



**PANEL REGRESSION; DETERMINAN PROFITABILITAS PERUSAHAAN HIBURAN
(STUDI PADA PERUSAHAAN ENTERTAINMENT YANG TERDAFTAR DI BURSA
EFEK KOREA SELATAN)**

Oleh

Ni Luh Putu Sariyani¹, Desak Made Sukarnasih², Putu Novia Hapsari Ardianti³, Yenny Verawati⁴, Ni Made Satya Utami⁵, I Made Purba Astakoni⁶

^{1,2}Universitas Pendidikan Nasional

Jalan Bedugul No.39, Sidakarya, Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali 80224

^{3,4,5}Universitas Mahasaraswati Denpasar

Jalan Kamboja No.11A, Dangin Puri Kangin, Denpasar Utara, Kota Denpasar, Bali 80233

⁶Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Handayani Denpasar

Jalan Tukad Banyu Sari No.17B, Dauh Puri Klod, Denpasar Barat, Kota Denpasar, Bali 80114

E-mail: ¹putusariyani@undiknas.ac.id, ²desaksukarnasih@undiknas.ac.id,

³noviahapsari@unmas.ac.id, ⁴yenny_verawati@unmas.ac.id, ⁵satyakesawa@unmas.ac.id,
⁶astakonimade@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian mengetahui pengaruh *leverage*, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan kepada profitabilitas perusahaan. Populasi studi ini yakni seluruh perusahaan *entertainment* yang tercatat dalam Bursa Efek Korea Selatan dari tahun 2015-2020. Sampel ditetapkan sesuai kriteria yang ada yaitu sebanyak enam perusahaan seperti SM Entertainment Co. Ltd; JYP Entertainment Corp; YG Entertainment Inc; Cube Entertainment Inc; CJ ENM Co. Ltd dan Netmarble Corp. Data penelitian dianalisis melalui pendekatan regresi data panel dengan *software* *eviews* 12. Hasil uji model menjelaskan bahwa koefisien determinasi yang disesuaikan sebesar 19,20% atau dengan kata lain lebih banyak dijelaskan oleh variabel diluar model. Hasil pengujian hipotesis didapat; Leverage berpengaruh signifikan positif kepada profitabilitas maka hipotesisnya (H1) ditolak; Ukuran perusahaan memberikan pengaruh positif dan tidak signifikan kepada profitabilitas maka hipotesis (H2) ditolak; Pertumbuhan penjualan memberikan pengaruh signifikan positif kepada profitabilitas, maka hipotesis H3 dapat diterima.

Kata Kunci: Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Data Panel

PENDAHULUAN

Saat ini persaingan antar negara semakin ketat karena menipisnya sumber daya alam, sehingga membuat setiap negara mencari alternatif lain agar tidak bergantung kepada negara lain (Afriantari dan Putri, 2017). Salah satunya yaitu budaya pop korea yang bangkit dan digemari oleh masyarakat secara luas baik dari film, musik, drama, hingga istilah K-Pop yang semakin mendunia (Fariyani dkk, 2019).

Sebagai perusahaan yang bernaung dalam kelompok perusahaan hiburan di Bursa Korea tidak bisa melepaskan diri dari adanya persaingan pasar dunia. Perekonomian dunia yang semakin berkembang tentunya telah mendorong banyak perusahaan untuk meningkatkan daya saing dan memaksimalkan tujuan, contohnya yaitu menghasilkan laba yang maksimal.



Laba dapat dijadikan sebagai indikator terkait dengan kapabilitas perusahaan dalam memenuhi kewajiban bagi pemegang saham, serta dapat dijadikan sebagai sinyal dalam meningkatkan nilai perusahaan (Astakoni dan Wardita, 2020). Laba seringkali dibandingkan dengan kondisi keuangan yang lain mulai dari penjualan, aktiva, hingga ekuitas (Miswanto dkk, 2017). Banyak faktor yang mempengaruhi profitabilitas, yang pada intinya mampu dikategorikan kedalam faktor eksternal dan juga internal perusahaan (Astakoni dan Nursiani, 2020). Faktor eksternal meliputi nilai tukar mata uang asing, inflasi, dan politik (Idrus, 2018), tingkat inflasi dan suku bunga (Putri dan Agustin, 2017). Profitabilitas menggambarkan kapabilitas perusahaan dalam menciptakan laba pada periode tertentu (Astakoni dan Utami, 2019). Lebih lanjut, laba perusahaan juga dijadikan sebuah pedoman atau ukuran atas kinerja, dimana laba yang tinggi memperlihatkan adanya kinerja yang baik pada perusahaan.

