untuk meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka kelangsungan hidup perusahaan tersebut akan lebih terjamin. *Leverage* dan Penjualan merupakan kriteria penting untuk menilai profitabilitas perusahaan dan merupakan indikator utama atas aktivitas perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menjelaskan pengaruh *leverage* terhadap profitabilitas, untuk menguji dan menjelaskan pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas, serta untuk menguji dan menjelaskan pengaruh *leverage* dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas di perusahaan sektor *auto components* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023.

Leverage diukur menggunakan indikator *Debt to Asset Ratio* (DAR), pertumbuhan penjualan diukur menggunakan indikator *Sales Growth* (SG), dan profitabilitas diukur menggunakan indikator *Return On Asset* (ROA). Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sektor *auto components* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2023. Sampel yang digunakan sebanyak 6 perusahaan dengan kurun waktu 6 tahun. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah regresi data panel dengan menggunakan *software Eviews* versi 12.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas dan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Secara simultan *leverage*, dan pertumbuhan penjualan secara bersama-sama berpengaruh terhadap profitabilitas.

Kata kunci: Profitabilitas, *Leverage*, Pertumbuhan Penjualan

PRAKATA

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Akuntansi pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan. Adapun judul skripsi ini **“Pengaruh *Leverage* dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Di Sektor *Auto Components* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2018-2023”**. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari beberapa pihak, dari masa perkuliahan sampai padapenyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua saya tercinta, Bapak Mashuri dan Ibu Nuraini Mashuri yang selalu memberikan perhatian, kasih sayang, dan doa serta memberikan dukungan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Tawaf Totok Irawan, SE., ME., Ph. D. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan Bogor.
3. Ibu Retno Martanti Endah Lestari, S.E., M.Si., CMA., CAPM., CAP. Selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
4. Bapak Asep Alipudin, SE., M,Ak, C.S.A. Selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
5. Bapak Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA., CMA., CCSA., CA., CSEP., QIA., CFE., CGCAE. Selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Enomi dan Bisnis Universitas Pakuan dan Ketua Komisi Pembimbing, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan serta nasihat dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Haqi Fadillah, S.E., M.Ak., BKP., CertDA., CAP. Selaku Anggota komisi pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan serta nasihat dalam penyusunan skripsi ini.
7. Adikku Maura Berliani Mashuri yang selalu memberikan doa dan semangat kepada penulis.
8. Ayu Mustika, Dinda Febriana, Faiza Mutia, Faidzah Ika, Amelia Andani terimakasih atas doa dan memberikan semangat kepada penulis.
9. Ajeng Mutiara, Indah Kusumadewi, Shintia Susanti, Indah Fannisa, Nurul Rahmawati, Riendra Muda, Fahmi Rizky serta teman-teman kelas B Akuntansi Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan Angkatan 2020 serta semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dan mendukung dalam penyusunan skripsi ini.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekuarangan, olehkarena itu, kritik dan saran bersifat membangun sangatlah saya harapkan. Akhir kata, penulis berharap agar Allah SWT berkenan membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu saya dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juni 2024



Putri Kintani Mashuri

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN TELAH DISIDANGKAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN PELIMPAHAN HAK CIPTA	v
LEMBAR HAK CIPTA	vi
ABSTRAK	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah	5
1.2.1 Identifikasi Masalah	5
1.2.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	6
1.3.1 Maksud Penelitian	6
1.3.2 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.4.1 Kegunaan Praktis	7
1.4.2 Kegunaan Akademis	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Akuntansi Keuangan	8
2.1.1 Pengertian Akuntansi Keuangan	8
2.1.2 Tujuan Akuntansi Keuangan	8
2.2 Laporan Keuangan	8
2.2.1 Pengertian Laporan Keuangan	8
2.2.2 Tujuan Laporan Keuangan	9
2.2.3 Pemakai Laporan Keuangan	9
2.3 Leverage	11
2.3.1 Pengertian <i>Leverage</i>	11
2.3.2 Tujuan dan Manfaat <i>Leverage</i>	11

2.3.3 Rasio-Rasio <i>Leverage</i>	12
2.4 Pertumbuhan Penjualan	14
2.4.1 Pengertian Pertumbuhan Penjualan	14
2.5 Profitabilitas	15
2.5.1 Pengertian Profitabilitas	15
2.5.2 Tujuan dan Manfaat Profitabilitas	15
2.5.3 Rasio-Rasio Profitabilitas	16
2.6 Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran.....	17
2.6.1 Penelitian Sebelumnya.....	17
2.6.2 Kerangka Pemikiran	28
2.7 Hipotesis Penelitian	30
BAB III METEDOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian	31
3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian	31
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	32
3.5 Metode Penarikan Sampel.....	32
3.6 Metode Pengumpulan Data	33
3.7 Metode Pengolahan atau Analisis Data.....	34
3.7.1 Uji Statistik Deskriptif.....	34
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	36
3.7.4 Analisis Regresi Data Panel.....	37
3.7.5 Uji Hipotesis	38
BAB IV HASIL PENELITIAN	39
4.1 Hasil Pengumpulan Data	39
4.1.1 Data <i>Debt to Assets Ratio</i> Sektor <i>Auto Components</i> Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	40
4.1.2 Data <i>Sales Growth (SG)</i> di Sektor <i>Auto Components</i> Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	41
4.1.3 Data <i>Return on Assets (ROA)</i> di Sektor <i>Auto Components</i> Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2023.....	43
4.2 Analisis Data	44
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	44
4.2.2 Uji Pemilihan Model Regresi Data Panel	45
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	47
4.2.4 Analisis Regresi Data Panel	50

4.2.5 Uji Hipotesis	51
4.3 Pembahasan dan Interpretasi Penelitian	53
4.3.1 Pengaruh <i>Leverage</i> yang diproksikan oleh <i>Debt to Asset Ratio</i> terhadap Profitabilitas.....	53
4.3.2 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan yang diproksikan oleh (<i>Sales Growth</i>) terhadap Profitabilitas	54
4.3.3 Pengaruh <i>Leverage</i> yang diproksikan oleh (DAR) dan Pertumbuhan Penjualan yang diproksikan oleh (SG) terhadap Profitabilitas	55
BAB V SIMPULAN DAN HASIL	56
5.1 Simpulan.....	56
5.2 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	58
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	61
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya	17
Tabel 2. 2 Matriks Penelititan Sebelumnya.....	25
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	32
Tabel 3. 2 Daftar Populasi Perusahaan Sektor Auto Components	33
Tabel 3. 3 Daftar Perusahaan Sektor Auto Components yang menjadi Sampel Penelitian.....	33
Tabel 4. 1 Daftar Perusahaan Sektor Auto Componenets Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2023 Yang Menjadi Objek Penelitian	40
Tabel 4. 2 Presentase Debt to Assets Ratio (DAR)	40
Tabel 4. 3 Presentase Sales Growth Ratio (SG).....	42
Tabel 4. 4 Presentase Return on Assets (ROA).....	43
Tabel 4. 5 Hasil Pengujian Deskriptif Statistik	44
Tabel 4. 6 Hasil Uji Chow	45
Tabel 4. 7 Hasil Uji Hausman	46
Tabel 4. 8 Hasil Uji Langrange Multiplier	47
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas	48
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	49
Tabel 4. 11 Hasil Uji Autokorelasi	49
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Data Panel.....	50
Tabel 4. 13 Hasil Uji Parsial.....	51
Tabel 4. 14 Hasil Uji Simultan	52
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefiesien Determinasi.....	53
Tabel 4. 16 Ringkasan Hasil Penelitian.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 3 Rata-rata pertahun DAR, SG, dan ROA Perusahaan Auto Components yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2018-2023.....	4
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 4. 1 Debt to Assets Ratio Perusahaan Sektor Auto Components Tahun 2018-2023.....	41
Gambar 4. 2 Sales Growth Perusahaan Sektor Auto Components Tahun 2018-2023.....	42
Gambar 4. 3 Return on Assets Perusahaan Sektor Auto Components Tahun 2018-2023.....	43
Gambar 4. 4 Hasil Uji Normalitas.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Debt to Assets Ratio</i> Perusahaan.....	62
Lampiran 2 <i>Sales Growth</i> Perusahaan	63
Lampiran 3 <i>Return On Assets</i> Perusahaan	64

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Persaingan dunia usaha dalam era globalisasi sekarang dituntut untuk lebih dalam mengelola usahanya termasuk dalam persaingan usaha. Setiap perusahaan dituntut untuk lebih efektif dalam strategi-strategi agar dapat bersaing, selain lebih efektif dalam strategi perusahaan juga harus memiliki laporan posisi keuangan dan kinerja yang sangat baik untuk dipergunakan bagi kelangsungan kehidupan perusahaan baik untuk di masa sekarang maupun di masa yang akan datang (Putri, 2021). Transformasi industri 4.0 merupakan upaya transformasi menuju perbaikan dengan mengintegrasikan secara teknologi digital. Termasuk peluang dalam peningkatan daya saing, pengurangan biaya, peningkatan pendapatan, dan peluang perluasan pasar dalam skala global. Industri otomotif menjadi salah satu prioritas pembangunan dalam menentukan digitalisasi tersebut (Aziz, 2021).

Perkembangan industri otomotif menjadi hal yang penting bagi perekonomian Indonesia, karena termasuk salah satu kategori sektor yang mempunyai peluang untuk terus tumbuh dan berkembang karena didukung oleh kuatnya permintaan di dalam negeri. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Direktur Jenderal Industri Logam, Mesin, Alat Transprotasi, dan Elektronika (ILMATE) Taufiek Bawazier mengatakan Indonesia merupakan pasar otomotif terbesar di Asia Tenggara dan salah satu industri yang memiliki potensi berkembang dalam meningkatkan nilai ekspor serta kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Seiring dengan perkembangan sektor otomotif yang semakin meningkat, maka Indonesia memiliki peluang besar pada pasar yang bergerak di bidang tersebut. Sehingga perusahaan-perusahaan tersebut dapat menghasilkan keuntungan yang lebih besar lagi dari segi peningkatan penjualan (Fitriani, 2019). Menteri perindustrian menyatakan sektor ini menyumbang nilai investasi sebesar Rp99,16 triliun dengan total kapasitas produksi mencapai 2,35 juta unit per tahun. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat produk domestik bruto (PDB) industri otomotif sebesar Rp207,79 triliun pada tahun 2022. Nilai tersebut meningkat 10,67% dibandingkan pada tahun sebelumnya sebesar Rp187,75 triliun. Berdasarkan hal tersebut pada sektor otomotif ini manajemen perusahaan dituntut dapat meningkatkan kinerja di segala bidang dan mengelola sumber daya yang dimiliki secara efektif dan efisien untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan semakin efektif perusahaan dalam menjalankan operasinya sehingga mampu meningkatkan keuntungan yang optimal (Shintya, 2020).

Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan, digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas. Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada di laporan keuangan, tujuannya agar terlihat perkembangan perusahaan dalam rentang waktu

tertentu baik penurunan atau kenaikan (Zulkarnaen,2018). Agar dapat memaksimalkan profitabilitas yang di dapat oleh perusahaan, manajemen keuangan perlu mengetahui faktor-faktor yang memiliki pengaruh besar terhadap profitabilitas perusahaan. Dengan mengetahui dari masing-masing faktor terhadap profitabilitas, perusahaan dapat menentukan langkah untuk mengatasi masalah-masalah dan meminimalisir dampak negatif yang timbul (Melisa,2019).

Pada penelitian ini, rasio profitabilitas yang akan diuji sebagai variabel dependen dengan menggunakan alat ukur *Return On Asset* (ROA). Menurut Kasmir (2019) menyatakan bahwa Profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan atau laba dalam satu periode tertentu. Rasio ini juga dapat memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen perusahaan yang dapat di tunjukkan dari laba yang diperoleh dari penjualan atau dari pendapatan investasi. Untuk menilai apakah perusahaan telah efisien dalam menggunakan aktivitya dalam kegiatan operasi untuk menghasilkan keutungan dengan mengetahui ROA tersebut. Suatu perusahaan dikatakan baik apabila dapat beroperasi secara stabil dalam jangka panjang, sehingga perusahaan tidak akan mengalami kesulitan mengembalikan utang-utangnya baik jangka panjang maupun jangka pendek (Ekawijaya,2021).

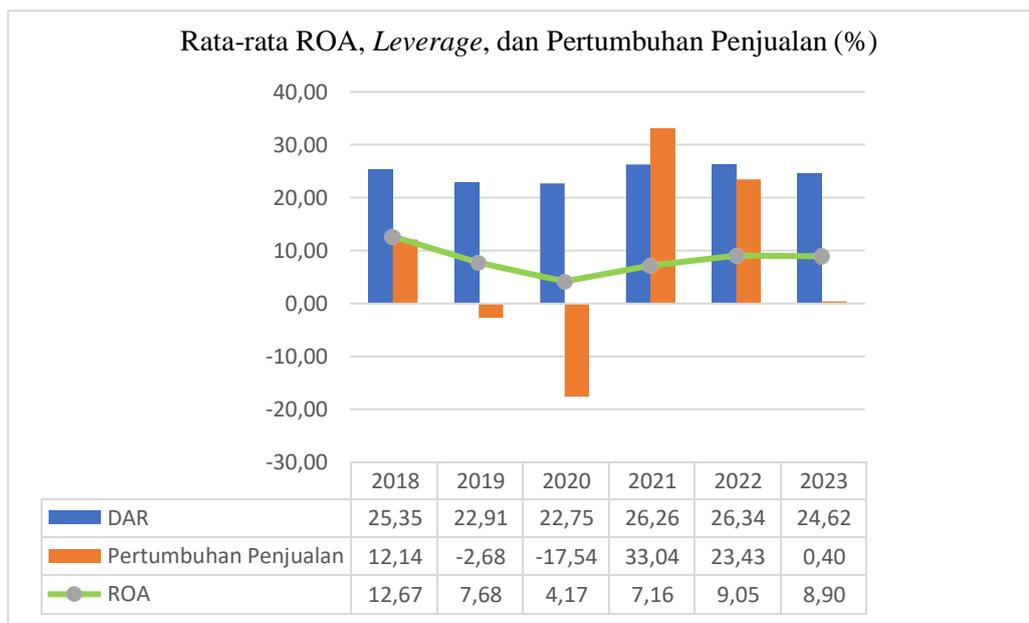
Leverage adalah salah satu faktor penting yang mempengaruhi profitabilitas karena *leverage* bisa digunakan perusahaan untuk meningkatkan modal perusahaan dalam rangka meningkatkan keuntungan (Shintya, 2020). *Leverage* merupakan rasio yang menggambarkan sejauh mana perusahaan menggunakan modal pinjaman yang berupa utang sebagai sumber pendanaan untuk membiayai asset perusahaan dan mendapatkan atau meningkatkan laba dari modal pinjaman tersebut (Brigham dan` Houston, 2019). Utang merupakan salah satu sumber modal bagi perusahaan untuk mendanai perusahaan, agar dapat terus mengembangkan kegiatan usahanya serta dapat membantu perusahaan dalam mewujudkan tujuannya yaitu memaksimalkan kekayaan pemilik melalui laba (Nazalah, 2017).

Utang dapat meningkatkan produktivitas perusahaan, selain itu penggunaan utang juga dapat meningkatkan risiko perusahaan. Bunga dari penggunaan utang yang rendah mengakibatkan perusahaan dapat meningkatkan profitabilitasnya (Sudana, 2018). Karena meskipun utang dapat meningkatkan produktivitas, tetapi diperlukan pengelolaan yang baik, jika perusahaan menggunakan lebih banyak utang dari pada modal sendiri maka tingkat solvabilitas akan menurun, sehingga beban bunga yang harus ditanggung juga meningkat dan berdampak pada penurunan profitabilitas. Tetapi, *leverage* juga dianggap dapat membantu perusahaan untuk menyelamatkan perusahaan dalam kegagalan apabila digunakan secara efektif (Ekawijaya, 2021). DAR (*Debt to Asset*) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar aset perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pembiayaan aset (Hery, 2016).

Aktivitas penjualan merupakan kriteria penting untuk menilai profitabilitas perusahaan dan merupakan indikator utama atas aktivitas perusahaan dengan mengetahui seberapa besar pertumbuhan penjualan, perusahaan dapat memprediksi seberapa besar profit yang akan didapatkan. Pertumbuhan penjualan merupakan ukuran mengenai kondisi kestabilan keuangan suatu perusahaan. Hal ini dikarenakan para investor akan lebih menyukai saham dari perusahaan yang mempunyai kondisi keuangan yang baik dan ditandai dengan laju pertumbuhan yang stabil. Suatu perusahaan yang berada dalam industri yang mempunyai laju pertumbuhan yang tinggi, harus menyediakan modal yang cukup untuk perusahaan. Perusahaan yang tumbuh pesat cenderung lebih banyak menggunakan utang untuk membiayai kegiatan usahanya dari pada perusahaan yang tumbuh secara lambat (Shitya, 2020).

