

## PENGARUH SALES GROWTH, FIRM AGE, FIRM SIZE DAN LEVERAGE TERHADAP PROFITABILITAS

Cecillia Heryanti Putri\* dan Jamaludin

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara, Jakarta, Indonesia

\*Email: [cecilliaheryanti.ch@gmail.com](mailto:cecilliaheryanti.ch@gmail.com)

### Abstract:

*The purpose of this study was to examine and obtain empirical evidence of the effect of sales growth, firm age, firm size and leverage on profitability. This study uses multiple regression analysis data processing techniques and then processed using the SPSS version 25 application program. The sample of this study consisted of 25 manufacturing companies in the goods and consumption industry sector which were selected by purposive sampling method that met the criteria of 125 publicly listed companies in Indonesia. Indonesia Stock Exchange in the period 2016 - 2020. The results of research on sales growth have no significant and negative effect on profitability, firm age, firm size and leverage have a significant and positive effect on profitability.*

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

### Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh *sales growth*, *firm age*, *firm size* dan *leverage* terhadap profitabilitas. Penelitian ini menggunakan teknik pengolahan data analisis regresi berganda dan kemudian diolah dengan menggunakan program aplikasi SPSS versi 25. Sampel penelitian ini terdiri dari 25 perusahaan manufaktur sektor industri barang dan konsumsi yang diseleksi dengan metode *purposive sampling* yang memenuhi kriteria dari 125 perusahaan *go public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016 - 2020. Hasil penelitian atas *sales growth* tidak memiliki berpengaruh signifikan dan negatif terhadap profitabilitas, *firm age*, *firm size* dan *leverage* berpengaruh signifikan dan positif terhadap profitabilitas.

**Kata Kunci:** *Profitabilitas, Sales Growth, Firm Age, Firm Size, Leverage.*

### Latar Belakang

Majunya suatu negara saat dapat dilihat dari berkembangnya perdagangan dan juga dengan banyaknya *entrepreneur* atau wirausahawan di dalam negeri. Semakin maju suatu negara berarti semakin tinggi proporsi pelaku bisnis. Jika kita amati masih sedikit orang Indonesia yang terjun ke dunia bisnis karena kurangnya pengetahuan bisnis dan cara pengelolaan bisnis. Karena, cara mengelola bisnis tidak hanya sementara waktu saja, tapi untuk jangka panjang selama bisnis terus berjalan. Dengan perkembangan perusahaan,

fenomena umum adalah kerusakan lingkungan semakin meningkat dari tahun ke tahun, ketimpangan sosial yang tinggi antar masyarakat. Hal ini terjadi karena perusahaan mengembangkan kegiatan yang tidak terkendali dari sumber daya sekitar perusahaan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan ini (Dewi, 2021, p. 229).

Sektor yang sangat dibutuhkan pengusaha saat ini adalah sektor industri barang konsumsi. Sektor ini sangat diminati karena barang-barang dalam sektor ini sudah menjadi kebutuhan dasar manusia. Industri barang konsumen dari tahun 2017 hingga 2019 mengalami pertumbuhan positif, di antaranya industri-industri makanan mengalami kenaikan sebesar 5,13%, industri minuman naik sebesar 15,29%, sedangkan di bidang farmasi 4,46%. Akan tetapi, industri pengolahan tembakau turun sebesar 12,73% (www.bps.go.id). Dari data di atas, dapat disimpulkan bahwa industri barang dan konsumsi memiliki tingkat kenaikan yang cukup baik. Saat ini, sudah ada banyak UKM (Usaha Kecil dan Menengah) di bidang ini, dan beberapa di antaranya sudah memiliki kemampuan untuk memasuki pasar global dan tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sehingga sudah dipastikan perusahaan di bidang ini akan terus maju.

Berhasil atau tidaknya suatu perusahaan tidak hanya bergantung pada hubungan internal bisnis tetapi harus diperhatikan hubungan eksternal, seperti kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sekitar secara keseluruhan. Keberlanjutan suatu perusahaan dapat terjadi jika perusahaan memperhatikan faktor eksternal perusahaan, seperti faktor sosial dan lingkungan tempat dimana perusahaan melakukan bisnis. Ketika perusahaan lengah memperhatikan kondisi sosial dan lingkungan sekitar, maka citra perusahaan akan buruk di mata publik. Tanggapan sosial yang buruk akan mempengaruhi citra atau reputasi baik perusahaan. Kemudian oleh karena itu, pelaksanaan tanggung jawab perusahaan dianggap sebagai langkah sangat penting untuk mencapai profitabilitas perusahaan. Untuk mendapatkan kinerja yang baik, hal ini harus dilakukan melalui faktor optimasi dari dalam dan dari luar.