Studi ini menggunakan *Return on Asset* (ROA) dalam mencerminkan profitabilitas, dimana digunakan dalam memperlihatkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan laba selama periode tertentu dan memberikan gambaran terkait dengan seberapa baik efektivitas manajemen dalam mengimplementasikan kegiatan operasional (Astakoni dan Wardita, 2020). Indikator ROA mampu diperoleh dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan total aktiva, dimana semakin tingginya tingkat rasio ini memperlihatkan adanya semakin tinggi tingkat produktivitas asset dalam memperoleh keuntungan (Putri dan Agustin, 2017) sedangkan faktor internal antara lain; pertumbuhan penjualan, leverage, ukuran perusahaan, likuiditas, dan perputaran modal kerja (Anggarsari dan Aji, 2018), kepemilikan institusional, kepemilikan saham publik, umur perusahaan (Ali, 2019), *firm age and assets growth* (Al Nawaiseh, 2020).

Selanjutnya yaitu *leverage*, sebagai salah satu determinan yang mampu mempengaruhi tingkat profitabilitas, yang mana perusahaan menggunakan indikator ini guna meningkatkan modal perusahaan yang kemudian meningkatkan laba (Astakoni dan Wardita, 2020), (Shintya dkk, 2017). Sumber dana yang diperoleh melalui utang pada dasarnya dapat mempengaruhi tingkat *leverage*, karena rasio ini berguna dalam mengukur tingkat efektivitas menggunakan utang (Putri dan Agustin, 2017), (Astakoni, dan Nursiani, 2020). Penggunaan *leverage* yang menguntungkan dapat dilihat melalui tingkat pengembalian atas aktiva yang lebih tinggi dibandingkan dengan biaya hutang (Wardita dan Astakoni, 2018). Besarnya tingkat *leverage* yang digunakan akan menimbulkan besarnya pengurangan dalam modal. Sebagai akibatnya, *leverage* berguna dalam peningkatan profitabilitas, namun dengan risiko juga menambah kerugian di kondisi suram. Dengan demikian, baik keuntungan maupun kerugian akan diperbesar oleh leverage, semakin besar leverage yang dimanfaatkan oleh perusahaan, semakin besar juga ketidaktepatan maupun kenaikan penurunan profitabilitasnya (Widiastuti, dkk, 2016). Variabel leverage pada studi ini diproses dengan *Debt to Assets Ratio* (DAR), dimana mencerminkan rasio hutang yang berguna dalam mengukur perbandingan antara total hutang dengan total aktiva (Astakoni dan Utami, 2019).

Hasil penelitian Felani dan Worokinasih (2018), Fransisca dan Widjaja (2019), Widiastuti, dkk (2016), Purnamasari, (2017), Alarussi and Alhaderi (2018), Munthashofi dan Purnamasari (2019), Charles, dkk (2018), Alpi dan Nasution (2019) menemukan bahwa antara *leverage* dan profitabilitas perusahaan memiliki pengaruh signifikan negatif. Pada sisi lain hasil riset Arifin, dkk (2019) menemukan bahwa hubungan leverage dengan tingkat profitabilitas perusahaan terbukti memberikan pengaruh secara negatif dan tidak signifikan. Penelitian Shintya, dkk (2017)



menemukan bahwa leverage dengan tingkat keuntungan perusahaan terbukti memberikan pengaruh secara positif dan tidak signifikan. Penelitian Kartiningsih dan Daryanto (2020) menemukan leverage dengan profitabilitas perusahaan memberikan peran secara signifikan positif. Akan tetapi penelitian Anggarsari dan Aji (2018), Febrianti dan Suartini (2021) menemukan bahwa pengaruh antara *leverage* dan profitabilitas perusahaan tidak signifikan.

Ukuran perusahaan memperlihatkan besar kecilnya perusahaan dinilai dari berbagai aspek seperti total aset, penjualan, tenaga kerja, dan sebagainya (Astakoni dan Wardita, 2020), (Prastuti dan Sudiarta, 2016). Total aset yang semakin besar cenderung mencerminkan skala perusahaan yang semakin besar (Wardita dan Astakoni, 2018). Adapun karakteristik atau kondisi yang dapat menentukan ukuran suatu perusahaan yaitu jumlah karyawan dalam melaksanakan aktivitas operasional, jumlah aktiva pada perusahaan, total penjualan yang mampu diciptakan selama periode berjalan, serta jumlah saham yang diterbitkan. Sebaliknya yaitu rendahnya nilai aset secara keseluruhan cenderung mencerminkan perusahaan yang berskala kecil (Nurdiana, 2018). Skala perusahaan yang lebih besar pada dasarnya lebih memikat perhatian dari investor, kreditur, pemerintah, serta analisis ekonomi (Miswanto dkk, 2017). *Firm size* menggambarkan salah satu indikator yang berguna dalam menilai besarnya ukuran perusahaan, yaitu total aset (aktiva). Penelitian Arifin, dkk (2019), Wikardi dan Wiyani (2017), Miswanto, dkk (2017), Sawitri, dkk (2017), Ginting (2019), Sudiyatno, dkk (2020), Alarussi and Alhaderi (2018), Kartiningsih dan Daryanto (2020), Charles, dkk (2018) mendemonstrasikan ukuran perusahaan dan profitabilitas memberikan pengaruh signifikan positif. Temuan Fransisca dan Widjaja (2019) memperlihatkan ukuran perusahaan serta profitabilitas memberikan pengaruh positif dan tidak signifikan. Studi