Berdasarkan uraian diatas variabel independen yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Debt to Asset Ratio*, *Sales Growth Ratio* dan variabel dependen yang digunakan *Return on Asset*. Alasan peneliti memilih variabel tersebut karena adanya fenomena, gap, dari data empiris. Data empiris merupakan data dari perusahaan yang digunakan sebagai sampel penelitian yang telah diamati oleh peneliti sesuai dengan kriteria pemilihan sampel, perusahaan tersebut adalah PT Astra International Tbk, PT Astra Otoparts Tbk, PT Mitra Pinasthika Mustika Tbk, PT Indospring Tbk, PT Multi Prima Sejahtera Tbk, PT Selamat Sempurna Tbk.

Berikut ini hasil perhitungan rata-rata pertahun *leverage* yang diproksikan menggunakan *Debt to Asset Ratio*, pertumbuhan penjualan yang diproksikan menggunakan *Sales Growth Ratio*, dan profitabilitas yang diproksikan menggunakan *Return On Asset* pada 6 perusahaan yang menjadi sampel selama periode penelitian yaitu 2018-2023:



Sumber : www.idx.co.id, data diolah 2024.

Gambar 1. 1 Rata-rata pertahun DAR, SG, dan ROA Perusahaan *Auto Components* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2018-2023

Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat bahwa ada permasalahan yang terjadi adalah adanya fluktuasi jumlah profitabilitas pada perusahaan industri otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2018 sampai dengan 2023. Hal ini diperkirakan. Diketahui bahwa tingkat rata-rata ROA pada tahun 2019 dan 2020 mengalami penurunan sebesar 7,68% dan 4,17%. pada tahun 2021 hingga 2023 mengalami kenaikan yang positif sebesar 7,16%, 9,05% dan, 8,90%. Tingkat pengembalian ROA tertinggi terjadi pada tahun 2018 sebesar 12,67%. Hasil ini sejalan dengan penelitian Widhi dan Suarmanayasa (2021) semakin tinggi nilai ROA pada suatu perusahaan, semakin baik serta efektif perusahaan dalam penggunaan asetnya. Sedangkan tingkat pengembalian ROA terendah terjadi pada tahun 2020 sebesar 4,17% hal ini dikarenakan terjadinya penurunan tingkat pengembalian aset.

Dapat dilihat bahwa tahun 2018 *leverage* sebesar 25,35% dengan profitabilitas sebesar 12,67%. Tahun 2019 *leverage* mengalami penurunan sebesar 22,91% yang diikuti dengan penurunan profitabilitas sebesar 7,68%. Tahun 2020 *leverage* mengalami kenaikan sebesar 22,75% yang diikuti dengan penurunan profitabilitas sebesar 4,17%. Tahun 2021 *leverage* mengalami kenaikan sebesar 26,26% yang diikuti dengan kenaikan profitabilitas sebesar 7,16%. Tahun 2022 *leverage* mengalami kenaikan sebesar 26,34% yang diikuti dengan kenaikan profitabilitas sebesar 9,05%. Tahun 2023 *leverage* mengalami penurunan sebesar 24,62% yang diikuti dengan penurunan profitabilitas sebesar 8,90%. Dapat disimpulkan bahwa peneliti melihat adanya gap yang terjadi pada tahun 2020. Dimana *leverage* mengalami peningkatan tetapi profitabilitas mengalami penurunan. Menurut Nirmalasari (2022) menyatakan *leverage* yang tinggi menimbulkan rendahnya kepercayaan investor terhadap laba yang dihasilkan perusahaan dan menimbulkan kekhawatiran investor dalam berinvestasi maka dengan begitu menyebabkan respon pasar menjadi relatif rendah.

Dapat dilihat tahun 2018 Pertumbuhan Penjualan sebesar 12,14% dengan profitabilitas 12,67%. Tahun 2019 pertumbuhan penjualan mengalami penurunan sebesar -2,68% diikuti dengan penurunan profitabilitas sebesar 7,68%. Tahun 2020 pertumbuhan penjualan mengalami penurunan sebesar -17,54% yang diikuti dengan penurunan profitabilitas sebesar 4,17%. Tahun 2021 pertumbuhan penjualan mengalami peningkatan sebesar 33,04% yang diikuti dengan kenaikan profitabilitas sebesar 7,16%. Tahun 2022 pertumbuhan penjualan mengalami penurunan sebesar 23,43% diikuti dengan kenaikan profitabilitas sebesar 9,05%. Tahun 2023 pertumbuhan penjualan mengalami penurunan sebesar 0,40% diikuti dengan penurunan profitabilitas sebesar 8,90%. Dapat disimpulkan bahwa peneliti melihat adanya gap yang terjadi pada tahun 2020. Dimana pertumbuhan penjualan dan profitabilitas mengalami penurunan. Menurut Nugrahaning (2021) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan maka perusahaan tersebut berhasil dalam menjalankan strateginya. Sehingga semakin besar penjualan

yang diharapkan semakin besar profitabilitas perusahaan. Maka dengan begitu meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan. Namun sebaliknya jika penjualan menurun, maka semakin menurun keuntungan yang diterima perusahaan dan hal tersebut berdampak kerugian perusahaan.

Dalam beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, terdapat perbedaan hasil penelitian. Menurut penelitian yang dilakukan Nurul dan Alwi (2018), menunjukkan bahwa utang berpengaruh positif terhadap profitabilitas, sedangkan hasil penelitian Nawang dan Tutik (2023), menunjukkan bahwa utang tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Hasil penelitian yang berbeda juga diperoleh dari penelitian yang dilakukan oleh Riva Oktaviana (2023), menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh dan signifikan terhadap profitabilitas. Sedangkan hasil penelitian Adam Alfiezan (2020), menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap profitabilitas.

Peneliti-peneliti diatas menunjukkan adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian tentang *Leverage*, Pertumbuhan Penjualan pada Profitabilitas. Dengan demikian penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali apakah yang didapatkan akan sama pada perusahaan *Auto Components*, jika teori yang diterapkan sama dengan peneliti terdahulu sehingga hasil penelitian ini dapat memperkuat atau memperlemah teori yang ada. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah peneliti ini mengganti rasio, meneliti ditahun yang berbeda yaitu pada periode 2018-2023 dan meneliti perusahaan *Auto Components* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Leverage* dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas di Sektor *Auto Components* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023”**.

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka identifikasi masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Kondisi *Leverage* perusahaan sektor *Auto Components* yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2023 mengalami fluktuasi. Pada tahun 2020 *leverage* mengalami kesenjangan terhadap profitabilitas. Ketika *leverage* mengalami kenaikan sedangkan Profitabilitas mengalami penurunan. Artinya kondisi ini tidak sesuai dengan teori serta hubungan *leverage* dengan profitabilitas, bahwa ketika *leverage* meningkat maka profitabilitas meningkat.
2. Kondisi pertumbuhan penjualan perusahaan sektor *Auto Components* yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2023 mengalami fluktuasi. Pada tahun 2022 Pertumbuhan penjualan mengalami kesenjangan terhadap profitabilitas. Ketika pertumbuhan penjualan mengalami penurunan sedangkan profitabilitas mengalami

kenaikan. Artinya kondisi ini tidak sesuai dengan teori serta hubungan pertumbuhan penjualan dengan profitabilitas yang memiliki hubungan searah, bahwa ketika pertumbuhan penjualan perusahaan meningkat maka profitabilitas meningkat.

3. Kondisi rata-rata profitabilitas perusahaan sektor *Auto Components* yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2023 mengalami fluktuasi. Terdapat juga kesenjangan serta ketidaksesuaian data dengan teori serta hubungan antara *leverage*, pertumbuhan penjualan dengan profitabilitas.

1.2.2 Perumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang masalah yang ditemukan diatas maka rumusan masalah yang di hasilkan penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah *leverage* yang diproksikan dengan DAR berpengaruh terhadap profitabilitas yang di proksikan dengan ROA pada perusahaan sektor *Auto Components* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023?
2. Apakah pertumbuhan penjualan yang diproksikan dengan SG berpengaruh terhadap profitabilitas yang diproksikan dengan ROA pada perusahaan sektor *Auto Components* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023?
3. Apakah *leverage* yang diproksikan dengan *Debt to Asset Ratio* (DAR) dan pertumbuhan penjualan yang diproksikan dengan *Sales Growth Ratio* (SG) berpengaruh terhadap profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Asset* (ROA) pada perusahaan sektor *Auto Components* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk menganalisis keterkaitan antara variabel penelitian, yaitu *leverage* dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas serta menyimpulkan hasil dari penelitian ini yang berjudul **“Pengaruh *Leverage* dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas di Sektor *Auto Components* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesiaa Tahun 2018-2023”** mengenai bagaimana hubungan variabel-variabel terkait yang diteliti.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan pada perusahaan *auto components* adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menjelaskan pengaruh *leverage* terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor *Auto Components* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023.
2. Untuk menguji dan menjelaskan pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor *Auto Components* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023.

3. Untuk menguji dan menjelaskan pengaruh *leverage* dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor *Auto Components* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi serta dapat digunakan oleh manajemen perusahaan dalam membantu memecahkan dan mengantisipasi masalah yang kemungkinan akan terjadi. Selain itu juga skripsi ini diharapkan sebagai bahan masukan, bahan pertimbangan dan pengambilan keputusan untuk periode selanjutnya sehingga kekurangan-kekurangan yang terjadi dapat diperbaiki agar tujuan perusahaan dapat tercapai sesuai yang diharapkan.

1.4.2 Kegunaan Akademis

Diharapkan dapat menjadi informasi yang bermanfaat bagi pengembangan penelitian khususnya pada bidang akuntansi keuangan serta dapat menambah wawasan mengenai pengaruh *leverage* dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas. Selain itu juga diharapkan dengan adanya skripsi ini dapat memberikan bahan pembelajaran serta pengetahuan bagi para pembaca dan dapat berguna sebagai tambahan referensi atau pembandingan yang dapat membantu dalam pengembangan penelitian berikutnya.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Akuntansi Keuangan

2.1.1 Pengertian Akuntansi Keuangan

Menurut PSAK 1 (2018) laporan keuangan adalah suatu penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas. Laporan keuangan dapat digunakan untuk tujuan umum maupun tujuan khusus. PSAK 1 mengenai penyajian laporan keuangan merupakan standar yang menetapkan dasar penyajian laporan keuangan bertujuan umum (*general purpose financial statement*). Laporan keuangan untuk tujuan umum merupakan laporan keuangan yang disusun berdasarkan standar dan ditunjukkan kepada pihak eksternal seperti investor, badan pemerintah, dan pihak luar lainnya.

Menurut Kieso, et al (2016) menyatakan bahwa akuntansi terdiri dari tiga kegiatan yang mendasar yaitu identifikasi, pencatatan, dan pengkomunikasian peristiwa ekonomi suatu organisasi kepada pihak yang berkepentingan.

Menurut Bahri (2020) menyatakan bahwa akuntansi keuangan berhubungan dengan pencatatan transaksi sampai pelaporan keuangan secara periodik dengan berpedoman pada standar akuntansi keuangan.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa akuntansi keuangan merupakan proses pengidentifikasian, pencatatan, pelaporan, dan pengkomunikasian yang berpedoman pada standar akuntansi keuangan.

2.1.2 Tujuan Akuntansi Keuangan

Menurut Hanggara (2019) menyatakan bahwa tujuan dari bidang akuntansi keuangan (*financial accounting*) adalah untuk menyajikan suatu data dari semua transaksi keuangan yang terjadi pada suatu periode tertentu pada perusahaan dan membuat suatu laporan keuangan (*financial statement*).

Menurut Purnairawan dan Sastroatmodjo (2021) menyatakan bahwa akuntansi keuangan merupakan akuntansi yang bertujuan menghasilkan informasi keuangan adalah menyajikan laporan keuangan pada periode tertentu untuk kepentingan pihak luar.

2.2 Laporan Keuangan

2.2.1 Pengertian Laporan Keuangan

Laporan keuangan menurut Standar Akuntansi Keuangan (PSAK No.1: 2020) Laporan keuangan adalah suatu penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas. Suatu laporan keuangan (*financial statement*) akan menjadi

lebih manfaat untuk pengambilan keputusan, apabila dengan informasi tersebut dapat diprediksi apa yang akan terjadi dimasa mendatang.

Menurut Fahmi (2018) menyatakan bahwa laporan keuangan adalah suatu informasi yang menggambarkan kondisi keuangan suatu perusahaan, dan lebih jauh informasi tersebut dijadikan sebagai gambaran kinerja keuangan perusahaan tersebut.

Menurut Bahri (2020) menyatakan bahwa laporan keuangan merupakan ringkasan dari suatu proses pencatatan transaksi-transaksi keuangan yang terjadi selama periode pelaporan dan dibuat untuk mempertanggungjawabkan tugas yang dibebankan kepadanya oleh pihak pemilik entitas. Sedangkan menurut Hery (2021) menyatakan bahwa laporan keuangan pada dasarnya adalah hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk mengkomunikasikan data keuangan atau aktivitas perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa laporan keuangan merupakan gambaran tentang kondisi keuangan perusahaan yang terdiri dari proses pencatatan transaksi akuntansi selama periode pelaporan tertentu yang dapat digunakan sebagai bukti pertanggungjawaban oleh pihak pemilik entitas untuk pihak yang berkepentingan.

2.2.2 Tujuan Laporan Keuangan

Menurut Standar Akuntansi Keuangan (2022: PSAK No.1) menjelaskan bahwa tujuan laporan keuangan adalah menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja keuangan, serta arus kas suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sebagian besar penggunaan laporan keuangan dalam pembuatan keputusan ekonomi. Laporan keuangan juga menunjukkan hasil pertanggungjawaban manajemen atas penggunaan sumber daya yang dipercayakan kepada mereka.

Menurut Kasmir (2018) menyatakan “tujuan laporan keuangan adalah untuk memberikan informasi keuangan suatu perusahaan, baik pada saat tertentu maupun pada periode tertentu. Sedangkan menurut Hery (2016) “menyajikan laporan keuangan, hasil usaha, dan perubahan posisi keuangan lainnya secara wajar dan sesuai dengan prinsip-prinsip akuntansi yang berlaku”.

Laporan keuangan akan memberikan suatu informasi keuangan sebagai salah satu sumber untuk mendukung penguatan dalam pengambilan keputusan, khususnya dari aspek keuangan. Juga laporan keuangan akan memberikan keuangan yang ditunjukkan kepada pihak-pihak lain yang berkepentingan dalam menilai kinerja keuangan terhadap perusahaan disamping pihak manajemen perusahaan.

2.2.3 Pemakai Laporan Keuangan

Penggunaan laporan keuangan dibedakan menjadi pihak intern dan pihak ekstern. Pemakai intern adalah untuk manajemen yang mana laporan keuangan sebagai laporan pertanggungjawaban keuangan pada pemilik modal. Laporan keuangan

berfungsi untuk mengevaluasi kinerja manajemen perusahaan selama satu periode. Dengan adanya laporan keuangan ini manajemen perusahaan akan bekerja semaksimal mungkin agar kinerjanya dinilai baik, laporan keuangan akan dibuat pada akhir tahun untuk disampaikan kepada pihak luar perusahaan atau ekstern.

Menurut Martani (2018) menyatakan para pengguna menggunakan laporan keuangan yaitu untuk memenuhi kebutuhan informasi yang berbeda. Data keuangan tersebut akan lebih berarti jika dibandingkan dan dianalisis lebih lanjut sehingga dapat diperoleh data yang dapat mendukung keputusan yang diambil.

Menurut Kasmir (2018) menyatakan bahwa pihak-pihak yang berkepentingan dalam penggunaan laporan keuangan sebagai berikut:

a) Pemilik

Pemilik pada saat ini adalah mereka yang memiliki usaha tersebut. Hal ini tercemin dari kepemilikan saham yang dimilikinya. Kepentingan bagi para pemegang saham yang merupakan pemilik perusahaan terhadap hasil laporan keuangan yang telah dibuat adalah :

- a. Untuk melihat kondisi dan posisi perusahaan saat ini
- b. Untuk melihat perkembangan dan kemajuan perusahaan dalam suatu periode. Kemajuan dilihat dari kemampuan manajemen dalam menciptakan laba dan pengembangan aset perusahaan.
- c. Untuk menilai kinerja manajemen atas target yang telah ditetapkan.

b) Manajemen

Kepentingan pihak manajemen perusahaan terhadap laporan keuangan perusahaan yang juga memiliki arti tertentu. Bagi pihak manajemen laporan keuangan yang dibuat merupakan cermin dari kinerja mereka dalam suatu periode tertentu.

3. Kreditor

Kreditor adalah pihak penyandang dana bagi perusahaan. Artinya pihak pemberi dana seperti bank atau lembaga keuangan lainnya. Kepentingan pihak kreditor terhadap laporan keuangan perusahaan adalah dalam hal memberi pinjaman atau pinjaman yang telah berjalan sebelumnya. Bagi pihak kreditor, prinsip kehati-hatian dalam menyalurkan dana (pinjaman) kepada berbagai perusahaan sangat diperlukan.