Menurut (Sukadana, 2018), *sales growth* merupakan strategi yang baik bagi perusahaan karena pertumbuhan penjualan ditandai dengan adanya peningkatan pangsa pasar akan berdampak pada naiknya penjualan perusahaan. Oleh karena itu, dengan meningkatnya laba perusahaan, *sales growth* akan stabil atau bahkan meningkat, biaya pun menjadi lebih terkendali, maka laba juga akan meningkat. Jika laba meningkat, maka keuntungan yang didapat oleh *investor* juga dapat meningkat.

*Firm age* atau umur perusahaan umur perusahaan adalah umur sejak berdirinya sampai perusahaan telah mampu menjalankan operasinya. Secara teoritis, perusahaan yg sudah berdiri lama akan dipandang oleh *investor* daripada perusahaan yang baru didirikan, sebab perusahaan yang sudah lama berdiri diasumsikan dapat membentuk keuntungan yang lebih besar dibanding perusahaan yang baru berdiri (Harahap, 2017, p. 78).

Ukuran perusahaan juga memantu perusahaan untuk meningkatkan laba karena merupakan perusahaan yang cukup esar dapat dikatakan perusahaan menghasilkan laa yang tinggi karena dapat mengelola sumber daya perusahaan. Secara kolektif kegiatan operasional ini dapat mempengaruhi pendapatan bisnis. Pendapatan bisnis akan berkurang dengan harga pokok penjualan atau pengeluaran lain untuk menghasilkan laba atau rugi (Giriyani, 2019, p. 131).

*Leverage* adalah penggunaan uang pinjaman untuk berinvestasi dan pengembalian investasi itu. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi lebih berisiko, jika rasio *leverage* semakin tinggi maka laba perusahaan akan meningkat. Oleh karena itu, *leverage* digunakan dalam berbagai situasi sebagai sarana untuk mengubah arus kas keuangan (Putri, 2020, p. 861).

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dan masukan bagi perusahaan mengenai hal-hal yang dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan, dan bagi investor untuk melihat hal-hal yang harus dipertimbangkan sebelum memutuskan untuk menginvestasikan dana untuk perusahaan, bukan hanya dari laporan keuangan dan laba per bulan, melainkan melihat faktor-faktor lain yang mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

### **Kajian Teori**

*Agency theory*. Jasen dan Mackling (1976) melaporkan hubungan kontraktual antara (principal) pemegang saham yang ditunjuk dan ingin manajer (agen) untuk mengelola perusahaan. Selain membahas hubungan kontraktual, teori ini juga membahas konflik kepentingan antara pemegang saham (prinsipal) dan manajer (agen) karena seiring waktu agen tidak dapat bertindak untuk kepentingan prinsipal dan cenderung bertindak sendiri (Pratiwi, 2021, p. 944). Ali (2019, p. 74) berpendapat bahwa teori keagenan berpendapat bahwa kepala sekolah tidak memiliki informasi yang lengkap tentang kegiatan kepala sekolah. informasi tentang otonomi, lingkungan kerja, dan prospek masa depan umum perusahaan milik agen daripada prinsipal. Teori keagenan (*agent theory*) merupakan hasil dari adanya hubungan antara agen dan prinsipal. Agen dipekerjakan untuk melakukan tugas-tugas tertentu bagi prinsipal dan bertanggung jawab atas tugas-tugas yang diberikan oleh prinsipal. Prinsipal memiliki kewajiban untuk memberi penghargaan kepada agen atas layanan yang diberikan oleh agen. Adanya pembagian kepentingan antara agen dan prinsipal merupakan sumber konflik agen. Baik pemilik maupun agen menginginkan keuntungan yang maksimal. Prinsipal dan agen juga mencoba menghindari risiko. Teori ini mencoba menjelaskan konflik kepentingan antara manajemen sebagai agen dan pemilik sebagai pemilik. Prinsipal ingin mengetahui semua informasi tentang, termasuk kegiatan manajemen, sehubungan dengan investasi atau dananya di perusahaan. Hal ini dilakukan dengan meminta laporan kewajiban dari agen (manajer). Inti dari teori keagenan dalam landasan teori penelitian ini adalah pemisahan fungsional antara investor dan manajer bank dimana investor atau pemegang saham ingin mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan permodalan saham. sebuah catatan investasi yang dikelola oleh direksi untuk mengevaluasi masa depan suatu perusahaan prospek berdasarkan pertumbuhan laba perusahaan.

*Profitabilitas*. Menurut Yunanda (2021, p. 164), profitabilitas menunjukkan tingkat pengembalian aset atau modal membuat keuntungan. Profitabilitas bisnis menunjukkan tingkat pengembalian aset atau modal membuat keuntungan tersebut, yang mana profitabilitas adalah kemampuan bisnis untuk menghasilkan keuntungan selama periode waktu. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba ini menunjukkan apakah perusahaan memiliki prospek yang baik di masa depan atau tidak. Menggunakan semua aset yang dimiliki oleh perusahaan untuk menghasilkan keuntungan.