oleh Anggarsari dan Aji (2018), Hasanah dan Enggariyanto (2018), Al Nawaiseh (2020) menemukan hasil yang signifikan antara ukuran perusahaan dan profitabilitas. Sedangkan hasil penelitian oleh Nurdiana (2018), Putri dan Agustin (2017), Ali (2019) mengungkapkan adanya peran secara tidak signifikan antara ukuran perusahaan dan profitabilitas.

Pertumbuhan penjualan mencerminkan kemampuan dari suatu perusahaan khususnya dalam mengukur adanya peningkatan atau pertumbuhan penjualan dari tahun ke tahun. Peningkatan *market share* merupakan salah satu akibat adanya pertumbuhan penjualan, dimana mampu memberikan dampak pada peningkatan penjualan dan profitabilitas perusahaan (Wardita dan Astakoni, 2018). Riset yang dilakukan Arifin, dkk (2019), Anissa (2019), Fransisca dan Widjaja (2019) dan variabel pertumbuhan penjualan pada studi tersebut diproses dengan *Sales Growth*, yaitu indikator variabel yang digunakan untuk menilai pertumbuhan penjualan perusahaan, dimana penjualan tahun sekarang dikurangi dengan penjualan tahun lalu kemudian dibagi dengan penjualan tahun lalu. Shintya, dkk (2017) mengemukakan pertumbuhan penjualan memberikan pengaruh signifikan positif kepada profitabilitas.

Hasil studi Wikardi dan Wiyani (2017), Masruroh, dkk (2018), Miswanto, dkk (2017) menemukan bahwa antara pertumbuhan penjualan dan profitabilitas memberikan pengaruh negatif dan tidak signifikan. Penelitian Hasanah dan Enggariyanto (2018), Charles, dkk (2018) menemukan bahwa pertumbuhan penjualan memberikan pengaruh signifikan kepada profitabilitas. Sementara hasil penelitian Simu and Pangaribuan (2020), Anggarsari dan Aji (2018) menemukan bahwa tidak adanya pengaruh antara pertumbuhan penjualan dan profitabilitas perusahaan. Beberapa hasil studi sebelumnya menggambarkan hasil yang berbeda, baik kaitan variabel leverage, ukuran perusahaan,



pertumbuhan penjualan dengan profitabilitas, sehingga penelitian ini ingin dilakukan kembali untuk menguji kebenaran hipotesis penelitian yang pernah diangkat.

Perbedaan studi ini dengan studi sebelumnya yaitu studi ini menggunakan alat analisis data dengan bantuan Eview's 12 untuk mengolah data, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan alat analisis data dengan SPSS, sehingga dianggap kurang tepat untuk mengolah data panel. Indikator variabel *leverage* pada penelitian ini menggunakan *Debt to Asset Ratio* (DAR), sedangkan penelitian Fransisca dan Widjaja (2019), Arifin, dkk (2019), Anggarsari dan Aji (2018) menggunakan indikator variabel *leverage* dengan *Debt to Equity Ratio* (DER). Berdasarkan paparan sebelumnya maka beberapa permasalahan dan tujuan penelitian yang diangkat adalah; Apakah *leverage*, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan memberikan pengaruh kepada profitabilitas perusahaan *entertainment* yang tercantum pada Bursa Efek Korea Selatan periode 2015-2020.

LANDASAN TEORI

Leverage dan Profitabilitas Perusahaan

Tingkat *leverage* pada perusahaan yang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan dapat mengalami kebangkrutan khususnya ketika tidak mampu dalam melunasi utang jangka panjang ataupun utang jangka pendeknya, serta hal ini akan mempersulit perusahaan untuk mengajukan pinjaman untuk kebutuhan di masa depan (Anggarsari dan Aji, 2018). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa proporsi *leverage* pada perusahaan haruslah diperhatikan dengan baik, karena apabila tidak akan mampu menyebabkan penurunan profitabilitas akibat penggunaan utang yang tidak optimal (Shintya dkk, 2017). Biaya utang yang lebih rendah dibandingkan tingkat pengembalian atas aktiva menunjukkan penggunaan *leverage* yang menguntungkan dan menyebabkan peningkatan hasil pengembalian