4. Pemerintah

Pemerintah juga memiliki nilai penting atas laporan keuangan yang dibuat perusahaan. Bahkan pemerintah melalui Departemen Keuangan mewajibkan kepada setiap perusahaan untuk menyusun dan melaporkan keuangan perusahaan secara periodik.

5. Investor

Investor adalah pihak yang hendak menanamkan dana disuatu perusahaan. Jika suatu perusahaan memerlukan dana untuk memeperluas usaha atau kapasitas usahanya di samping memperoleh pinjaman dari lembaga keuangan seperti bank dapat pula diperoleh dari para investor melalui penjualan saham.

2.3 Leverage

2.3.1 Pengertian *Leverage*

Menurut Brigham dan Houston (2019) *leverage* adalah bagaimana perusahaan menggunakan modal pinjaman yang berupa utang sebagai sumber pendanaan untuk penambahan asset perusahaan dan untuk mendapatkan atau meningkatkan laba dari modal pinjaman tersebut.

Menurut Kasmir (2019) menyatakan bahwa *leverage* merupakan rasio yang mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya, seberapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan asetnya. Dalam arti lain *leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi).

Menurut Sjahrial (2014) menyatakan bahwa *leverage* merupakan manajemen modal dan sumber dana perusahaan yang memiliki beban tetap dan bersumber dari utang . Hasil dari analisis rasio *leverage* perusahaan dapat mengetahui rasio yang berkaitan dengan penggunaan modal pinjaman dan kemampuan dalam memenuhi kewajiban. Sehingga manajer dapat mengambil kebijakan dalam menyelaraskan keseimbangan modal.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa *leverage* merupakan suatu rasio yang mengukur sejauh mana aset dibiayai oleh utang dan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya. Hal ini memungkinkan manajer untuk mengambil tindakan untuk menyeimbangkan modal perusahaan jika perusahaan mengalami likuidasi.

2.3.2 Tujuan dan Manfaat *Leverage*

Keputusan untuk memilih menggunakan modal sendiri atau modal pinjaman harus menggunakan beberapa perhitungan yang matang. Maka tujuan *leverage* adalah untuk pengambilan keputusan untuk memilih menggunakan modal sendiri atau modal pinjaman (Azzahra, 2023).

Menurut Kasmir (2018:153) menyatakan beberapa tujuan *leverage* yaitu:

1. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditor).
2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman beserta bunganya).

3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aset khususnya aset tetap dengan modal.
4. Untuk menilai seberapa besar aset perusahaan dibiayai oleh utang.
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aset.
6. Untuk menilai atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
7. Untuk menilai berapa dana pinjaman yang akan segera ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendiri dimiliki.

Sedangkan menurut Kasmir (2018:154) menyatakan beberapa manfaat *leverage* yaitu:

1. Untuk menganalisis kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya.
2. Untuk menganalisis kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunganya).
3. Untuk menganalisis keseimbangan antara nilai aset khususnya aset tetap dengan modal.
4. Untuk menganalisis seberapa besar aset perusahaan dibiayai oleh utang.
5. Untuk menganalisis seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aset.
6. Untuk menganalisis atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
7. Untuk menganalisis berapa dana pinjaman yang akan segera ditagih terdapat sekian kalinya modal sendiri.

2.3.3 Rasio-Rasio *Leverage*

Menurut Kamir (2019) ada lima rasio indikator untuk mengukur *leverage* yaitu:

1. *Debt to Assets Ratio* (DAR)

Debt to Assets Ratio (DAR) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dan total aset. Artinya seberapa besar aset perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aset. Para investor lebih menyukai rasio DAR yang rendah, karena rasio ini artinya semakin aman bagi kreditur dari risiko kerugian yang akan terjadi apabila perusahaan tersebut dilikuidasi. Berikut rumus yang dapat digunakan untuk mengukur *debt to asset ratio* adalah:

$$\text{Debt to Asset Ratio (DAR)} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Asset}}$$

2. Debt to Equity Ratio (DER)

Debt to Equity Ratio (DER) merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini didapatkan dengan membandingkan seluruh utang dengan seluruh ekuitas. Rasio ini digunakan untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan atas utang. Berikut rumus yang dapat digunakan untuk mengukur *debt to equity ratio* adalah:

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

3. Long Term Debt to Equity Ratio

Long Term Debt to Equity Ratio merupakan rasio yang membandingkan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri. Tujuannya adalah untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dapat menutupi dan menjamin atas utang jangka panjang dengan cara membandingkan keduanya. Rumus yang dapat dipakai untuk mengukur *long term debt to equity ratio* adalah:

$$\text{LTDtER} = \frac{\text{Total Utang Jangka Panjang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

4. Time Interest Earned Ratio

Time Interest Earned Ratio rasio ini disebut juga *coverage ratio* merupakan rasio kelipatan bunga yang berfungsi untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar biaya bunga yang diukur dari jumlah laba sebelum bunga dan pajak (EBIT). Rumus yang dapat digunakan untuk mengukur *time interest earned ratio* adalah:

$$\text{TIER} = \frac{\text{Laba Sebelum Bunga dan Pajak (EBIT)}}{\text{Biaya Bunga}}$$

5. Fixed Charge Coverage

Fixed Charge Coverage atau lingkup biaya tetap merupakan rasio yang menyerupai *time interest earned ratio*. Perbedaannya adalah rasio ini digunakan apabila perusahaan memperoleh utang jangka panjang atau menyewa aktiva berdasarkan kontrak sewa (*lease contract*). Rumus yang dapat digunakan untuk mengukur *fixed charge coverage* adalah:

$$\text{FCC} = \frac{\text{EBIT} + \text{Biaya Bunga} + \text{Kewajiban Sewa}}{\text{Biaya Bunga} + \text{Kewajiban Sewa}}$$

Dari beberapa jenis rasio diatas penulis memutuskan untuk menggunakan DAR sebagai alat untuk mengukur *leverage*. Hal ini dikarenakan DAR dapat menggambarkan seberapa besar pembiayaan yang dilakukan dapat membiayai aset perusahaan, karena pada dasarnya pendanaan melalui utang ditujukan untuk mendanai aset perusahaan.

2.4 Pertumbuhan Penjualan

2.4.1 Pengertian Pertumbuhan Penjualan

Menurut Kasmir (2019) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan menunjukkan tingkat perubahan penjualan dari tahun ke tahun pada suatu perusahaan dengan membandingkan nilai penjualan periode ini dengan nilai penjualan periode sebelumnya.

Menurut Andriyanto (2015) pertumbuhan penjualan adalah perubahan penjualan pada laporan keuangan per tahun yang dapat mencerminkan prospek perusahaan dan profitabilitas di masa yang akan datang.

Menurut Guna dan Sampurno (2018) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan adalah membandingkan pada total penjualan dari tahun sebelumnya ke tahun berikutnya. Hasil dari pertumbuhan penjualan ini mencerminkan perusahaan dalam mengindikasikan profitabilitas, daya saing, dan kapasitas operasionalnya. Tingkat penjualan yang stabil akan lebih aman menggunakan lebih banyak pinjaman karena dinilai mampu menanggung beban tetap atas bunga pinjaman yang otomatis akan lebih tinggi dibandingkan penjualan yang masih berfluktuatif (tidak stabil).

Berdasarkan beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan merupakan indikator dari keberhasilan periode sebelumnya dan dapat dijadikan sebagai prediksi dimasa mendatang. Perusahaan dapat memprediksi seberapa besar profit yang akan didapatkan dengan mengetahui seberapa besar pertumbuhan penjualan dari tahun ke tahun. Perusahaan dapat dikatakan mengalami pertumbuhan jika terjadi peningkatan aktivitas yang konsisten selama operasinya.

Pertumbuhan penjualan merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Laju pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan dalam mendanai kesempatan-kesempatan pada masa yang akan datang (Dewi, 2019). Sales growth merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur dan menilai pertumbuhan penjualan perusahaan dari tahun ketahun. Untuk melihat pertumbuhan penjualan yang terjadi didalam perusahaan maka menurut kasmir (2016) dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Sales Growth} = \frac{\text{Penjualan Tahun Ini} - \text{Penjualan Tahun Lalu}}{\text{Penjualan Tahun Lalu}}$$

2.5 Profitabilitas

2.5.1 Pengertian Profitabilitas

Menurut Kasmir (2019) menyatakan bahwa Profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan atau laba dalam satu periode tertentu. Rasio ini juga dapat memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen perusahaan yang dapat di tunjukkan dari laba yang diperoleh dari penjualan atau dari pendapatan investasi.

Menurut Nurlaela (2019) mendefinisikan bahwa profitabilitas adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuangan ditingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu.

Menurut Kartika dan Simbolon (2022) menyatakan bahwa profitabilitas dapat menunjukkan kemampuan perusahaan dalam pengelolaan aset untuk menghasilkan laba. Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama satu periode waktu tertentu.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam pengelolaan aset untuk mendapatkan keuntungan atau laba dalam satu periode tertentu.

2.5.2 Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

Menurut kasmir (2018:197) menyatakan tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan yaitu:

1. Untuk mengukur serta menghitung keuntungan yang sudah diperoleh perusahaan dalam kurun waktu tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba atau keuntungan perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun saat ini (sekarang).
3. Untuk menilai perkembangan keuntungan atau laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk mengetahui atau menilai besarnya laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas dari semua dana perusahaan yang diggunakan baik dari pinjaman maupun modal pribadi.

Menurut Kasmir (2018,198) berikut beberapa manfaat yang bisa diperoleh perusahaan dengan menggunakan rasio profitabilitas:

1. Mengetahui besarnya tingkat keuntungan yang diperoleh atau dihasilkan oleh perusahaan di dalam satu periode.
2. Mengetahui posisi laba tahun sebelumnya dan tahun saat ini.
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.

4. Mengetahui besarnya laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri.
5. Mengetahui produktifitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik.

2.5.3 Rasio-Rasio Profitabilitas

Menurut Hery (2018) menyatakan di dalam mengukur rasio profitabilitas, terdapat jenis yang digunakan untuk mengukur tingkat pengembalian yang didapat oleh perusahaan selama periode tertentu. Adapun beberapa jenis-jenis rasio profitabilitas diantaranya:

1. *Return On Asset* (ROA)

Return On Asset merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Berikut merupakan rumus yang digunakan untuk menghitung *Return On Asset* (ROA):

$$\text{Return On Asset (ROA)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

2. *Return On Equity* (ROE)

Return On Equity atau ekuitas merupakan rasio yang digunakan untuk menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap ekuitas. Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung *Return On Equity* (ROE):

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

3. *Gross Profit Margin* (GPM)

Gross Profit Margin merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur presentase dari laba kotor atas penjualan laba bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba kotor terhadap penjualan bersih. Berikut merupakan rumus yang digunakan untuk menghitung *Gross Profit Margin* (GPM):

$$\text{Gross profit Margin (GPM)} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

4. *Operating Profit Margin* (OPM)

Operating Profit Margin adalah rasio yang digunakan untuk mengukur presentase laba operasional terhadap penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba operasional terhadap penjualan bersih. Berikut merupakan rumus yang digunakan untuk menghitung *Operating Profit Margin* (OPM):

$$\text{Operating profit Margin (OPM)} = \frac{\text{Laba Operasional}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

5. Net Profit Margin (NPM)

Net Profit Margin merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya presentase laba bersih atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih atas penjualan bersih. Berikut merupakan rumus yang digunakan untuk menghitung *Net Profit Margin* (NPM):

$$\text{Net Profit Margin (NPM)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

Salah satu rasio yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah Return On Asset (ROA).

2.6 Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran

2.6.1 Penelitian Sebelumnya

Penelitian tentang pengaruh *leverage* dan pertumbuhan penjualan terhadap Profitabilitas telah dilakukan oleh penelitian sebelumnya dengan hasil penelitian yang berbeda-beda antara satu peneliti dengan peneliti yang lain. Berikut ini rangkuman dari beberapa penelitian sebelumnya.

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Ratnasari (2019) "Pengaruh <i>Leverage</i> , Likuiditas, Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas"	Variabel X : <i>Leverage</i> Likuiditas Ukuran Perusahaan Variabel Y : Profitabilitas	DER : Total utang/ Total ekuitas CR : Aktiva lancar/Utang lancar Ukuran Perusahaan : Firm Size = Ln Total Asset ROA : Laba bersih/ Total aset	Regresi Linier Berganda	<i>Leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Likuiditas berpengaruh tidak signifikan terhadap profitabilitas. Ukuran Perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap profitabilitas

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
2.	Purba dan Yadnya (2015) "Pengaruh ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> terhadap profitabilitas dan pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> "	Variabel X: Ukuran perusahaan <i>Leverage</i> Variabel Y: Profitabilitas <i>corporate social responsibility</i>	Firm Size : Ln total aktiva perusahaan DER : Total utang/ Total ekuitas ROE : Laba bersih/Modal sendiri CSR : Total pengungkapan CSR/Skor maksimal	Analisis jalur	Ukuran perusahaan mempengaruhi secara positif terhadap profitabilitas. <i>Leverage</i> mempengaruhi secara positif terhadap profitabilitas. Ukuran perusahaan mempengaruhi secara positif terhadap <i>leverage</i> . Ukuran perusahaan mempengaruhi secara positif terhadap penerapan tanggung jawab sosial perusahaan. <i>Leverage</i> mempengaruhi secara positif terhadap pengungkapan CSR.

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					Profitabilitas mempengaruhi secara positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
3.	Widhi dan Suarmanayasa (2021) “Pengaruh <i>Leverage</i> dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas”	Variabel X: <i>Leverage</i> Pertumbuhan Penjualan Variabel Y: Profitabilitas	DER: Total utang/ Total ekuitas Pertumbuhan Penjualan: Total Penjualan t – Total penjualan t-1 / Total penjualan t-1 ROA: Laba bersih setelah pajak/ Total aset	Regresi Linier Berganda	<i>Leverage</i> dan pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas. Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.
4.	Adinda Indriani Hanura (2021) “Pengaruh <i>Leverage</i> , pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan	Variabel X: <i>Leverage</i> Pertumbuhan Penjualan Ukuran Perusahaan	DER : Total utang/ Total ekuitas Pertumbuhan Penjualan: Total Penjualan t – Total penjualan t-1 /	Asosiatif klausal	<i>Leverage</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas. Perumbuhan Penjualan tidak berpengaruh

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	terhadap profitabilitas"	Variabel Y: Profitabilitas	Total penjualan t-1 Firm Size : Ln total aset perusahaan ROA: Laba bersih/total aset		positif terhadap profitabilitas. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas.
5.	Adam Afiezan (2020) "Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> terhadap Profitabilitas"	Variabel X: Pertumbuhan Penjualan Ukuran perusahaan <i>Leverage</i> Variabel Y: Profitabilitas	Pertumbuhan Penjualan: Total Penjualan t – Total penjualan t-1 / Total penjualan t-1 Firm Size : Ln total aset perusahaan DER : Total utang/ Total ekuitas ROA: Laba bersih setelah pajak/Total aset	Regresi Linier Berganda	Secara simultan diketahui bahwa pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, <i>leverage</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. secara parsial menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas perusahaan, sedangkan pertumbuhan

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					penjualan dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan.
6.	Raden Alva Nurfauzan Aziz (2022) "Pengaruh Profitabilitas Pertumbuhan Penjualan, <i>leverage</i> , Risiko Bisnis, dan Ukuran perusahaan terhadap Nilai perusahaan"	Variabel X: Profitabilitas Pertumbuhan Penjualan <i>Leverage</i> Risiko bisnis Ukuran perusahaan Variabel Y: Nilai perusahaan	ROA : Laba bersih setelah pajak/ Total Aset SG: Total Penjualan t – Total penjualan t-1 / Total penjualan t-1 DER : Total Utang/ Total Ekuitas DOL : Change In EBIT/Change In Sales Firm Size : Ln Total Aset PBV : Market price per Share/ Book Value per Share	Analisis regresi data panel	Secara parsial variabel ROA, SG dan, DOL tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap PBV. Sedangkan variabel DER berpengaruh positif dan signifikan terhadap PBV. Dan variabel Firm Size berpengaruh negatif dan signifikan terhadap PBV. Secara Simultan ROA, DER, SG, DOL, dan Firm Size berpengaruh signifikan terhadap PBV.