*Sales Growth*. Menurut Dharmesta (2012, p. 4) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan merupakan indikator penting penerimaan pasar atas produk atau layanan

perusahaan, di mana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan dapat digunakan untuk mengukur pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan atau *sales growth* yang tinggi menunjukkan peningkatan pendapatan yang diperoleh bisnis melalui penjualan produk sebagai bagian dari kegiatan operasi bisnis. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian (Sukadana dkk, 2018) dan (Wikardi, L. D., & Wiyani, N. T., 2017). Namun, beberapa penelitian (Meidiyustiani, R., 2016) dan (Putra, A. W. Y., & Badjra, I. B., 2015) menunjukkan bahwa *sales growth* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

*Firm Age*. Umur perusahaan atau *firm age* adalah periode ketika perusahaan didirikan dan menjalankan kegiatan operasionalnya untuk dapat menjaga keberlangsungan perusahaan dan memastikan perusahaan tetap lebih dikenal di masyarakat dalam dunia bisnis. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Ali, M., 2019) dan (Harahap dkk, 2017) menunjukkan bahwa umur perusahaan atau *firm age* berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas, sedangkan (Zuchrinata dkk, 2019) dan (Dewi, P. P., & Baswarasasika, I. D. G, 2021) menunjukkan hasil bahwa umur perusahaan atau *firm age* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

*Firm Size*. Ukuran perusahaan atau *firm size* menggambarkan ukuran perusahaan penentuan besar kecilnya suatu usaha dapat ditentukan berdasarkan total penjualan, total aset, dan rata-rata penjualan. Hal ini dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh (Zuchrinata dkk, 2019) dan (Ali, M., 2019) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan atau *firm size* berpengaruh terhadap profitabilitas. Namun, (Pratiwi dkk, 2021) menunjukkan hasil bahwa *firm size* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.

*Leverage*. *Leverage* adalah rasio yang menggambarkan hubungan antara utang usaha dan modal, dimana rasio tersebut dapat melihat seberapa baik suatu usaha dibiayai oleh atau utang pihak ketiga dengan kapasitas perusahaan yang dibiayai deskripsi modal. Penggunaan utang dalam kegiatan penggalangan dana perusahaan tidak hanya berdampak positif terhadap kinerja bisnis. Jika rasio *leverage* tidak diperhitungkan oleh perusahaan, maka akan menyebabkan penurunan profitabilitas karena penggunaan utang menghasilkan pengembalian yang tetap. Peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh Helfiardi, R. D., & Suhartini, S. (2021) yang mendapatkan hasil bahwa *leverage* berpengaruh terhadap profitabilitas dan penelitian yang dilakukan oleh Yunanda, S., & Hutagalung, M. A. K. (2021) yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap profitabilitas. Tetapi penelitian yang dilakukan oleh Sari, D. P. (2021) yang menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas dan Putri, H. W. A., & Kusumawati, Y. T. (2020) yang menunjukkan hasil yang sama bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

### **Kaitan Antar Variabel**

***Sales Growth* dengan Profitabilitas.** Semakin tinggi tingkat pertumbuhan perusahaan, semakin perusahaan bergantung pada modal. Pertumbuhan penjualan atau *sales growth* yang tinggi menunjukkan peningkatan pendapatan yang diperoleh bisnis melalui penjualan produk sebagai bagian dari kegiatan operasi bisnis. Pertumbuhan penjualan dari tahun sebelumnya dapat digunakan secara berkala untuk meramalkan pertumbuhan penjualan untuk tahun yang akan datang. Karena pertumbuhan penjualan yang ditandai dengan peningkatan pangsa pasar akan berdampak pada peningkatan penjualan perusahaan dalam rangka meningkatkan laba perusahaan (Meidiyustiani, 2016, p. 47).

Pendapatan merupakan kriteria penting untuk mengevaluasi profitabilitas perusahaan dan merupakan indikator kunci untuk mengevaluasi kegiatan perusahaan. Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh strategis bagi perusahaan karena pertumbuhan penjualan yang ditandai dengan peningkatan pangsa pasar akan berdampak pada peningkatan penjualan perusahaan untuk meningkatkan laba perusahaan (Putra, 2015, p. 2053).