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
7.	I Ketut Alit Sukadana dan Nyoman Triaryati (2018) "Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, dan <i>Leverage</i> terhadap Profitabilitas"	Variabel X: Pertumbuhan Penjualan <i>Leverage</i> Ukuran perusahaan Variabel Y: Profitabilitas	Pertumbuhan Penjualan: Total Penjualan t – Total penjualan t-1 / Total penjualan t-1 Firm Size : Ln total aset perusahaan DER: Total utang/Total Ekuitas ROA: Laba bersih setelah pajak/ Total aset	Regresi Linier Berganda	Variabel pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, <i>leverage</i> secara simultan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Pertumbuhan penjualan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. <i>Leverage</i> secara parsial berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas. Ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap profitabilitas.
8.	Lilis Crisdayanti	Variabel X:	Pertumbuhan Penjualan:	Regresi Linier	Secara parsial pertumbuhan

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	(2021) ”Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Total Asset Turnover, dan <i>Leverage</i> terhadap Profitabilitas”	Perumbuhan Penjualan Total Asset Turnover <i>Leveraeg</i> Variabel Y: Profitabilitas	Total Penjualan t – Total penjualan t-1 / Total penjualan t-1 TATO : Penjualan/ Total Aset DER: Total utang/ Total Ekuitas ROA: Laba bersih setelah pajak/Total aset	Berganda	penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas, sehingga naiknya penjualan secara signifikan tidak menyebabkan naiknya profitabilitas. TATO tidak berpengaruh terhadap profitabilitas, hal ini menggambarkan kurangnya efektifnya penggunaan aset dalam perusahaan. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas, yang menggambarkan jumlah pendanaan eksternal yang berlebihan berdampak

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					berkurangnya profitabilitas. Secara simultan Pertumbuhan penjualan, TATO, <i>Leverage</i> berpengaruh terhadap profitabilitas.
9.	Mella Nur Shintya (2017) "Analisis pengaruh <i>Leverage</i> dan pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas"	Variabel X: <i>Leverage</i> Pertumbuhan Penjualan Variabel Y: Profitabilitas	DAR: Total Utang/total Aset Pertumbuhan Penjualan: Total Penjualan t – Total penjualan t-1 / Total penjualan t-1 ROA: Laba bersih setelah pajak/Total aset	Regresi Linier Berganda	Pertumbuhan Penjualan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas, sedangkan <i>leverage</i> secara parsial memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas. Secara simultan <i>leverage</i> dan pertumbuhan penjualan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					terhadap profitabilitas.
10	Lina Karlina (2023) "Pengaruh <i>Leverage</i> , Pertumbuhan aset, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas"	Variabel X: <i>Leverage</i> Pertumbuhan aset Pertumbuhan Penjualan Variabel Y: Profitabilitas	DER : Total utang/Total ekuitas Pertumbuhan aset: Total aset t – Total aset t-1 / Total aset t-1 Pertumbuhan Penjualan: Total Penjualan t – Total penjualan t-1 / Total penjualan t-1 ROA: Laba bersih setelah pajak/ total aset	Regresi Linier data panel	<i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. Pertumbuhan aset berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Sumber: Data sekunder (2024)

Tabel 2. 2

Matriks Penelitian Sebelumnya

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Ratnasari (2019) "Pengaruh <i>Leverage</i> , Likuiditas, Ukuran	1. Variabel yang digunakan 2.	1. Variabel dependen yang digunakan

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul	Persamaan	Perbedaan
	Perusahaan terhadap Profitabilitas ”	3. Jenis data: Kuantitatif 4. Sumber data: Sekunder	2. Tahun penelitian 3. Lokasi Penelitian 4. Metode analisis data: Regresi linear berganda
2	Purba dan Yadnya (2015) “Pengaruh ukuran perusahaan dan leverage terhadap profitabilitas dan pengungkapan corporate social responsibility”	1. Variabel yang digunakan 2. Jenis data: Kuantitatif 3. Sumber data: Sekunder	1. Variabel yang digunakan 2. Tahun penelitian 3. Lokasi Penelitian 4. Metode analisis data: Analisis Jalur
3	Widhi dan Suarmanayasa (2021) “Pengaruh Leverage dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas”	1. Variabel yang digunakan 2. Jenis data: Kuantitatif 3. Sumber data: Sekunder	1. Tahun penelitian 2. Lokasi Penelitian 3. Metode analisis data: Regresi linear berganda
4	Adinda Indriani Hanura (2021) “Pengaruh Leverage, pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap profitabilitas”	1. Variabel yang digunakan 2. Jenis data: Kuantitatif 3. Sumber data: Sekunder	1. Variabel yang digunakan 2. Tahun penelitian 3. Lokasi Penelitian 4. Metode analisis data: Asosiatif klausal
5	Adam Afiezan (2020) “Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Leverage terhadap Profitabilitas”	1. Variabel yang digunakan 2. Jenis data: Kuantitatif 3. Sumber data: Sekunder	1. Variabel yang digunakan 2. Tahun penelitian 3. Lokasi Penelitian 4. Metode analisis data: Regresi linear berganda

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul	Persamaan	Perbedaan
6	Raden Alva Nurfauzan Aziz (2022) "Pengaruh Profitabilitas Pertumbuhan Penjualan, leverage, Risiko Bisnis, dan Ukuran perusahaan terhadap Nilai perusahaan"	1. Jenis data: Kuantitatif 2. Sumber data: Sekunder 3. Lokasi penelitian 4. Metode analisis data: regresi linear data panel	1. Variabel yang digunakan 2. Tahun penelitian
7	I Ketut Alit Sukadana dan Nyoman Triaryati (2018) "Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, dan Leverage terhadap Profitabilitas"	1. Variabel yang digunakan 2. Sumber data: Sekunder	1. Variabel independen yang digunakan 2. Tahun penelitian 3. Lokasi Penelitian 4. Metode analisis data: Regresi linear berganda
8	Lilis Crisdayanti (2021) "Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Total Asset Turnover, dan Leverage terhadap Profitabilitas"	1. . Variabel yang digunakan 2. Sumber data: Sekunder	1. Variabel independen yang digunakan 2. Tahun penelitian 3. Lokasi Penelitian 4. Metode analisis data: Regresi linear berganda
9	Mella Nur Shintya (2017) "Analisis pengaruh Leverage dan pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas"	1. Variabel yang digunakan 2. Sumber data: Sekunder	1. Tahun penelitian 2. Lokasi Penelitian 3. Metode analisis data: Regresi linear berganda
10	Lina Karlina (2023) "Pengaruh Leverage, Pertumbuhan aset, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas"	1. Variabel yang digunakan 2. Sumber data: Sekunder	1. Variabel independen yang digunakan

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul	Persamaan	Perbedaan
		3. Metode analisis data: regresi linear data panel	2. Tahun penelitian 3. Lokasi Penelitian

2.6.2 Kerangka Pemikiran

1) Pengaruh *Leverage* terhadap Profitabilitas

Leverage adalah penggunaan aset dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham. Menurut Widhi dan Suarmanayasa (2021) tingkat *leverage* yang tinggi akan memiliki risiko yang tinggi di mana ditandai dengan adanya biaya utang yang lebih besar. Jika proporsi *leverage* tidak diperhatikan perusahaan, hal tersebut akan menyebabkan turunnya profitabilitas karena penggunaan utang menimbulkan beban bunga yang bersifat tetap. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Sukadana dan Triaryati (2018) yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat *leverage* yang tinggi akan memiliki risiko yang tinggi dimana ditandai dengan adanya biaya utang yang lebih besar.

2) Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas

Perusahaan tidak akan berjalan lancar tanpa adanya sistem penjualan yang baik. Menurut Oktaviana (2022) Penjualan perusahaan merupakan sumber utama pendapatan bagi suatu perusahaan karena perusahaan tanpa adanya penjualan, maka perusahaan tersebut tidak memperoleh pendapatan. Dengan menggunakan rasio pertumbuhan penjualan, perusahaan dapat mengetahui keberhasilan penjualan produknya dari tahun ke tahun untuk memprediksi pertumbuhan penjualan pada tahun yang akan datang. Sehingga perusahaan dapat mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan untuk proses produksi. Apabila presentase perbandingannya semakin besar, maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan yang semakin baik dari periode sebelumnya.

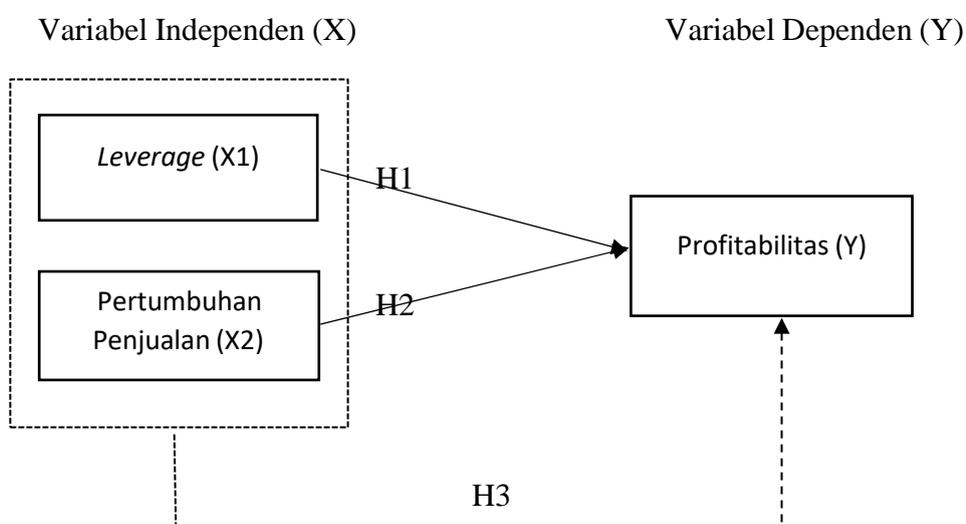
Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh yang strategis bagi perusahaan karena pertumbuhan penjualan ditandai dengan peningkatan *market share* yang akan berdampak pada pertumbuhan penjualan perusahaan sehingga akan meningkatkan profitabilitas perusahaan (Widhi, 2021). Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fransisca dan Widjaja (2019) bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap profitabilitas, dimana perusahaan yang memiliki penjualan tinggi dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. Penelitian serupa

dilakukan oleh Sukadana dan Triaryati (2018) bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Semakin tingginya profit yang akan diperoleh, sehingga dapat mendorong tingkat profitabilitas perusahaan.

3) Pengaruh *leverage* dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas

Dalam perusahaan ada hubungan antara *leverage* dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas, yang merupakan faktor yang memiliki pengaruh penting untuk perkembangan perusahaan (Hidayat, 2018). Jika perusahaan menggunakan *leverage* untuk mendanai pertumbuhan penjualan yang efisien dan menguntungkan, maka dapat menghasilkan peningkatan profitabilitas. Hal ini sesuai dengan penelitian Shintya (2017) bahwa *leverage*, pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Jika perusahaan dapat menjaga efisiensi dan efektifitas dalam pengelolaan aset yang tersedia, dalam pengelolaan dana maupun dalam tingkat pertumbuhan penjualannya perusahaan dapat mencapai tingkat profitabilitas yang maksimal.

Berdasarkan pada rumusan masalah dan telaah pustaka yang telah diuraikan diatas mengenai variabel *leverage* dan pertumbuhan penjualan serta pengaruh terhadap profitabilitas perusahaan, maka kerangka pemikiran yang mendasari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.7 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan atau asumsi atas suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan kebenarannya secara empiris, sehingga hipotesis penelitian merupakan dugaan atau asumsi sementara suatu hal, dalam hal ini objek yang diteliti penulis untuk diuji kebenarannya. Berdasarkan latar belakang penelitian, kerangka pemikiran di atas, dan penjabaran yang dibuat penulis, maka penulis menarik kesimpulan hipotesis sebagai berikut :

Hipotesis 1: *Leverage* berpengaruh terhadap Profitabilitas

Hipotesis 2 : Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Profitabilitas

Hipotesis 3: *Leverage* dan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Profitabilitas

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian verifikatif mengenai pengaruh *leverage* dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2018 sampai dengan 2023. Penelitian verifikatif dengan metode *explanatory survey* adalah metode yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang umumnya merupakan penelitian yang menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar variabel. Sehingga dapat terlihat apakah *leverage* dan pertumbuhan penjualan dapat mempengaruhi profitabilitas di sektor *auto components* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

3.2 Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian pada penelitian ini adalah *leverage*, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas, dimana yang menjadi variabel yang mempengaruhi (independen) adalah *leverage* dan pertumbuhan penjualan dengan rasio *Debt to Assets Ratio* dan *Growth Ratio* sedangkan Profitabilitas dengan rasio *Return on Asset* menjadi variabel yang dipengaruhi (dependen).

Unit analisis yang digunakan dalam penelitian adalah organization, yang merupakan sumber data yang unit analisisnya merupakan respon dari organisasi atau perusahaan. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di sektor *Auto Components* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan mengambil data laporan keuangan dan laporan tahunan sumber data diperoleh dari website resmi BEI www.idx.co.id.

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data kuantitatif, yaitu jenis data mengenai informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan jumlah, tingkatan, perbandingan berupa bilangan atau berbentuk angka-angka.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sekunder. Data sekunder (*secondary data*) adalah sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpulan data. Jadi penulis mendapatkan data dan informasi melalui website Bursa Efek Indonesia (BEI) www.idx.co.id dan website perusahaan-perusahaan yang menjadi sampel penelitian atau situs resmi perusahaan.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Pengaruh *Leverage*, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas di sektor *Auto Components* yang terdaftar di BEI periode 2018-2023

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
<i>Leverage</i>	<i>Debt to Assets Ratio (DAR)</i>	$\frac{\text{Total Utang}}{\text{Total aset}} \times 100\%$	Rasio
Pertumbuhan Penjualan	<i>Sales Growth Ratio (SG)</i>	$\frac{\text{Penjualan}_t - \text{Penjualan}_{t-1}}{\text{Penjualan}_{t-1}}$	Rasio
Profitabilitas	Return On Assets (ROA)	$\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$	Rasio

3.5 Metode Penarikan Sampel

Penelitian ini menggunakan sampel data perusahaan sektor *Auto Components* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan yang dipilih berdasarkan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan sample sesuai dengan kriteria tertentu sehingga perusahaan yang dipilih sabagi sampel penelitian harus memenuhi kriteria-kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan sektor *Auto Components* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode penelitian 2018-2023.
2. Perusahaan yang memiliki data keuangan lengkap dan telah diaudit selama periode penelitian.
3. Perusahaan yang tidak delisting dari Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode penelitian.
4. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian selama periode 2018-2023.

Berikut adalah jumlah populasi dan sampel sesuai dengan kriteria yang sudah ditetapkan disajikan dalam tabel 3.2 dan 3.3 berikut:

Tabel 3. 2 Daftar Populasi Perusahaan Sektor Auto Components

No.	Tahun IPO	Kode Saham	Nama Perusahaan	1	2	3	4	Memenuhi Kriteria
1.	1998	AUTO	PT Astra Otoparts Tbk	✓	✓	✓	✓	✓
2.	2015	BOLT	PT Garuda Metalindo Tbk	✓	✓	✓	-	×
3.	2013	MPMX	PT Mitra Pinasthika Mustika Tbk	✓	✓	✓	✓	✓
4.	1993	IMAS	PT Indomobil Sukses International Tbk	✓	✓	✓	-	×
5.	1990	GJTL	PT Gajah Tunggal Tbk	✓	✓	✓	-	×
6.	2005	MASA	PT Multistrada Ara Sarana Tbk	✓	✓	✓	-	×
7.	1980	GDYR	PT Goodyear Indonesia Tbk	✓	✓	✓	-	×
8.	1990	INDS	PT Indospring Tbk	✓	✓	✓	✓	✓
9.	1990	LPIN	PT Multi Prima Sejahtera Tbk	✓	✓	✓	✓	✓
10.	1990	BRAM	PT Indo Korsa Tbk	✓	✓	✓	-	×
11.	2015	BOLT	PT Garuda Metalindo Tbk	✓	✓	✓	-	×
12.	2017	CARS	PT Bintraco Dharma Tbk	✓	✓	✓	-	×
13.	1991	NIPS	PT Nipress Tbk	✓	✓	-	-	×
14.	1990	PRAS	PT Prima Alloy Steel Tbk	✓	✓	✓	-	×
15.	1996	SMSM	PT Selamat Sempurna Tbk	✓	✓	✓	✓	✓
16.	2021	HOPE	PT Harapan Duta Pertiwi Tbk	✓	✓	✓	-	×
17.	1990	ASII	PT Astra International Tbk	✓	✓	✓	✓	✓

(Sumber: www.idx.co.id)

Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, maka sebanyak 6 perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Nama-nama perusahaan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 3 Daftar Perusahaan Sektor Auto Components yang menjadi Sampel Penelitian

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1.	ASII	PT Astra International Tbk
2.	AUTO	PT Astra Otoparts Tbk
3.	MPMX	PT Mitra Pinasthika Mustika Tbk
4.	INDS	PT Indospring Tbk
5.	LPIN	PT Multi Prima Sejahtera Tbk
6.	SMSM	PT Selamat Sempurna Tbk

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah data yang digunakan merupakan data sekunder berupa data laporan tahunan (*annual report*) perusahaan industri *auto components* periode tahun 2018 sampai tahun 2023 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Data yang digunakan adalah data yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia www.co.id.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode penelitian kepustakaan, yaitu penggunaan data sekunder yang merupakan dokumen-dokumen yang sudah ada. Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan mengumpulkan seluruh data sekunder dan seluruh informasi yang digunakan untuk menyelesaikan, melengkapi, dan menyusun melalui beberapa jenis prosedur pengumpulan data. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan cara menelusuri laporan keuangan perusahaan yang terpilih menjadi sampel di website BEI <http://www.idx.co.id>.