***Firm Age dengan Profitabilitas.*** Umur perusahaan dinyatakan dengan lamanya waktu yang telah dilakukan perusahaan dalam menjalankan kegiatannya. Biasanya bisnis lama lebih menguntungkan daripada bisnis baru karena bisnis baru masih harus mengeluarkan banyak uang untuk berinvestasi. Perubahan kondisi baik dari sudut pandang bisnis itu sendiri maupun dari faktor eksternal perusahaan membuat bisnis sulit untuk bertahan dalam jangka panjang, jika bisnis telah ada sejak lama, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan telah kemampuan untuk bertahan dalam kondisi yang berubah-ubah dalam waktu yang lama, sehingga dapat dikatakan bahwa perusahaan tumbuh subur dan stabil. Usia perusahaan atau *firm age* merupakan periode pertama ketika perusahaan melakukan kegiatan operasi untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, perusahaan yang sudah lama berdiri akan memiliki pengalaman dalam mengelola kegiatan operasi perusahaan dengan benar. Hal ini berbeda dengan bisnis *start-up* yang seringkali membutuhkan biaya lebih dari bisnis yang sudah mapan dalam upaya untuk bertahan hidup atau sebagai investasi awal dalam bisnis (Dewi, 2021, p. 305.).

***Firm Size dengan Profitabilitas.*** Ukuran perusahaan adalah nilai ukuran perusahaan yang dinyatakan sebagai total aset, total pendapatan, total laba, sehingga mempengaruhi kinerja sosial perusahaan dan pencapaian tujuannya sebagai hasil target perusahaan. Perusahaan besar memiliki lebih banyak aset untuk melakukan transaksi yang mempengaruhi keuntungan. Ukuran perusahaan merupakan rasio yang menggambarkan besar kecilnya perusahaan. Ukuran bisnis dapat ditentukan berdasarkan total aset, total penjualan, dan penjualan rata-rata. Sehingga perusahaan dapat berinvestasi baik pada aktiva lancar maupun aktiva tetap dan meningkatkan profitabilitasnya (Pratiwi, 2021, p. 945). Ukuran perusahaan mempengaruhi kemampuannya untuk memperoleh tambahan modal eksternal untuk membiayai operasinya. Ukuran perusahaan menggambarkan ukuran bisnis. Perusahaan besar akan lebih mudah memperoleh dana eksternal berupa utang yang besar, yang akan membantu operasional perusahaan dan meningkatkan produktivitas perusahaan, sehingga keuntungan perusahaan juga meningkat (Putra, 2015, p. 2055).

***Leverage dengan Profitabilitas.*** Perusahaan dengan pertumbuhan tinggi membutuhkan modal yang besar untuk membiayai bisnis mereka; salah satu kebutuhan finansial tersebut dapat dipenuhi dari sumber modal eksternal, terutama melalui utang. Tentu saja, perusahaan dengan pertumbuhan tinggi membutuhkan modal yang cukup besar untuk membiayai usahanya. Salah satu kebutuhan finansial yang dapat dipenuhi dari sumber pendanaan eksternal perusahaan adalah utang. *Leverage* merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi profitabilitas karena *leverage* dapat digunakan oleh perusahaan untuk menambah modal perusahaan guna meningkatkan laba. Penggunaan utang dalam kegiatan penggalangan dana perusahaan tidak hanya baik untuk kinerja bisnis. Jika perusahaan tidak memperhatikan proporsi *financial leverage*, maka akan menyebabkan penurunan profitabilitas karena penggunaan utang mengarah pada keuntungan tetap. Peningkatan risiko *leverage* adalah kemungkinan gagal bayar karena perusahaan mendanai

terlalu banyak aset mereka dengan utang. Perusahaan bangkrut, maka biaya perusahaan untuk menyelesaikan masalah ini meningkat (Sukadana, 2018, p. 6247).

### Pengembangan Hipotesis

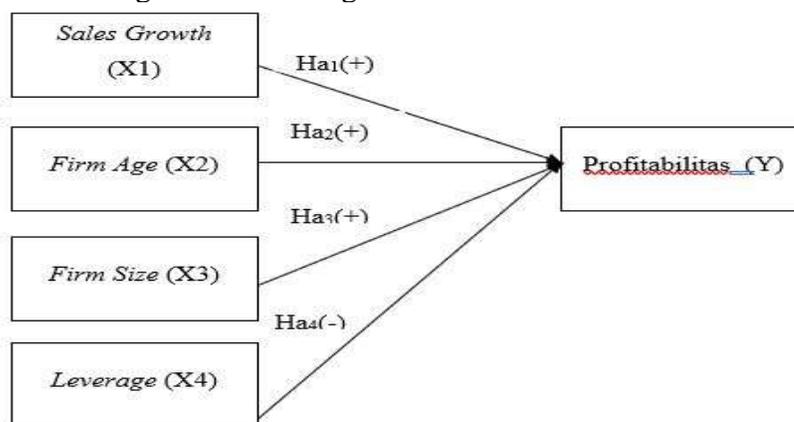
Berdasarkan penelitian sebelumnya, *sales growth* memiliki hubungan yang signifikan negatif dengan profitabilitas (Oktavia, S., Arifin, R., & Wahono, B., 2020). Tetapi penelitian lain menyatakan menyatakan *sales growth* memiliki pengaruh dengan profitabilitas (Wikardi, L. D., & Wiyani, N. T., 2017).  $H_{a1}$ : *Sales growth* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.