3.7 Metode Pengolahan atau Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik analisis kuantitatif. Dalam penelitian ini, analisis kuantitatif dilakukan dengan cara mengkuantitatifkan data-data penelitian sehingga menghasilkan informasi yang dibutuhkan dalam analisis. Penulis mengolah data dengan menggunakan *Eviews 12*.

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi data panel yang merupakan alat statistik yang menjelaskan pola hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam analisis regresi dikenal dengan dua variabel yaitu variabel respon (variabel dependen) dan prediktor (variabel independen).

Metode analisis data sebagai alat untuk menganalisis data-data yang telah ada sehingga dapat diinterpretasikan dengan jelas agar mudah dipahami dan di mengerti.

3.7.1 Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif bertujuan guna menggambarkan variabel-variabel dalam penelitian ini. Menurut Ghozali (2018) uji statistik deskriptif yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara memberikan gambaran atau deskriptif suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata, maksimum, minimum, standar deviasi.

3.7.2 Penentuan Metode Estimasi / Uji Model Data Panel

Menurut Basuki dan Prawoto (2017) dalam metode estimasi model regresi dengan menggunakan data panel dapat dilakukan melalui tiga pendekatan yaitu sebagai berikut:

1. Common Effect Model

Pendekatan pada model data panel ini merupakan yang paling sederhana karena hanya mengkombinasikan antara data *time series* dan *cross section*. Pada model ini tidak diperhatikan dimensi waktu maupun individu, sehingga diasumsikan bahwa perilaku data perusahaan sama dalam berbagai kurun waktu. Metode ini bisa menggunakan pendekatan *Ordinary Least Square* (OLS) atau teknik kuadrat terkecil untuk mengestimasi model data panel.

2. Fixed Effect Model

Model pada pendekatan ini dapat mengasumsikan bahwa perbedaan antar individu dapat diakomodasi dari perbedaan intersepnnya. Untuk mengestimasi data

panel model *Fixed Effect* menggunakan teknik *variable dummy* untuk menangkap perbedaan antar perusahaan. Bisa juga terjadi perbedaan intersep karena perbedaan budaya kerja, manajerial dan intersip, namun slop nya sama antar perusahaan. Model estimasi ini sering disebut dengan teknik *Least Square Dummy Variable* (LSDV).

3. *Random Effect Model*

Model pada pendekatan ini dapat mengestimasi data panel dimana variabel gangguan mungkin sering berhubungan antar waktu dan antar individu. Pada model *Random Effect* terdapat perbedaan intersp diakomodasi oleh *error terms* pada masing-masing perusahaan. Keuntungan menggunakan model *Random Effect* adalah untuk menghilangkan heteroskedastisitas. Model ini disebut juga dengan *Error Components Model* (ECM) atau teknik *Generalized Least Square* (GLS).

Pada dasarnya ketiga model estimasi data panel dapat dipilih sesuai dengan keadaan penelitian. Ada beberapa cara yang dapat dipergunakan untuk menentukan teknik mana yang paling tepat dalam mengestimasi parameter data panel. Menurut Basuki dan Prawoto (2017) untuk memilih model yang paling tepat digunakan dalam mengelola data panel, terdapat beberapa pengujian yang dilakukan, yaitu:

1. Uji Chow

Merupakan pengujian untuk menentukan model *fixed effect* atau *common effect* yang paling tepat digunakan dalam mengestimasi data panel.

Hipotesis dalam uji chow adalah:

H_0 : *Common Effect Model*

H_1 : *Fixed Effect Model*

Dalam uji chow, H_0 dapat diterima apabila nilai p-value lebih besar dari nilai signifikan (α) yang berarti bahwa model yang lebih baik digunakan adalah *Common Effect Model*. Sebaliknya apabila nilai t-value lebih kecil dari tingkat signifikansi (α) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa model yang lebih baik digunakan adalah *Fixed Effect Model*.

Pada uji chow dapat diperhatikan nilai probabilitas untuk *cross section* F. Jika nilainya $> 0,05$ maka H_0 diterima maka model yang dipilih adalah *Common Effect Model*. Tetapi jika nilainya $< 0,05$ maka H_1 diterima maka model yang dipilih adalah *Fixed Effect Model*.

2. Uji Housman

Merupakan pengujian untuk mengetahui apakah model *fixed effect* atau *random effect* yang paling tepat digunakan.

Hipotesis uji housman adalah:

H_0 : *Random Effect Model*

H_1 : *Fixed Effect Model*

Jika H_0 diterima maka *Random Effect Model* lebih efisien, sedangkan jika H_0 ditolak maka *Fixed Effect Model* lebih sesuai dari pada *Random Effect Model*. Hasil uji dapat dilihat dari probabilitas *cross section*, jikai nilainya $> 0,05$ maka H_1 diterima artinya model yang dipilih adalah *Random Effect Model*. Tetapi jika nilainya $< 0,05$ maka H_0 ditolak artinya model yang dipilih adalah *fixed effect model*.

3. Uji Langrange Multiplier

Merupakan pengujian untuk mengetahui model *random effect* lebih baik dari pada model *common effect*.

Hipotesis uji langrange multiplier adalah:

H0 : *Random Effect Model*

H1 : *Common Effect Model*

Apabila nilai $L_{hitung} > \text{Chi-square}$ maka model yang dipilih *Common Effect Model*. Sedangkan apabila $L_{hitung} < \text{Chi-Square}$ maka model yang *Random Effect Model*.

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2018) uji asumsi klasik merupakan tahap awal yang digunakan sebelum analisis regresi linier. Dilakukannya pengujian ini untuk dapat memberikan kepastian agar koefisien regresi tidak bias serta konsisten dan memiliki ketepatan dalam estimasi. Uji asumsi klasik dilakukan terlebih dahulu sebelum pengujian regresi linier yaitu residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolonieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas maka tahap selanjutnya dapat dilakukan uji statistik t dan uji F.

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2019) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Selain itu uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik kolmogorov-smirnov (K-S). Dasar pengambilan keputusan uji statistik dengan kolmogrov-smirnov Z (1-Sample K-S) menurut (Ghozali,2019) adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih dari 0,05, maka H0 diterima. Hal ini berarti data residual terdistribusi normal.
- b) Jika nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* kurang dari 0,05, maka H0 ditolak. Hal ini berarti data residual terdistribusi tidak normal.

2. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2019) uji autokorelasi adalah keadaan dimana pada model regresi ada korelasi antara residual pada periode t dengan residual pada periode sebelumnya (t-1). Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat masalah autokorelasi. Uji yang dilakukan adalah uji *Durbin-Watson*. Pengambilan keputusan pada uji Durbin Watson sebagai berikut:

- a. $DU < DW < 4-DU$ maka Ho diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi.

- b. $DU < DL$ atau $DW > 4-DL$ maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokorelasi.
- c. $DL < DW < 4-DL$ atau $4-DU < DW < 4-DL$, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Zulfikar (2016) Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan Variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Heteroskedastisitas variasi dari error model regresi tidak konstan atau variasi antara error yang satu dengan error yang lain berbeda. Selanjutnya untuk mengetahui apakah pola variabel error mengandung Heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan Uji Glejser. Pada penelitian ini dilakukan uji Heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai probabilitas pada seluruh variabel independen lebih dari 0,05 maka model tersebut tidak terjadi Heteroskedastisitas.

4. Uji Multikolinearitas

Menurut Basuki dan Prawoto (2017). Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas yaitu adanya hubungan linier antar variabel independen di dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Rule of thumb dari metode ini adalah jika koefisien korelasi cukup tinggi di atas 0,80 maka terjadi multikolinearitas dalam model. Sebaliknya jika koefisien korelasi relatif rendah dibawah 0,80 maka model regresi tidak terdapat gejala multikolinearitas.

3.7.4 Analisis Regresi Data Panel

Menurut Basuki dan Prawoto (2017) Data panel merupakan gabungan antara data runtut waktu (*time series*) dan data silang (*cross section*). Data *time series* merupakan data yang terdiri atas satu atau lebih variabel dalam rentang waktu tertentu. Sedangkan *cross section* merupakan data yang dikumpulkan dalam kurun waktu tertentu dari sampel.

Pemilihan data panel dikarenakan di dalam penelitian ini menggunakan rentang waktu beberapa tahun dan juga banyak perusahaan. Pertama penggunaan data *time series* dimaksudkan karena dalam penelitian ini menggunakan rentang waktu 6 tahun yaitu dari tahun 2018-2023. Kemudian penggunaan *cross section* itu sendiri karena penelitian ini mengambil data dari banyak perusahaan yang terdiri dari 6 perusahaan sektor *Auto Components* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang dijadikan sampel penelitian. Pada penelitian ini persamaan model regresi data panel dengan 2 variabel independen dan 1 variabel dependen adalah sebagai berikut:

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + e_{it}$$

Keterangan:

Y_{it} = Variabel terikat atau Dependen (Profitabilitas)

- α = Konstanta, yaitu nilai Y_{it} jika $X_1 X_2 = 0$
 β_{1-2} = Koefisien regresi, yaitu nilai peningkatan atau penurunan variabel Y_{it} yang didasarkan variabel $X_1 X_2$
 X_1 = Variabel bebas atau Independen (*Leverage*)
 X_2 = Variabel bebas atau Independen (Pertumbuhan Penjualan)
 i = Perusahaan
 t = Periode ke- i
 e = *Error*

3.7.5 Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2021) tujuan dari uji t adalah untuk melihat seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variabel dependen. Pengujian ini merupakan dasar dalam pengambilan keputusan untuk menerima dan menolak hipotesis di dalam penelitian dengan adanya pertimbangan dari signifikan konstanta dari setiap variabel independen. Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima atau H_a ditolak, berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen dengan variabel dependen.

2. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2018) uji F digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh signifikan anantara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen dengan kelayakan model yang dihasilkan dengan menggunakan uji kelayakan model pada tingkat α sebesar 5%. Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan kriteria pengujian berikut ini:

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ berarti bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ berarti bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan tidak mempengaruhi variabel dependen.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2021) Koefisien determinasi (R^2) mempunyai tujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisiensi determinasi berkisar antara $0 \leq R^2 \leq 1$. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel-variabel independen hampir memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Hasil Pengumpulan Data

Data yang digunakan untuk mendukung penelitian ini merupakan data sekunder yaitu data yang sumbernya diperoleh peneliti secara tidak langsung atau melalui penyedia data seperti media masa, perusahaan penyedia data, bursa efek, dan lain-lain. Penulis mendapatkan data informasi melalui *website* Bursa Efek Indonesia (BEI) dan *website* perusahaan-perusahaan yang dijadikan sampel penelitian. Data mengenai *leverage*, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas merupakan data dari laporan keuangan tiap perusahaan pada periode 2018-2023 yang diperoleh dari *website* Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id. Perusahaan sektor *auto components* tersebut telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebelum tahun penelitian dan selama periode penelitian tersebut tidak keluar dari Bursa Efek Indonesia (BEI) atau mengalami *delisting*.

Dalam penelitian ini penulis akan melakukan penelitian terhadap perusahaan *go public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), khususnya pada perusahaan sektor *auto components*. Berdasarkan metode pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengambilan sampel non acak dengan jesis *purposive sampling* atau memberikan kriteria tertentu. Maka, diperoleh 6 sampel perusahaan dari 16 perusahaan sektor *auto components* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Adapun proses rekonsiliasi sampel berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan untuk perusahaan sektor *auto components* sebagai berikut :

1. Perusahaan sektor *Auto Components* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode penelitian 2018-2023.
2. Perusahaan yang memiliki data keuangan lengkap dan telah diaudit selama periode penelitian.
3. Perusahaan yang tidak *delisting* dari Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode penelitian.
4. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian selama periode 2018-2023.

Total perusahaan *auto components* yang dijadikan sampel dalam penelitian ini berjumlah 6 (enam) perusahaan dan tahun penelitian selama 5 tahun. Sehingga jumlah sampel yang akan dijadikan data penelitian ini yaitu $6 \times 6 = 36$ atau dapat dikatakan $N = 36$. Dari hasil kriteria sampel maka dapat diperoleh sampel penelitian yaitu 6 perusahaan yang dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 4. 1 Daftar Perusahaan Sektor *Auto Componenets* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2023 Yang Menjadi Objek Penelitian

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1.	ASII	PT Astra International Tbk
2.	AUTO	PT Astra Otoparts Tbk
3.	MPMX	PT Mitra Pinasthika Mustika Tbk
4.	INDS	PT Indospring Tbk
5.	LPIN	PT Multi Prima Sejahtera Tbk
6.	SMSM	PT Selamat Sempurna Tbk

4.1.1 Data *Debt to Assets Ratio* Sektor *Auto Components* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

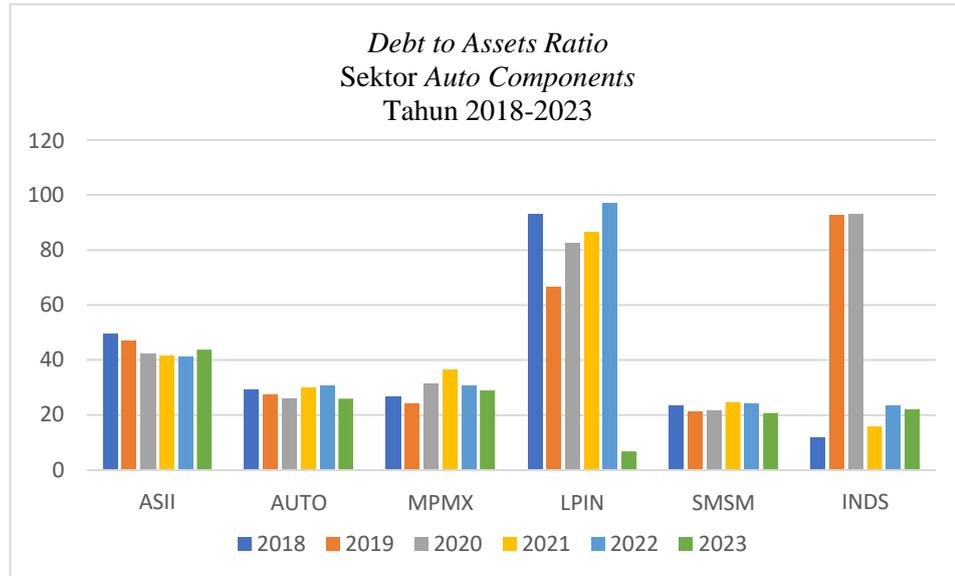
Menurut Kasmir (2017) *Debt to Asset Ratio* merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan anatara total utang dengan total aset. Dengan kata lain, seberapa besar aset perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aset perusahaan. Apabila nilai *Debt to Assets Ratio* semakin tinggi artinya semakin besar jumlah modal pinjaman yang digunakan untuk investasi pada aset yang bertujuan untuk menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Menurut Kasmir (2016) DAR dikatakan baik apabila < 35%. Semakin rendah rasio ini menunjukkan bahwa semakin baik keadaan keuangan perusahaan.

Berikut ini adalah hasil perhitungan *Debt to Assets Ratio* perusahaan *Auto Components* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023.

Tabel 4. 2 Presentase *Debt to Assets Ratio* (DAR)

Kode Perusahaan	<i>Debt to Assets Ratio</i>						Rata-rata Perusahaan
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
ASII	49,42	46,94	42,21	41,30	41,03	43,81	44,12
AUTO	29,11	27,26	25,75	30,10	39,53	25,87	27,94
MPMX	26,57	24,02	31,34	36,58	30,40	28,92	29,64
LPIN	9,29	6,65	8,24	8,64	9,69	6,74	8,21
SMSM	23,24	21,39	21,54	24,74	24,22	20,65	23,63
INDS	11,61	9,25	9,29	15,88	23,18	21,72	15,16
Rata-rata Per Tahun	24,87	22,59	23,06	26,21	26,34	24,62	24,61
Maximum	49,42	46,94	42,21	41,30	41,03	43,81	
Minimum	9,29	6,65	8,24	8,64	9,69	6,74	

Sumber: www.idx.co.id (Data diolah penulis, 2024)



Sumber: diolah oleh penulis. 2024

Gambar 4. 1 *Debt to Assets Ratio* Perusahaan Sektor *Auto Components* Tahun 2018-2023

Berdasarkan tabel 4.2 dan gambar 4.1 menunjukkan bahwa nilai *Debt to Asset Ratio* pada sektor *Auto Components* mengalami yang fluktuasi setiap tahunnya. DAR dikatakan baik apabila dibawah 35%. Dapat dilihat dari nilai rata-rata sebesar 24,61% yang artinya nilai *Debt to Asset Ratio* tersebut dikatakan baik. Perusahaan yang memiliki DAR diatas rata-rata adalah perusahaan ASII, AUTO, dan MPMX sedangkan DAR tertinggi diperoleh perusahaan ASII tahun 2018. *Debt to Asset Ratio* (DAR) merupakan rasio yang sangat diperhatikan para investor. Hal ini menunjukkan jika nilai DAR cenderung tinggi menandakan bahwa perusahaan memiliki proporsi utang yang lebih besar dengan asetnya, yang berarti DAR yang tinggi lebih fokus pada pengelolaan utangnya dari pada pengoptimalan penggunaan asetnya. Hal ini kurang baik bagi perusahaan karena dengan bertambahnya utang menambah resiko bagi perusahaan.