Hasil penelitian sebelumnya menemukan bahwa *firm age* memiliki hubungan positif dan pengaruh signifikan terhadap profitabilitas (Ali, M., 2019), (Sukadana, I. K. A., & Triaryati, N., 2018). Namun penelitian lain menunjukkan *firm age* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas (Zuchrinata, F. A., & Yunita, I., 2019).  $H_{a2}$ : *Firm age* berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.

Penelitian sebelumnya terkait *firm size* memiliki hubungan signifikan positif dengan profitabilitas (Pratiwi, K. J. I. dkk, 2021), (Sukadana, I. K. A., & Triaryati, N., 2018) dan (Oktavia, S., Arifin, R., & Wahono, B., 2020), (Ali, M., 2019). Penelitian lain (Sari, N., Malia, R., 2019) menunjukkan bahwa *firm size* berpengaruh terhadap profitabilitas. Namun penelitian lainnya (Dewi, P. P., & Baswarasasika, I. D. G, 2021), (Wikardi, L. D., & Wiyani, N. T., 2017) dan (Zuchrinata, F. A., & Yunita, I., 2019) menemukan *firm size* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas dan (Giriyani, N. L. P. W., & Diyani, L. A., 2019) menyatakan bahwa *firm size* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.  $H_{a3}$ : *firm size* berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.

Penelitian sebelumnya terkait *leverage* memiliki hubungan signifikan positif dengan profitabilitas (Dewi, P. P., & Baswarasasika, I. D. G, 2021). Namun penelitian lainnya (Sari, D. P, 2021) dan (Yunanda, S., & Hutagalung, M. A. K., 2021), (Sukadana, I. K. A., & Triaryati, N., 2018) menemukan *leverage* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas.  $H_{a4}$ : *Leverage* berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Kerangka penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1.

Kerangka Penelitian

**Metodologi**

Metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan data sekunder dari Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020. Teknik dalam pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Kriteria penelitian yang digunakan dalam penelitian yaitu: 1. Perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2020, 2. Perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang menerbitkan laporan tahunan kepada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2020, 3. Perusahaan manufaktur sektor industri barang dan konsumsi yang mengalami kerugian selama tahun 2016-2020, 4. Laporan keuangan dalam mata uang Rupiah (IDR), 5. Data-data mengenai variabel-variabel yang akan diteliti tersedia dengan lengkap dalam laporan keuangan selama 2016 – 2020. Jumlah seluruh sampel yang memenuhi kriteria sampel adalah 25 perusahaan.

Variabel Operasional dan pengukuran yang digunakan adalah:

Tabel 1  
Variabel Operasional dan Pengukuran

Variabel	Ukuran	Skala
Profitabilitas	$\text{Return on assets} = \frac{\text{Laba sebelum pajak}}{\text{Total aset}}$	Rasio
Sales Growth	$\text{Sales Growth} = \frac{\text{Penjualan } t - \text{Penjualan } t-1}{\text{Penjualan } t-1}$	Rasio
Firm Age	$\text{Firm Age} = \text{Tahun sejak berdirinya perusahaan hingga tahun 2021}$	Rasio
Firm Size	$\text{Firm size} = \text{Logaritma Natural (LN) Total Assets}$	Rasio
Leverage	$\text{Leverage} = \frac{\text{Total kewajiban jangka panjang}}{\text{Total aset}}$	Rasio

Data penelitian ini akan dikumpulkan dan kemudian dilakukan uji statistik deskriptif dengan menggunakan program aplikasi SPSS versi 25 dengan tujuan untuk menilai, mengetahui, dan menghasilkan suatu gambaran tentang karakteristik suatu data perusahaan yang dianalisa. Pengujian yang dilakukan setelah uji statistik deskriptif adalah uji pemilihan model terbaik dengan melakukan uji multikorelasi, heterosdastisitas, autokorelasi, analisis regresi ganda dan uji koefisien determinasi. Selanjutnya dilakukan uji hipotesis dengan melakukan uji F dan uji t.

### Hasil Uji Statistik dan Kesimpulan

Hasil uji statistik deskriptif menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki nilai *minimum* sebesar 0.00 yang terdapat pada perusahaan PT. Kimia Farma Tbk tahun 2019, memiliki nilai *maximum* 1.98 pada perusahaan PT. Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk tahun 2017. Nilai *mean* pada perusahaan sektor industri barang dan konsumsi pada tahun 2016-2020 yaitu sebesar 0.1767 dan memiliki nilai *standar deviasi* sebesar 0.21501, yang artinya profitabilitas memiliki tingkat variasi data yang tinggi maka dapat dikatakan variasi data baik atau bersifat heterogen.

Hasil uji statistik deskriptif menunjukkan bahwa *sales growth* memiliki nilai *minimum* sebesar -0.90 yang terdapat pada perusahaan PT. Multi Bintang Indonesia Tbk tahun 2017, memiliki nilai *maximum* 29.82 pada perusahaan PT. Sekar Laut Tbk tahun 2017. Nilai *mean* pada perusahaan sektor industri barang dan konsumsi pada tahun 2016-2020 yaitu sebesar 0.3770 dan memiliki nilai *standar deviasi* sebesar 2.80504, yang artinya *sales growth* memiliki tingkat variasi data yang tinggi maka dapat dikatakan variasi data baik atau bersifat heterogen.

Hasil uji statistik deskriptif menunjukkan bahwa *firm age* memiliki nilai *minimum* sebesar 1.00 yang terdapat pada perusahaan PT. Kino Indonesia Tbk tahun 2016, memiliki nilai *maximum* 109.00 pada perusahaan PT. Phapros Tbk tahun 2017. Nilai *mean* pada perusahaan sektor industri barang dan konsumsi pada tahun 2016-2020 yaitu sebesar 25.4400 dan memiliki nilai *standar deviasi* sebesar 19.46892, yang artinya *firm age* memiliki tingkat variasi data yang tinggi maka dapat dikatakan variasi data baik atau bersifat heterogen.

Hasil uji statistik deskriptif menunjukkan bahwa *firm size* memiliki nilai *minimum* sebesar 25.80 yang terdapat pada perusahaan PT. Pridam Farma Tbk tahun 2017, memiliki nilai *maximum* 32.73 pada perusahaan PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk tahun 2020. Nilai *mean* pada perusahaan sektor industri barang dan konsumsi pada tahun 2016-2020 yaitu sebesar 29.1609 dan memiliki nilai *standar deviasi* sebesar 1.60715, yang artinya *firm size* memiliki tingkat variasi data yang rendah maka dapat dikatakan variasi data baik atau bersifat homogen.

Hasil uji statistik deskriptif menunjukkan bahwa *leverage* memiliki nilai *minimum* sebesar 0.00 yang terdapat pada perusahaan PT. Kimia Farma Tbk tahun 2018 sampai 2020, memiliki nilai *maximum* 1.89 pada perusahaan PT. Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk tahun 2017. Nilai *mean* pada perusahaan sektor industri barang dan konsumsi pada tahun 2016-2020 yaitu sebesar 0.3967 dan memiliki nilai *standar deviasi* sebesar 0.25203, yang artinya *leverage* memiliki tingkat variasi data yang rendah maka dapat dikatakan variasi data baik atau bersifat homogen.

Setelah melakukan uji statistik deskriptif, langkah selanjutnya yang dilakukan adalah melakukan uji analisis regresi linear berganda dengan nilai  $\alpha = 5\%$  untuk mengetahui dan memperoleh hasil seberapa besar variabel independen dapat dimiliki terhadap variabel dependen. Variabel independen meliputi *sales growth* (X1), *firm age* (X2), *firm size* (X3) dan *leverage* (X4), serta variabel dependen yang digunakan adalah profitabilitas pada perusahaan manufaktur (Y). Melalui hasil uji *Chow* dan uji *Hausman* maka ditentukan penggunaan model data terbaik yaitu *fixed effect model*. Hal ini didasarkan pada hasil uji *Chow* dengan nilai probabilitas *cross section chi-square* sebesar  $0.0000 < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Pada uji *Hausman* dengan nilai probabilitas sebesar  $0.0215 < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hasil pengujian tersebut dijelaskan pada tabel 1 dibawah berikut:

Tabel 2  
Hasil Uji Regresi

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.329	.256		-1.284	.202
	X1	7.851E-5	.000	.081	1.073	.286
	X2	.018	.008	.162	2.159	.033
	X3	.020	.009	.177	2.360	.020
	X4	.141	.021	.500	6.652	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Output SPSS 25 (2021)

Berdasarkan hasil pengolahan data, maka dapat disimpulkan model penelitian ini sebagai berikut:

$$\text{Profitabilitas} = -0.329 + 7.851X1 + 0.018X2 + 0.020X3 + 1.41X4 + e$$

Keterangan :

X1 : *Sales Growth*

X2 : *Firm Age*

X3 : *Firm Size*

X4 : *Leverage*

$\epsilon_{it}$  : *Error*

Berdasarkan hasil penelitian analisis regresi linear, nilai konstanta yang diperoleh adalah sebesar 0.329. Jika nilai variabel independen yang terdiri dari *sales growth*, *firm age*, *firm size*, dan *leverage* adalah nol (0), maka nilai profitabilitas akan sebesar 0.329. Hasil regresi linear berganda menunjukkan nilai koefisien regresi Variabel *sales growth* memiliki nilai hasil  $t_{hitung}$  sebesar 1.073 sedangkan  $T_{tabel}$  1.65765. Hasil perhitungan ini menunjukkan  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dengan signifikansi 0.286.