4.1.2 Data *Sales Growth* (SG) di Sektor *Auto Components* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

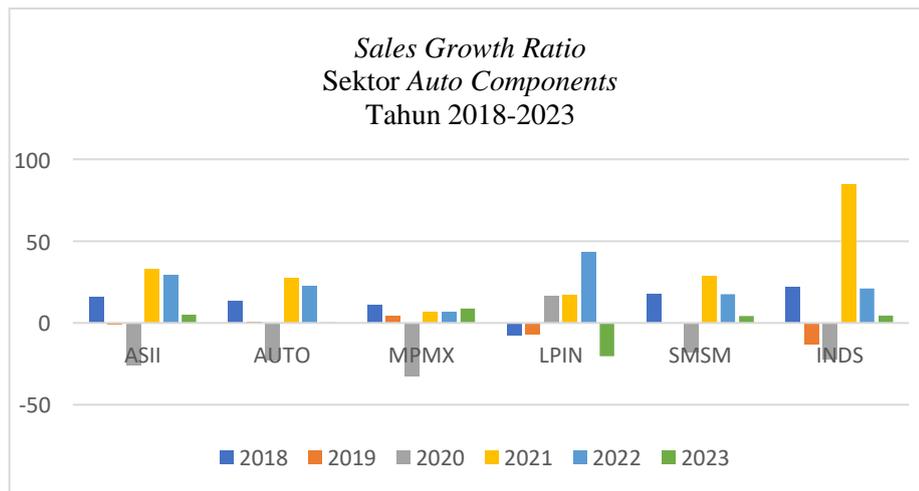
Menurut Dewi (2021) adalah sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan total penjualan secara keseluruhan. Semakin besar penjualan bersih yang dilakukan oleh perusahaan dapat mendorong tingginya profit yang akan diperoleh, sehingga profitabilitas perusahaan menjadi meningkat. Menurut Weston dan Brigham dalam Farhana (2019) dengan mengetahui seberapa besar *Sales Growth* dihitung dengan penjualan tahun ini dikurangi penjuallah tahun lalu dibagi penjualan tahun lalu. Apabila presentase perbandingannya semakin besar, dapat disimpulkan bahwa *Sales Growth* semakin baik atau lebih baik dari periode sebelumnya. Menurut putra (2015) pertumbuhan penjualan diatas 5% - 10% dianggap baik dan dibawah 5% dianggap kurang baik untuk perusahaan besar sedangkan untuk perusahaan menengah dan kecil pertumbuhan penjualan >10% dapat dicapai.

Berikut ini adalah hasil perhitungan *Sales Growth* perusahaan *Auto Components* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023.

Tabel 4. 3 Presentase Sales Growth Ratio (SG)

Kode Perusahaan	Sales Growth Ratio						Rata-rata Perusahaan
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
ASII	16,09	-0,85	-26,19	33,38	29,08	5,04	9,43
AUTO	13,33	0,58	-23,15	27,66	22,63	0,37	6,90
MPMX	11,22	4,19	-32,48	6,54	6,96	8,76	0,87
LPIN	-7,51	-7,20	16,65	16,89	43,30	-20,40	6,96
SMSM	17,77	0,06	-17,84	28,74	17,57	4,21	8,42
INDS	21,96	-12,86	-22,25	85,01	21,06	4,40	16,22
Rata-rata Per Tahun	12,14	-2,68	-17,54	33,04	23,43	0,40	8,13
Maximum	21,96	4,19	16,65	85,01	43,30	8,76	
Minimum	-7,51	-12,86	-32,48	6,54	6,96	-20,40	

Sumber: www.idx.co.id (Data diolah oleh penulis, 2024)



Sumber: data diolah oleh penulis, 2024

Gambar 4. 2 *Sales Growth* Perusahaan Sektor *Auto Components* Tahun 2018-2023

Berdasarkan Tabel 4.3 dan Gambar 4.2 menunjukkan bahwa nilai Pertumbuhan Penjualan pada sektor *Auto Components* mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Pertumbuhan Penjualan dikatakan baik jika berada diantara 5% - 10%. Dapat dilihat dari nilai rata-rata sebesar 8,13 % yang artinya nilai pertumbuhan penjualan tersebut dapat dikatakan baik. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan diatas rata-rata adalah perusahaan ASII, SMSM dan INDS sedangkan pertumbuhan penjualan tertinggi diperoleh oleh INDS tahun 2021. Data mengenai perhitungan pertumbuhan penjualan dapat dilihat bahwa suatu perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang meningkat maka mencerminkan pendapatan yang meningkat. Apabila perbandingannya semakin besar maka tingkat pertumbuhan penjualan semakin baik.

4.1.3 Data *Return on Assets* (ROA) di Sektor *Auto Components* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2023

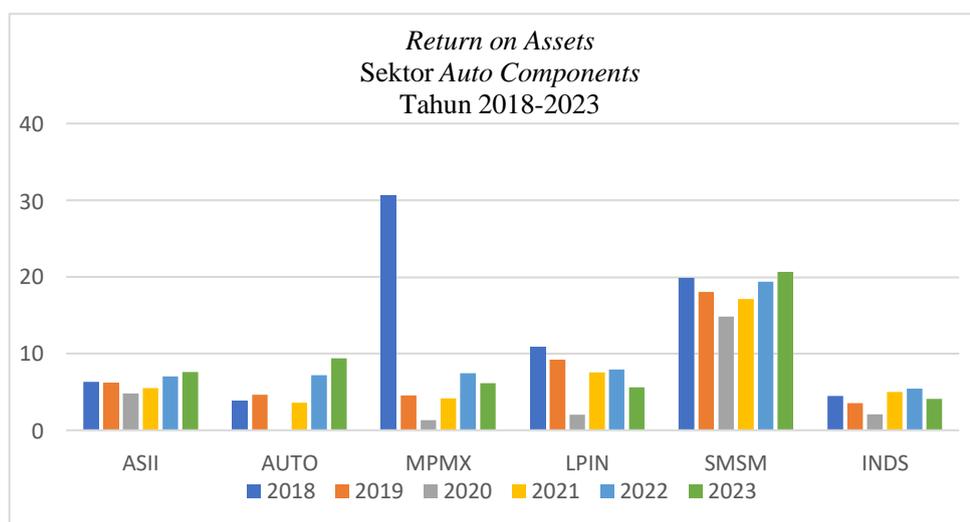
Menurut Kariyoto (2017) *Return on Assets* sering disebut sebagai *economic profitability* yang merupakan ukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan semua aset yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi nilai ROA pada suatu perusahaan, semakin baik serta efektif perusahaan dalam penggunaan asetnya. Menurut Lestari dan Sugiarto (2007) ROA dapat dikatakan baik apabila $>2\%$.

Berikut ini adalah hasil perhitungan *Return on Assets* perusahaan *Auto Components* yang terdaftar di bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023.

Tabel 4. 4 Presentase *Return on Assets* (ROA)

KODE PERUSAHAAN	<i>Return on Assets</i>						Rata-rata
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
ASII	6,29	6,17	4,78	5,50	7,00	7,59	6,22
AUTO	3,85	4,65	0,01	3,61	7,16	9,39	4,77
MPMX	30,65	4,53	1,29	4,17	7,44	6,11	9,03
LPIN	10,86	9,21	1,99	7,53	7,90	5,57	7,18
SMSM	19,88	18,02	14,85	17,11	19,37	20,64	18,31
INDS	4,47	3,55	2,08	5,01	5,41	4,10	4,10
Rata-rata	12,67	7,68	4,17	7,16	9,05	8,90	8,27
Maximum	30,65	18,02	14,85	17,11	19,37	20,64	
Minimum	3,85	3,55	0,01	3,61	5,41	4,10	

Sumber: www.idx.co.id (Data diolah oleh penulis, 2024)



Sumber: diolah oleh penulis, 2024

Gambar 4. 3 *Return on Assets* Perusahaan Sektor *Auto Components* Tahun 2018-2023

Berdasarkan Tabel 4.4 dan Gambar 4.3 menunjukkan bahwa kondisi *Return on Asset* pada perusahaan sektor *Auto Components* tahun 2018-2023 mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Nilai *Return On Asset* tersebut menunjukkan seberapa besar total aset yang dipergunakan perusahaan untuk operasional yang mampu memberikan laba bagi perusahaan. Semakin tinggi nilai ROA suatu perusahaan maka semakin tinggi perusahaan menghasilkan laba bersih dari total aset yang ditanamkan. Nilai *Return On Asset* dapat dikatakan baik apabila memiliki nilai lebih dari 2%. Rata-rata nilai *Return On Asset* pada perusahaan sektor *Auto Components* lebih dari 2%, hal itu menunjukkan bahwa laba yang dihasilkan perusahaan tersebut baik.

4.2 Analisis Data

Dalam analisis data pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu *Leverage* yang diproksikan dengan *Debt to Asset Ratio* dan Pertumbuhan Penjualan yang diproksikan dengan *Sales Growth* terhadap variabel dependen Profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Assets*. Dimana dalam analisis data panel meliputi Metode Estimasi Model Regresi Data Panel (Uji Chow, Uji Hausman, Uji Lagrange Multiplier), Uji asumsi klasik data panel (Normalitas, Autokorelasi, Heteroskedastisitas, Multikolinearitas), serta uji hipotesis (Uji T, Uji F, dan Koefisien Determinasi).

4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis dilakukan dengan membandingkan nilai minimum, nilai maksimum, dan rata-rata. Tabel berikut adalah statistik deskriptif dari variabel independen yaitu *Debt to Asset Ratio* (X1), *Sales Growth* (X2) dan variabel dependen yaitu *Return on Assets* (Y).

Tabel 4. 5 Hasil Pengujian Deskriptif Statistik

	ROA	DAR	SG
Mean	8.231944	24.61444	8.131111
Median	6.140000	24.48000	6.750000
Maximum	30.65000	49.42000	85.01000
Minimum	0.010000	6.650000	-32.48000
Std. Dev.	6.630336	12.01914	22.35352

Sumber: Data diolah dengan Eviews 12 (2024)

Berdasarkan hasil statistik pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 6 sampel data dan jangka waktu pengambilan sampel sebanyak 6 tahun penelitian, maka $N= 36$.

Dari hasil analisis statistik deskriptif seluruh pengamatan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel dependen profitabilitas yang diukur dengan *Return on Assets* (ROA) mempunyai rata-rata 8,231944 yang berarti rata-rata perusahaan mampu meningkatkan profitabilitas namun kecil. Nilai tertinggi ROA sebesar 30,65000 dan nilai terendahnya sebesar 0,010000 hal itu berarti terdapat perusahaan yang

memiliki profitabilitas cukup besar. Variasi dari variabel ROA dijelaskan dengan standar deviasi sebesar 6,630336. Nilai mean variabel dependen profitabilitas lebih besar dari standar deviasi, sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata dari seluruh data pada variabel profitabilitas mampu menggambarkan seluruh variabel dengan baik.

2. Variabel independen pertama yaitu *leverage* diukur menggunakan *Debt to Asset Ratio* (DAR) menunjukkan bahwa nilai tertinggi sebesar 49,42000 dan nilai terendah sebesar 6,650000. Nilai tertinggi variabel *leverage* (DAR) dimiliki oleh PT. Astra International Tbk pada tahun 2018 dan nilai terendah dimiliki PT. Multi Prima Sejahtera Tbk tahun 2019. Nilai mean variabel independen *leverage* lebih besar dari standar deviasi, sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata dari seluruh data pada variabel independen *leverage* mampu menggambarkan seluruh variabel dengan baik.
3. Variabel independen kedua yaitu pertumbuhan penjualan diukur menggunakan *Sales Growth* (SG) menunjukkan bahwa nilai tertinggi sebesar 85,01000 dan nilai terendah sebesar -32,48000. Nilai tertinggi variabel Pertumbuhan Penjualan (SG) dimiliki oleh PT Indospring Tbk pada tahun 2021 dan nilai terendah dimiliki PT Mitra Pinasthika Mustika Tbk tahun 2020. Nilai mean variabel independen pertumbuhan penjualan lebih kecil dari standar deviasi, sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata dari seluruh data pada variabel independen pertumbuhan penjualan kurang mampu menggambarkan seluruh variabel dengan baik.

4.2.2 Uji Pemilihan Model Regresi Data Panel

Dalam memilih model data panel yang terbaik, maka dilakukan teknik estimasi data panel melalui tiga pendekatan untuk memilih antara *Common Effect Model*, *Fixed Effect Model*, dan *Random Effect Model*.

1. Uji Chow

Uji Chow merupakan pengujian yang dilakukan untuk menentukan apakah *Common Effect Model* atau *Fixed Effect Model* yang paling tepat digunakan.

H_0 : *Common Effect Model*

H_1 : *Fixed Effect Model*

Dalam uji chow apabila nilai *Cross-section Chi-Square* $< a$ 0,05, maka model *Fixed Effect Model* yang dipilih maka H_0 ditolak, sebaliknya apabila nilai *Cross-section Chi-Square* $> a$ 0,05, maka *Common Effect Model* yang dipilih maka H_0 ditolak.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests			
Equation: Untitled			
Test cross-section fixed effects			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	7.271914	(5,28)	0.0002
Cross-section Chi-square	29.962120	5	0.0000

Sumber: Data diolah dengan Eviews 12 (2024)

Berdasarkan tabel 4.6, diperoleh hasil nilai probabilitas Cross-section Chi-Square $< 0,05$ yaitu sebesar 0,0000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang artinya model yang dipilih *Fixed Effect Model*.

2. Uji Hausman

Uji Hausman merupakan pengujian statistik untuk memilih apakah *Fixed Effect Model* atau *Random Effect Model* yang paling tepat digunakan.

H0 : *Random Effect Model*

H1 : *Fixed Effect Model*

Dalam uji hausman apabila nilai Cross-section random $< a 0,05$, maka *Fixed Effect Model* yang dipilih maka H0 ditolak, sebaliknya apabila nilai Cross-section random $> a 0,05$, maka *Random Effect Model* yang dipilih maka H1 ditolak.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test			
Equation: Untitled			
Test cross-section random effects			
Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	0.748449	2	0.6878

Sumber: Data diolah dengan Eviews 12 (2024)

Berdasarkan tabel 4.7 diperoleh hasil nilai probabilitas Cross-section random $> 0,05$ yaitu sebesar 0,6878. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 diterima yang artinya model yang dipilih adalah *Random Effect Model*.

3. Uji Langrange Multiplier

Uji Langrange Multiplier merupakan pengujian statistik untuk memilih apakah *Common Effect Model* atau *Random Effect Model* yang paling tepat digunakan.

H0 : *Common Effect Model*

H1 : *Random Effect Model*

Dalam uji langrange multiplier apabila nilai probabilitas Cross-section $> 0,05$ maka model yang dipilih *Common Effect Model*, sebaliknya apabila nilai probabilitas Cross-section $< 0,05$ maka yang dipilih *Random Effect Model*.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Langrange Multiplier

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects
 Null hypotheses: No effects
 Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	19.31453 (0.0000)	0.154925 (0.6939)	19.46945 (0.0000)
Honda	4.394829 (0.0000)	-0.393606 --	2.829292 (0.0023)
King-Wu	4.394829 (0.0000)	-0.393606 --	2.829292 (0.0023)
Standardized Honda	5.582900 (0.0000)	-0.017127 --	0.941727 (0.1732)
Standardized King-Wu	5.582900 (0.0000)	-0.017127 --	0.941727 (0.1732)
Gourierioux, et al.*	--	--	19.31453 (< 0.01)

Sumber: Data diolah dengan Eviews 12 (2024)

Berdasarkan tabel 4.8 diperoleh hasil nilai probabilitas Cross-section $< 0,05$ yaitu sebesar 0,0000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang artinya model yang dipilih adalah *Random Effect Model*.

Setelah dilakukan uji chow, uji hausman, dan uji langrange multiplier disimpulkan bahwa model yang tepat untuk digunakan dalam penelitian ini yaitu *Random Effect Model*. Digunakannya *Random Effect Model* dalam penelitian ini, karena hasil dari 2 uji yaitu Uji Hausman dan Uji Langrange Multiplier didapatkan hasil yang sama yaitu *Random Effect Model*, maka dari itu *Random Effect Model* adalah model yang paling tepat.

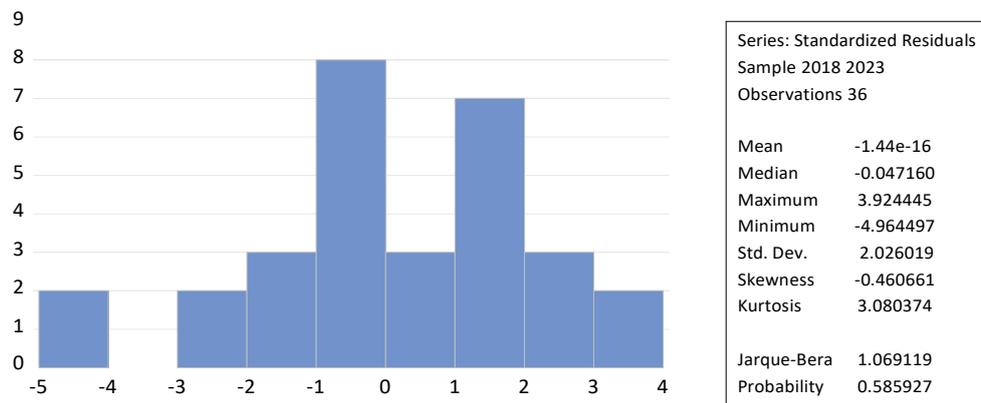
4.2.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai regresi yang dihasilkan dari regresi berdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi secara normal. Distribusi dikatakan normal jika memiliki nilai signifikan $> 0,05$ di bawah ini uji normalitas dengan menggunakan Metode Jarque Bera.

Adapun hasil pengolahan uji normalitas sebagai berikut:

Gambar 4. 4 Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data diolah dengan Eviews 12 (2024)

Berdasarkan Gambar 4.4 di atas menunjukkan data berdistribusi secara normal atau dapat dilakukan dengan membandingkan nilai *Probability Jarque-Bera* hitung dengan tingkat Alpha. Nilai *Jarque-Bera* sebesar 1.069119 dengan probabilitas 0.585927. Sehingga dapat diinterpretasikan bahwa probabilitas dari *Jarque-Bera* sebesar 0.585927 lebih besar dari Alpha 0,05. Artinya bahwa residual berdistribusi normal, sehingga asumsi klasik tentang kenormalan di model *random effect* terpenuhi.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Basuki dan Prawoto (2017). Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen di dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Rule of thumb dari metode ini adalah jika koefisien korelasi cukup tinggi di atas 0,8 maka terjadi multikolinearitas dalam model. Sebaliknya jika koefisien korelasi relatif rendah dibawah 0,8 maka model regresi tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Adapun hasil pengolahan uji multikolinearitas sebagai berikut:

Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas

	DAR	SG
DAR	1.000000	0.021734
SG	0.021734	1.000000

Sumber: Data diolah dengan Eviews 12 (2024)

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa tidak terdapat variabel yang memiliki nilai lebih besar dari 0,8 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Zulfikar (2016) Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan Variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Heterokedastisitas variasi dari eror model regresi tidak konstan atau variasi antara

error yang satu dengan error yang lain berbeda. Selanjutnya untuk mengetahui apakah pola variabel error mengandung Heterokedastisitas dapat dilakukan dengan Uji Glejser.

Pada penelitian ini dilakukan uji Heterokedastisitas dengan menggunakan uji glejser. Uji glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai probabilitas pada seluruh variabel independen lebih dari 0,05 maka model tersebut terdapat gejala Heterokedastisitas.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	7.387865	3.074600	2.402870	0.0220
DAR	-0.107221	0.109470	-0.979454	0.3345
SG	0.014003	0.028386	0.493312	0.6251

Sumber: Data diolah dengan Eviews 12 (2024)

Berdasarkan Tabel 4.10 diatas menunjukkan bahwa nilai probabilitas untuk kedua variabel independen yaitu *Debt to Asset Ratio* sebesar 0,3345 dan *Sales Growth* sebesar 0,6251 > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

4. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2019) uji autokorelasi adalah keadaan dimana pada model regresi ada korelasi antara residual pada periode t dengan residual pada periode sebelumnya (t-1). Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat masalah autokorelasi. Uji yang dilakukan adalah uji *Durbin-Watson*. Pengambilan keputusan pada uji *Durbin Watson* sebagai berikut:

- a. $DU < DW < 4-DU$ maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi.
- b. $DU < DL$ atau $DW > 4-DL$ maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokorelasi.
- c. $DL < DW < 4-DU < DW < 4-DL$, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

Tabel 4. 11 Hasil Uji Autokorelasi

Root MSE	1.788067	R-squared	0.342774
Mean dependent var	0.993096	Adjusted R-squared	0.294091
S.D. dependent var	2.243304	S.E. of regression	1.884788
Sum squared resid	95.91553	F-statistic	7.040879
Durbin-Watson stat	1.910050	Prob(F-statistic)	0.003461

Sumber: Data diolah penulis, Eviews 12 (2024)

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas dapat diketahui bahwa nilai Durbin-Watson yaitu sebesar 1.910050. Sementara dari tabel DW dengan nilai signifikansi 0,05 dengan jumlah $n = 36$ dan $k = 2$ diperoleh nilai DL sebesar 1,3537 dan nilai DU sebesar 1,5872.

Apabila dihitung dengan menggunakan rumus $DL < DW < 4-DU$ atau $(1.3537 < 1.910050 < 2.4128)$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada model regresi.

4.2.4 Analisis Regresi Data Panel

Penelitian ini menggunakan analisis regresi data panel untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil regresi menggunakan model *random effect* yang mengasumsikan bahwa setiap perusahaan mempunyai perbedaan intersep, yang mana intersep tersebut adalah variabel random atau stokastik. Model ini sangat berguna jika individu (entitas) yang diambil adalah secara random dan merupakan wakil populasi. Teknik ini juga memperhitungkan bahwa error berkorelasi sepanjang *cross section* dan *time series*. Berikut ini adalah hasil analisis data dengan menggunakan *random effect model* dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Data Panel

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	6.942274	2.634664	2.634976	0.0138
DAR	-0.339566	0.117936	-2.879233	0.0077
SG	0.052589	0.016660	3.156653	0.0039
Effects Specification				
			S.D.	Rho
Cross-section random			6.387170	0.9148
Idiosyncratic random			1.948944	0.0852
Weighted Statistics				
Root MSE	1.788067	R-squared	0.342774	
Mean dependent var	0.993096	Adjusted R-squared	0.294091	
S.D. dependent var	2.243304	S.E. of regression	1.884788	
Sum squared resid	95.91553	F-statistic	7.040879	
Durbin-Watson stat	1.910050	Prob(F-statistic)	0.003461	

Sumber: Data diolah dengan Eviews 12 (2024)

Berdasarkan Tabel 4.12 dapat diketahui persamaan regresi data panel sebagai berikut:

$$HS_{it} = \alpha + \beta_1 DAR_{it} + \beta_2 SG_{it} + e_{it}$$

$$HS = 6,942274 - 0,339566 + 0,052589$$

Berdasarkan persamaan Regresi tersebut, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 6,942274 artinya jika *Debt to Assets Ratio* (DAR) dan *Sales Growth* (SG) bernilai 0, maka *Return on Assets* (ROA) bernilai positif sebesar 6,942274.
- 2) Nilai koefisien regresi DAR yaitu sebesar -0,339566, artinya setiap peningkatan *Debt to Assets Ratio* (DAR) sebesar satu persen, maka *Return on Assets* akan mengalami penurunan sebesar -0,339566 dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.
- 3) Nilai koefisien regresi *Sales Growth* (SG) bernilai positif yaitu sebesar 0,052589, artinya setiap peningkatan *Sales Growth* (SG) sebesar satu persen, maka *Return on Assets* akan mengalami peningkatan sebesar 0,052589 dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

4.2.5 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis terdiri dari analisis determinasi, uji koefisien regresi secara parsial (uji t) dan uji koefisien secara bersama-sama (uji f):

1. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2021) tujuan dari uji t adalah untuk melihat seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variabel dependen. Pengujian ini merupakan dasar dalam pengambilan keputusan untuk menerima dan menolak hipotesis di dalam penelitian dengan adanya pertimbangan dari signifikan konstanta dari setiap variabel independen. Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima atau H_a ditolak, berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen dengan variabel dependen.

Adapun hasil pengolahan uji parsial sebagai berikut:

Tabel 4. 13 Hasil Uji Parsial

Dependent Variable: ROA
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)
Date: 07/01/24 Time: 12:58
Sample (adjusted): 2018 2023
Periods included: 6
Cross-sections included: 6
Total panel (balanced) observations: 36
Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	6.942274	2.634664	2.634976	0.0138
DAR	-0.339566	0.117936	-2.879233	0.0077
SG	0.052589	0.016660	3.156653	0.0039

Sumber: data diolah penulis, Eviews 12 (2024)

Interpretasi dari koefisien intersep dan variabel independen tersebut adalah sebagai berikut:

1. Nilai koefisien *Debt to Assets Ratio* sebesar -0,339566 dengan probabilitas $< 0,05$ ($0,0077 < 0,05$) berarti variabel *debt to assets ratio* berpengaruh terhadap profitabilitas. Koefisien yang bernilai negatif menunjukkan bahwa *debt to asset ratio* memiliki pengaruh negatif terhadap profitabilitas.
2. Nilai koefisien *Sales Growth* sebesar 0,052589 dengan probabilitas $< 0,05$ ($0,0039 < 0,05$) berarti variabel *sales growth* berpengaruh terhadap profitabilitas. Koefisien yang bernilai positif menunjukkan bahwa *sales growth* memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas.

2. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2018) uji F digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen dengan kelayakan model yang dihasilkan dengan menggunakan uji kelayakan model pada tingkat α sebesar 5%. Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan kriteria pengujian berikut ini:

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ berarti bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ berarti bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan tidak mempengaruhi variabel dependen.

Adapun hasil pengolahan uji simultan sebagai berikut:

Tabel 4. 14 Hasil Uji Simultan

Root MSE	1.788067	R-squared	0.342774
Mean dependent var	0.993096	Adjusted R-squared	0.294091
S.D. dependent var	2.243304	S.E. of regression	1.884788
Sum squared resid	95.91553	F-statistic	7.040879
Durbin-Watson stat	1.910050	Prob(F-statistic)	0.003461

Sumber: data diolah penulis, Eviews 12 (2024)

Berdasarkan Tabel 4.14 dapat diketahui hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F-statistic yang diperoleh adalah 7,040879 dengan nilai probabilitas sebesar 0,003461. Dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$) maka hipotesis nol ditolak karena nilai probabilitas lebih kecil dari nilai signifikansi yaitu 0,05 atau 5% ($0,003461 < 0,05$). Hal ini berarti ketiga variabel independen (*leverage* dan pertumbuhan penjualan) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen (profitabilitas)

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2021) Koefisien determinasi (R^2) mempunyai tujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisiensi determinasi berkisar antara $0 \leq R^2 \leq 1$. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi

variabel-variabel independen hampir memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Root MSE	1.788067	R-squared	0.342774
Mean dependent var	0.993096	Adjusted R-squared	0.294091
S.D. dependent var	2.243304	S.E. of regression	1.884788
Sum squared resid	95.91553	F-statistic	7.040879
Durbin-Watson stat	1.910050	Prob(F-statistic)	0.003461

Sumber: data diolah penulis, Eviews 12 (2024)

Berdasarkan Tabel 4.15 di atas diperoleh uji koefisien determinasi (R^2) dengan nilai *R-squared* sebesar 0,342774, artinya 34,27% variasi Profitabilitas dapat dipengaruhi oleh *leverage* dan pertumbuhan penjualan. Sedangkan 65,73% Profitabilitas dapat dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dengan demikian, apabila dilihat nilai *adjusted R-squared* sebesar 0,294091 artinya 29,40% dipengaruhi oleh *leverage* dan pertumbuhan penjualan sedangkan sisanya sebesar 70,60% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai 0,294091 berada di interval 0 sampai 1 yang artinya jika nilai *adjusted R-squared* semakin mendekati 1, maka faktor variabel dependen mempengaruhi variabel independen dengan tingkat sedang.

4.3 Pembahasan dan Interpretasi Penelitian

Hasil didasarkan pada penelitian yang telah diuraikan secara statistik dengan menggunakan software Eviews 12 dengan uji t (parsial) dan uji f (simultan). Hasil dari hipotesis penelitian disajikan pada 4.12.

4.3.1 Pengaruh *Leverage* yang diprosikan oleh *Debt to Asset Ratio* terhadap Profitabilitas

Dari hasil olah data yang sudah dilakukan oleh penulis dapat disimpulkan bahwa *Debt to Asset Ratio* berpengaruh terhadap Profitabilitas. Hal ini menunjukkan secara parsial *Debt to Asset Ratio* (DAR) berpengaruh terhadap profitabilitas. *Leverage* dalam penelitian ini menggambarkan penggunaan utang dalam membiayai investasi perusahaan. Investasi yang dimaksud adalah penggunaan aset perusahaan. Nilai *leverage* menjelaskan proporsi tingkat dana perusahaan dalam membayar beban tetap. Apabila rasio *leverage* atau utang meningkat maka penggunaan aset perusahaan menjadi tidak efektif karena digunakan untuk menutupi beban tetap (kewajiban) perusahaan atas pelunasan utang-utangnya, sehingga akan menurunkan laba perusahaan (profitabilitas). Penggunaan utang dalam kegiatan pendanaan perusahaan tidak hanya memberikan dampak yang baik tetapi juga akan memperoleh resiko yang cukup besar, karena jika proporsi *leverage* tidak diperhatikan maka akan berdampak menurunkan profitabilitas perusahaan karena penggunaan utang menimbulkan beban bunga yang bersifat tetap.

Dapat disimpulkan dari hasil penelitian diatas bahwa *Debt to Asset Ratio* berpengaruh terhadap *Return on Asset*, bahwa setiap kenaikan atau penurunan yang terjadi pada *leverage* dapat mempengaruhi besarnya tingkat signifikansi perusahaan dalam peningkatan profitabilitas pada perusahaan sektor *auto components*. Jika mengacu pada batas penggunaan DAR yang baik adalah dibawah 35%. Dapat dilihat dari nilai rata-rata DAR berada dibawah 35%. Pada penelitian ini penggunaan utang oleh perusahaan berhasil dimanfaatkan oleh manajemen dalam membiayai pengelolaan aset perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa utang yang digunakan secara strategis dan produktif akan diikuti dengan peningkatan profitabilitas pada perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian oleh Maulita dan Tania (2018), Yulianti (2020), Khasanah (2021), Nasir (2020) yang menyatakan *leverage* berpengaruh terhadap profitabilitas. Serta tidak sesuai dengan penelitian oleh Jumratin et,al (2022), Maulita dan Tania (2018) yang menyatakan *leverage* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

4.3.2 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan yang diproksikan oleh (*Sales Growth*) terhadap Profitabilitas

Dari hasil olah data yang sudah dilakukan oleh penulis dapat disimpulkan bahwa *Sales Growth* berpengaruh terhadap Profitabilitas. Hal ini menunjukkan secara parsial *Sales Growth* (SG) berpengaruh terhadap profitabilitas.