Variabel independen kedua yaitu *firm age* yang memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0.018. Nilai ini menjelaskan bahwa ketika *firm age* mengalami peningkatan sebesar satu (1) satuan, maka akan memberikan perubahan pada nilai profitabilitas yaitu meningkat 0.103390, dengan asumsi nilai variabel lainnya konstan. Variabel independen ketiga adalah *firm size* memiliki koefisien regresi sebesar 0.020. Nilai tersebut memberikan arti bahwa setiap perubahan sebesar satu (1) satuan pada variabel *firm size* akan memberikan dampak perubahan pada profitabilitas sebesar 1.415909, berlaku sebaliknya. Asumsi nilai variabel independen lainnya (*DAR* dan *FCF*) sama dengan nol (0) atau tetap. Berdasarkan hasil penelitian nilai *Adjusted R-square* diperoleh sebesar 0.324, maka sebesar 32.4% variabel independen yaitu *sales growth*, *firm age*, *firm size* dan *leverage* dapat menjelaskan variabel dependen yaitu profitabilitas. Hasil sisa persentase sebesar 67.6% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

### Diskusi

Variabel independen atau variabel bebas pertama yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sales growth*. Setelah melakukan pengujian signifikansi pengaruh antara variabel *sales growth* dengan variabel profitabilitas, diperoleh hasil penelitian bahwa variabel *sales growth* mempunyai nilai probabilitas yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan tingkat signifikansi yang ada  $\alpha = 0.05$ . dari nilai probabilitas tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima  $H_1$  ditolak.

Variabel independen atau variabel bebas kedua yang digunakan dalam penelitian ini adalah *firm age*. Setelah melakukan pengujian signifikansi pengaruh antara variabel *firm age* dengan variabel profitabilitas, diperoleh hasil penelitian bahwa variabel *firm age* mempunyai nilai probabilitas yang lebih rendah jika dibandingkan dengan tingkat signifikansi yang ada  $\alpha = 0.05$ . dari nilai probabilitas tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

Variabel independen atau variabel bebas ketiga yang digunakan dalam penelitian ini adalah *firm size*. Setelah melakukan pengujian signifikansi pengaruh antara variabel *firm size* dengan variabel profitabilitas, diperoleh hasil penelitian bahwa variabel *firm size* mempunyai nilai probabilitas yang lebih rendah jika dibandingkan dengan tingkat signifikansi yang ada  $\alpha = 0.05$ . dari nilai probabilitas tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

Variabel independen atau variabel bebas keempat yang digunakan dalam penelitian ini adalah *leverage*. Setelah melakukan pengujian signifikansi pengaruh antara variabel *leverage* dengan variabel profitabilitas, diperoleh hasil penelitian bahwa variabel *leverage* mempunyai nilai probabilitas yang lebih rendah jika dibandingkan dengan tingkat signifikansi yang ada  $\alpha = 0.05$ . dari nilai probabilitas tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, terdapat tiga variabel independen yang mempengaruhi variabel profitabilitas perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2016-2020 yaitu *firm age*, *firm size* dan *leverage*, sedangkan untuk variabel independen *sales growth* tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

## Penutup

Keterbatasan dalam penelitian ini, antara lain: 1. Populasi penelitian ini terdapat 53 perusahaan dan penulis hanya mengambil sampel 26 perusahaan pada periode 2016-2020. Hal ini dikarenakan perusahaan yang lain memiliki data yang tidak memenuhi kriteria untuk dijadikan sampel. 2. Penelitian ini hanya menggunakan 4 (empat) variabel independen saja yaitu *sales growth*, *firm age*, *firm size* dan *leverage*. Hal ini dapat dilihat pada nilai *adjusted R-squared* 32,40%. Sehingga kemungkinan masih banyak variabel yang dapat mempengaruhi profitabilitas yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. 3. Periode pengamatan dalam penelitian ini tidak terlalu panjang, sehingga penelitian yang telah dilakukan belum memberikan gambaran yang maksimal.

Saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya bila membahas topik yang sama ialah: 1. Diharapkan dalam penelitian selanjutnya dapat menambah atau mengganti variabel yang dapat mempengaruhi profitabilitas sehingga akan semakin menambah wawasan dan literasi topik penelitian. 2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu, sehingga perusahaan dapat melakukan pengoptimalan laba perusahaan dengan benar dan efisien. 3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai pengaruh *sales growth*, *firm age*, *firm size* dan *leverage* terhadap profitabilitas sehingga diharapkan dapat dijadikan pertimbangan dalam melakukan investasi.

## Daftar Rujukan/Pustaka

- Ali, M. (2019). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Saham Publik, Umur Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Dengan Jumlah Bencana Alam Sebagai Moderasi. . *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti Vol, 6(1)*, ISSN : 2339-0859 (Online), 71-94.
- Cledy, H. (2020). Pengaruh Pajak, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Keputusan Perusahaan Untuk Melakukan Transfer. *Jurnal Akuntansi Trisakti, 7(2)*, ISSN : 2339-0832 (Online) , 247-264.
- Dewi, P. P. (2021). Efektivitas Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Leverage Operasi, Umur Perusahaan Dan Tingkat Inflasi Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi (JUARA), 11(2)*, E-ISSN 2443-0641, 299-320.
- Dharmesta, B. S. (2012). *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. . Yogyakarta: BPF.
- Giriyani, N. L. (2019). Pengaruh Cash Conversion Cycle, Likuiditas dan Firm Size terhadap Profitabilitas. *Profita: Komunikasi Ilmiah dan Perpajakan, 12(1)*, 130-143.
- Harahap, N. H. (2017). Pengaruh Islamic Social Reporting (ISR), Umur Perusahaan Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Profitabilitas (ROA) Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index (JII) Tahun 2010-2014. . *KITABAH: Jurnal Akuntansi dan Keuangan Syariah, 1(1)*.
- Helfiardi, R. D. (2021). Pengaruh leverage dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sektor barang makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2015-2020. *AKUNTABEL, 18(3)*, pISSN: 0216-7743, 516-523.

- Houston., B. d. (2010). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan Buku 1 (edisi II)*. Jakarta: Salemba Empat. .
- Kasmir. (2015). *Analisis Laporan Keuangan. Edisi Satu*. Jakarta: PT RajaGrafindo.
- Khotimah, S. K. (2019). Pengaruh beban pajak, tunneling incentive, dan ukuran perusahaan terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan transfer pricing (Studi empiris pada perusahaan multinasional yang listing di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(12), , 125-138.
- Meidiyustiani, R. (2016). Pengaruh Modal Kerja, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Likuiditas terhadap Profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2010–2014. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 5(2), ISSN: 2252 714, 41-59.
- Oktavia, S. A. (2020). Pengaruh Manajemen Modal Kerja, Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas (Studi Kasus Pada Perusahaan Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(08)., 89-103.
- Pratiwi, K. J. (2021). Pengaruh CR, DER, Inventory Turnover, Total Aset Turnover, Dan Firm Size Terhadap Profitabilitas. *KARMA (Karya Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(3), , 943-949.
- Putra, A. W. (2015). Pengaruh leverage, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 7, ISSN: 2302-8912, 2052-2067.
- Putri, H. W. (2020). Pengaruh Leverage Terhadap Profitabilitas Perusahaan Food & Beverages Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Borneo Student Research (BSR)*, 1(2), eISSN: 2721-5727, 860-864.
- Sari, D. P. (2021). Pengaruh Leverage Dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas Pada Pt Gudang Garam Tbk. *BanKu: Jurnal Perbankan dan Keuangan*, 2(1), ISSN 2723-4347 (Print), 14-27.
- Sari, N. M. (2019). Pengaruh Current Ratio, Debt to Asset Ratio, Firm Size dan Perputaran Modal Kerja Terhadap Profitabilitas (ROA) Pada Perusahaan Wholesale dan Retail Trade Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2013-2017. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 3(2), e –ISSN : 2548-9224, 30-39.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta.
- Sukadana, I. K. (2018). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Food and Beverage BEI. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 11, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 11, 6239-6268.
- Utama, I. G. (2012). *Metodologi Penelitian Pariwisata dan Perhotelan*. Yogyakarta: ANDI.
- Wikardi, L. D. (2017). Pengaruh Debt to Equity Ratio, Firm Size, Inventory Turnover, Assets Turnover dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas (Studi Kasus Pada Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2011-2015). *Jurnal Online Insan Akuntan*, 2(1), E-ISSN: 2528-0163, 99-118.

- Yunanda, S. (2021). Pengaruh Modal Kerja Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Pada Pt. Bank Sumut Syariah Kepsy Hamparan Perak. . *Jurnal Al-Qasd Islamic Economic Alternative*, 2(2), ISSN : 2528-5122, 163-172.
- Zuchrinata, F. A. (2019). Pengaruh Inflasi, Suku Bunga Bank Indonesia, Debt to Equity Ratio, Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan terhadap profitabilitas Perusahaan Sub Sektor Pertambangan Batubara yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2017. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 7(2), p-ISSN: 2337-3350, 189-198.