Analisis data membuktikan adanya hubungan positif dan signifikan pada pertumbuhan penjualan dengan profitabilitas perusahaan. Presentase pertumbuhan penjualan yang baik berada diantara 5% - 10% dan jika dilihat dari nilai rata-rata pertumbuhan penjualan perusahaan sebesar 8,13%. Artinya tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi menjadikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan pendapatan yang signifikan melalui penjualan produknya dan fluktuasi dalam tingkat pertumbuhan penjualan dapat memberikan sinyal yang penting bagi perusahaan terkait dengan hasil profitabilitasnya. Selain itu, dengan adanya pertumbuhan penjualan, perusahaan dapat memanfaatkan skala ekonomi yang lebih besar. Dengan meningkatnya produksi dari penjualan, maka biaya tetap per unit produk dapat menurun dan akhirnya dapat meningkatkan keuntungan dan profitabilitas perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang signifikan seringkali memberikan perusahaan kemampuan finansial untuk menginvestasikan lebih banyak dalam riset dan pengembangan. Hal ini dapat menghasilkan inovasi baru, pengembangan produk, atau peningkatan efisiensi operasional, yang pada akhirnya dapat meningkatkan profitabilitas.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian oleh Sukadana dan Triaryati (2018), Fransisca dan Widjaja (2019), Khasanah (2021), Yulianti (2020) yang

menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas. Serta tidak sesuai dengan penelitian oleh Kusumawati (2022), Wikardi dan Wiyarni (2017), Anggarsari (2018) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

4.3.3 Pengaruh *Leverage* yang diproksikan oleh (DAR) dan Pertumbuhan Penjualan yang diproksikan oleh (SG) terhadap Profitabilitas

Berdasarkan dari hasil penelitian yang terdapat pada uji F menunjukkan hasil bahwa seluruh variabel independen (*leverage* dan pertumbuhan penjualan) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel independen yaitu profitabilitas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka kelangsungan hidup perusahaan tersebut akan lebih terjamin.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian oleh Widhi dan Suamarnayasa (2021), Shintya (2017), Anisa dan Febyansyah (2024) yang menyatakan bahwa *leverage* dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas. Serta tidak sesuai dengan penelitian oleh Adam et,al (2020), Tania dan Dewi (2022) yang menyatakan bahwa *leverage* dan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

Tabel 4. 16 Ringkasan Hasil Penelitian

No.	Keterangan	Hipotesis	Hasil	Kesimpulan
1.	Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Profitabilitas	H1: <i>Leverage</i> berpengaruh terhadap profitabilitas	<i>Leverage</i> berpengaruh terhadap Profitabilitas	Diterima
2.	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas	H2: Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas	Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Profitabilitas	Diterima
3.	Pengaruh <i>Leverage</i> , Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas	H3: <i>Leverage</i> , Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Profitabilitas	<i>Leverage</i> , Pertumbuhan Penjualan secara bersama-sama berpengaruh terhadap profitabilitas	Diterima

(Sumber: Diolah oleh penulis, Eviews 12, 2024)

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai “Pengaruh *Leverage* dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas pada perusahaan sektor *Auto Components* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023” maka penulis memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian *Leverage* yang diproksikan oleh *Debt to Asset Ratio* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas, yang berarti setiap kenaikan *leverage* akan mempengaruhi langsung penurunan profitabilitas. Artinya apabila perusahaan tidak dapat memanfaatkan utangnya dengan baik maka akan mengakibatkan terancamnya keberlangsungan perusahaan, begitu juga sebaliknya apabila perusahaan dapat mengoptimalkan utangnya dengan baik, maka keberlangsungan hidup perusahaan akan semakin lama dan semakin menjauhnya ancaman kebangkrutan bagi perusahaan.
2. Berdasarkan hasil penelitian Pertumbuhan Penjualan yang diproksikan oleh *Sales Growth* berpengaruh dan signifikan terhadap Profitabilitas. Bahwa setiap kenaikan pertumbuhan penjualan akan meningkatkan profitabilitas. Artinya pertumbuhan penjualan yang lebih tinggi menciptakan sinyal positif bagi perusahaan dalam peningkatan pendapatan dan semakin menjauhi tingkat kebangkrutan.
3. Berdasarkan hasil uji F, menunjukkan bahwa seluruh variabel independen (*Debt to Asset Ratio* dan *Sales Growth*). Secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas pada Perusahaan Sektor *Auto Components* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2023,

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan pada pembahasan tersebut penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan *Auto Components* diharapkan dapat meningkatkan profitabilitasnya dengan cara mengelola modalnya dengan efisien serta mampu memanfaatkan penggunaan aset yang dimilikinya sehingga akan memperoleh pendapatan yang maksimal. Di samping itu, perusahaan diharapkan dapat terus meningkatkan pertumbuhan penjualannya dengan cara meningkatkan kualitas dan inovasi produk serta memperluas pemasaran produk yang nantinya akan mendorong peningkatan profitabilitas perusahaan. Karena perusahaan yang memiliki kinerja yang baik akan mampu menarik keinginan para calon investor untuk melakukan investasi pada perusahaan.

2. Bagi Investor dan Calon Investor

Bagi Investor dan Calon Investor diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam memutuskan investasi yang dilakukan dalam sebuah perusahaan yaitu dengan memperhatikan faktor apa saja yang dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan, memahami informasi-informasi mengenai keuangan maupun non keuangan. Hal ini bertujuan agar investasi saham yang dilakukan oleh investor pada suatu perusahaan dapat menghasilkan *return* yang tinggi.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah sampel penelitian atau menambahkan tahun lebih banyak misalnya menjadi 10 tahun atau lebih, agar dapat mengetahui permasalahan lebih jelas dan memperkuat penelitian-penelitian sebelumnya. Selain itu peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel yang terdapat dalam rasio keuangan dengan indikator yang lebih lengkap sehingga dapat mewakili dan mendukung peneliti berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, M. U. N. (2021). *Pengaruh Modal Kerja, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif dan Komponen yang Terdaftar di BEI Tahun Periode 2014-2019*.
- Afiezan et, al. (2020). *Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Leverage terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur sektor Dagang Besar yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018*. Vol. 14. No. 2. 209-220.
- Andriyanto. (2015). *Pengaruh Return On Assets, Leverage, Corporate Governance, dan Salaries Growth Terhadap Tax Efficiency Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di BEI Tahun 2009-2012*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Anggarsari, L. (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.
- Anisa, T. D.M. dan Febyansyah, A. (2024). *Pengaruh Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas*. Vol. 8. No. 1. 2621-5306.
- Aziz, R. A. N. (2021). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif dan Komponen Yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2021)*. Jurnal Akuntansi.
- Bahri. (2020). *Metodologi Penelitian Bisnis-Lengkap Dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Brastibian, I. dan Rinofah, R. (2020). *Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Farmasi yang Terdaftar di di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia.
- Brigham dan Houston. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ekawijaya, A. (2020). *Pengaruh Leverage, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Rokok yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018)*.
- Fahmi, I. (2018). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Fransisca, E. dan Widjaja, I. (2019). *Pengaruh Leverage, Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur*.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- _____. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- _____. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Edisi 10. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hery. (2018). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: PT. Grasindo.
- _____. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Grasindo.
- _____. (2021). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Horne dan Wachowicz. (2013). *Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan*. Edisi 13. Jakarta: Salemba Empat.
- Jumratin et,al. (2022). *Pengaruh Debt to Asset Ratio (DAR) dan Debt to Equity Ratio (DER) terhadap Return on Assets (ROA) pada Perusahaan Sub Sektor Semen yang terdaftar di BEI*. *Jebaman: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*. Vol.1 No. 5, September 2023, Hal. 599-607.
- Kasmir. (2018). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- _____. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Pertama. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Khasanah, U. A. (2021). *Pengaruh Leverage dan Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas Perusahaan Plastik dan Kemasan*.
- Kieso, et al. (2016). *Intermediate Accounting*. IFRS Edition. United States: WILEY
- Kusumadewi, R. N. (2022). *Pengaruh Leverage, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas*.
- Martani, D., et al. (2018) *Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis PSAK*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maulita, D. dan Tania,I. (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.
- Nuridah, S., et al. (2023). *Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Ritel*. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*. Volume 1. Nomor 1.
- Paramita, et al. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Widya Gama Press.

- Shintya, M. N. (2017). *Analisis pengaruh Leverage dan pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*.
- Sjahrial, D. (2014). *Manajemen Keuangan*. Edisi Keempat. Jakarta: Mitra Wicana Media.
- Sudana, I. M. (2018). *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik*. Jakarta: Erlangga.
- Sukadana, I. K.A. dan Triaryati, N. (2018). *Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Food and Beverage BEI*. E-Jurnal Manajemen. 7 (11). 6239-6268. E-Jurnal Manajemen. 7 (11). 6239-6268
- Tania, A. dan Dewi, S. P. (2022). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur*. Jurnal Multiparadigma Akuntansi. Vol. IV. No. 1. 301-309.
- Widhi, N.N. dan Suarmanayasa, I. N. (2021). *Pengaruh Leverage dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Subsektor Tekstil dan Garmen*. Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika. Vol. 11 No. 2. 2599-2651.
- Wikardi, L. D. dan Wiyani, N. T. (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.
- Yulianti, R. (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 Keuangan2 (1). 8-15.

www.idx.co.id

dataindonesia.id

www.inews.id

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Kintani Mashuri
Alamat : JL. Warung Dukuh, RT. 02, RW. 04, Kel. Pabuaran,
Kec. Cibinong, Kab. Bogor, Jawa Barat. 16916
Tempat dan tanggal lahir : Bogor, 19 Juni 2002
Agama : Islam
Pendidikan

- SD : SDN Pabuaran 01
- SMP : SMP Islam Ciawang
- SMA : SMK Plus PGRI 1 Cibinong
- Perguruan Tinggi : Universitas Pakuan

Bogor, Juni 2024

Peneliti,



(Putri Kintani Mashuri)

LAMPIRAN

Lampiran 1 *Debt to Assets Ratio* Perusahaan

(Dinyatakan Dalam Rupiah Penuh)

Kode Perusahaan	Tahun	Total Utang (Rp)	Total Aset (Rp)	DAR	(%)
ASII	2018	170.348.000.000.000	344.711.000.000.000	0,4942	49,42
	2019	165.195.000.000.000	351.958.000.000.000	0,4694	46,94
	2020	142.749.000.000.000	338.203.000.000.000	0,4221	42,21
	2021	151.696.000.000.000	367.311.000.000.000	0,4130	41,30
	2022	169.577.000.000.000	413.297.000.000.000	0,4103	41,03
	2023	195.261.000.000.000	445.679.000.000.000	0,4381	43,81
AUTO	2018	4.626.013.000.000	15.889.648.000.000	0,2911	29,11
	2019	4.365.175.000.000	16.015.709.000.000	0,2726	27,26
	2020	3.909.303.000.000	15.180.094.000.000	0,2575	25,75
	2021	5.101.517.000.000	16.947.148.000.000	0,3010	30,10
	2022	5.469.696.000.000	18.521.261.000.000	0,2953	29,53
	2023	5.073.319.000.000	19.613.043.000.000	0,2587	25,87
MPMX	2018	3.173.937.000.000	11.943.407.000.000	0,2657	26,57
	2019	2.297.376.000.000	9.563.681.000.000	0,2402	24,02
	2020	2.885.958.000.000	9.209.838.000.000	0,3134	31,34
	2021	3.610.768.000.000	9.869.734.000.000	0,3658	36,58
	2022	2.702.575.000.000	8.889.818.000.000	0,3040	30,40
	2023	2.487.113.000.000	8.599.026.000.000	0,2892	28,92
LPIN	2018	28.026.041.147	301.596.448.818	0,0929	9,29
	2019	21.617.421.367	324.916.202.729	0,0665	6,65
	2020	27.828.564.143	337.792.393.010	0,0824	8,24
	2021	26.856.694.729	310.880.071.852	0,0864	8,64
	2022	32.683.374.895	337.442.939.231	0,0969	9,69
	2023	22.952.159.013	340.615.035.973	0,0674	6,74
SMSM	2018	650.926.000.000	2.801.203.000.000	0,2324	23,24
	2019	664.678.000.000	3.106.981.000.000	0,2139	21,39
	2020	727.016.000.000	3.375.526.000.000	0,2154	21,54
	2021	957.229.000.000	3.868.862.000.000	0,2474	24,74
	2022	1.060.545.000.000	4.379.577.000.000	0,2422	24,22
	2023	944.670.000.000	4.574.793.000.000	0,2065	20,65
INDS	2018	288.105.732.114	2.482.337.567.967	0,1161	11,61
	2019	262.135.613.148.	2.834.422.741.208	0,0925	9,25
	2020	262.519.771.935	2.826.260.084.696	0,0929	9,29
	2021	502.584.655.311	3.165.018.057.203	0,1588	15,88
	2022	900.110.128.000	3.882.465.049.707	0,2318	23,18
	2023	968.594.117.624	4.459.381.724.679	0,2172	21,72

Lampiran 2 Sales Growth Perusahaan

(Dinyatakan Dalam Rupiah Penuh)

Kode Perusahaan	Tahun	Sales (Rp)	SG	(%)
ASII	2017	206.205.000.000.000	-	-
	2018	239.205.000.000.000	0,1600	16,00
	2019	237.166.000.000.000	-0,0085	-0,85
	2020	175.046.000.000.000	-0,2619	-26,19
	2021	233.485.000.000.000	0,3338	33,38
	2022	301.379.000.000.000	0,2908	29,08
	2023	316.565.000.000.000	0,0504	5,04
AUTO	2017	13.549.857.000.000	-	-
	2018	15.356.381.000.000	0,1333	13,33
	2019	15.444.775.000.000	0,0058	0,58
	2020	11.869.221.000.000	-0,2315	-23,15
	2021	15.151.663.000.000	0,2766	27,66
	2022	18.579.927.000.000	0,2263	22,63
	2023	18.649.065.000.000	0,0037	0,37
MPMX	2017	14.290.131.000.000	-	-
	2018	15.893.585.000.000	0,1122	11,22
	2019	16.560.129.000.000	0,0419	4,19
	2020	11.181.671.000.000	-0,3248	-32,48
	2021	11.913.408.000.000	0,0654	6,54
	2022	12.742.854.000.000	0,0696	6,96
	2023	13.859.071.000.000	0,0876	8,76
LPIN	2017	102.949.173.758	-	-
	2018	95.212.682.098	-0,0751	-7,51
	2019	88.357.595.957	-0,0720	-7,20
	2020	103.066.288.012	0,1665	16,65
	2021	120.475.047.471	0,1689	16,89
	2022	172.638.332.781	0,4330	43,30
	2023	137.411.829.907	-0,2040	-20,40
SMSM	2017	3.339.964.000.000	-	-
	2018	3.933.353.000.000	0,1777	17,77
	2019	3.935.811.000.000	0,0006	0,06
	2020	3.233.693.000.000	-0,1784	-17,84
	2021	4.162.931.000.000	0,2874	28,74
	2022	4.894.164.000.000	0,1757	17,57
	2023	5.100.327.000.000	0,0421	4,21
INDS	2017	1.967.982.902.772	-	-
	2018	2.400.062.227.790	0,2196	21,96
	2019	2.091.491.715.532	-0,1286	-12,86
	2020	1.626.190.564.290	-0,2225	-22,25
	2021	3.008.688.064.066	0,8501	85,01
	2022	3.642.215.794.469	0,2106	21,06
	2023	3.802.563.221.254	0,0440	4,40

Lampiran 3 Return On Assets Perusahaan

(Dinyatakan Dalam Rupiah Penuh)

Kode Perusahaan	Tahun	Laba Bersih Setelah Pajak (Rp)	Total Aset (Rp)	ROA	(%)
ASII	2018	21.673.000.000.000	344.711.000.000.000	0,0629	6,29
	2019	21.707.000.000.000	351.958.000.000.000	0,0617	6,17
	2020	16.164.000.000.000	338.203.000.000.000	0,0478	4,78
	2021	20.196.000.000.000	367.311.000.000.000	0,0550	5,50
	2022	28.944.000.000.000	413.297.000.000.000	0,0700	7,00
	2023	33.839.000.000.000	445.679.000.000.000	0,0759	7,59
AUTO	2018	610.985.000.000	15.889.648.000.000	0,0385	3,85
	2019	739.672.000.000	16.015.709.000.000	0,0462	4,62
	2020	2.245.000.000	15.180.094.000.000	0,0001	0,01
	2021	611.348.000.000	16.947.148.000.000	0,0361	3,61
	2022	1.326.575.000.000	18.521.261.000.000	0,0716	7,16
	2023	1.842.435.000.000	19.613.043.000.000	0,0939	9,39
MPMX	2018	3.660.250.000.000	11.943.407.000.000	0,3065	30,65
	2019	433.065.000.000	9.563.681.000.000	0,0453	4,53
	2020	118.431.000.000	9.209.838.000.000	0,0129	1,29
	2021	411.735.000.000	9.869.734.000.000	0,0417	4,17
	2022	661.732.000.000	8.889.818.000.000	0,0744	7,44
	2023	525.621.000.000	8.599.026.000.000	0,0611	6,11
LPIN	2018	32.755.830.998	301.596.448.818	0,10,86	10,86
	2019	29.918.599.921	324.916.202.729	0,9,21	9,21
	2020	6.732.558.855	337.792.393.010	0,1,99	1,99
	2021	23.408.646.128	310.880.071.852	0,7,53	7,53
	2022	26.673.231.906	337.442.939.231	0,7,90	7,90
	2023	18.965.513.901	340.615.035.973	0,5,57	5,57
SMSM	2018	556.904.000.000	2.801.203.000.000	0,1988	19,88
	2019	559.951.000.000	3.106.981.000.000	0,1802	18,02
	2020	501.369.000.000	3.375.526.000.000	0,1485	14,85
	2021	662.041.000.000	3.868.862.000.000	0,1711	17,11
	2022	848.315.000.000	4.379.577.000.000	0,1937	19,37
	2023	944.189.000.000	4.574.793.000.000	0,2064	20,64
INDS	2018	111.064.893.959	2.482.337.567.967	0,0447	4,47
	2019	100.635.879.347	2.834.422.741.208	0,0355	3,55
	2020	58.921.397.142	2.826.260.084.696	0,0208	2,08
	2021	158.606.750.776	3.165.018.057.203	0,0501	5,01
	2022	210.203.987.750	3.882.465.049.707	0,0541	5,41
	2023	182.929.383.432	4.459.381.724.679	0,0410	4,10