atas modal, begitu pula sebaliknya (Felani dan Worokinasih, 2018). Besarnya tingkat *leverage* yang digunakan akan mengindikasikan makin besarnya ketidaktepatan atau naik turunnya profitabilitas (Widiastuti dkk, 2016). Hasil riset Febrianti dan Suartini (2021) memperlihatkan bahwa *leverage* yang diukur dengan *Debt to Asset Ratio* (DAR) tidak memberikan pengaruh kepada profitabilitas (ROA). Lebih lanjut, Kartiningsih dan Daryanto (2020) mengungkapkan *leverage* berperan penting terhadap peningkatan atau penurunan tingkat profitabilitas. Di sisi lain, temuan Purnamasari (2017), Felani dan Worokinasih, (2018) memperlihatkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. Berdasarkan hasil studi diatas, maka diusulkan hipotesisnya sebagai berikut: H1: *Leverage* memberikan pengaruh signifikan negatif kepada profitabilitas perusahaan.

Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas

Ukuran dari suatu perusahaan dapat ditunjukkan melalui total keseluruhan aktiva dalam kegiatan operasi perusahaan (Sawitri dkk, 2017). Ukuran perusahaan yang besar cenderung memiliki kapasitas produksi yang lebih besar, hal ini tentunya menyebabkan perusahaan dapat memproduksi dalam skala ekonomis yang lebih tinggi dengan harga per unit yang lebih rendah. Pada akhirnya akan memberikan tingkat profitabilitas yang lebih tinggi (Putri dan Agustin, 2017). Jumlah aset yang besar memperlihatkan adanya penggunaan sumber daya yang dapat digunakan perusahaan dengan maksimal dan efisien khususnya dalam memperoleh keuntungan, begitu juga sebaliknya. Lebih lanjut, jumlah aset yang besar juga memperlihatkan kualitas dan kinerja perusahaan yang baik, kemudian meningkatkan profitabilitas (Arifin dkk, 2019). Besar kecilnya suatu perusahaan tentunya memiliki peran krusial dalam menentukan besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh, mengingat bahwa ukuran perusahaan juga memberikan pemahaman terkait jumlah



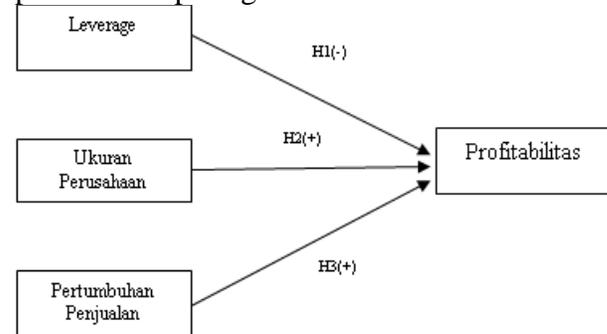
sumber daya yang dapat digunakan dalam hal memperoleh keuntungan (Ginting, 2019). Besar kecilnya perusahaan akan berdampak kepada tingkat profit yang berates dasar semakin besar perusahaan, tingkan pertumbuhan penjualannya pun semakin tinggi (Ali, 2019). Ginting (2019), Wikardi dan Wiyani (2017) dalam risetnya menemukan bahwa ukuran perusahaan berperan penting dalam tingkat profitabilitas. Namun, Nurdiana (2018) gagal dalam menjelaskan hubungan antara ukuran perusahaan dan tingkat profitabilitas. Berdasarkan studi diatas, maka hipotesis yang diusulkan yakni: H2: Ukuran perusahaan memberikan pengaruh signifikan positif kepada profitabilitas perusahaan.

Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas

Penjualan menjadi salah satu sumber pendapat perusahaan, dimana pengelolaan penjualan yang baik memberikan perusahaan tingkat keuntungan yang lebih maksimal dan juga sebaliknya (Masruroh dkk, 2018). Tingginya tingkat penjualan dengan tingkat keuntungan yang optimal mampu memberikan cerminan bahwa perusahaan dalam kondisi yang sehat dan berhasil, dimana hal ini juga berlaku dengan tingkat penjualan yang stabil mencerminkan tingkat keuntungan perusahaan yang cenderung stabil (Wardita dan Astakoni, 2018). Peningkatan penjualan yang disusul dengan peningkatan hasil operasi akan berdampak pada peningkatan kepercayaan dari pihak luar (Shintya dkk, 2017). Dengan kata lain, penjualan merupakan aspek penting pada sebuah perusahaan. Penggunaan aset secara efisien guna meningkatkan pertumbuhan penjualan akan mengarah pada penggunaan sumber daya perusahaan yang lebih optimal. Hal ini kemudian akan memberikan dampak pada peningkatan profitabilitas perusahaan (Miswanto dkk, 2017). Arifin, dkk (2019), Anissa (2019) mengungkapkan bahwa pertumbuhan penjualan memberikan dampak signifikan positif terhadap profitabilitas. Di sisi lain, temuan Anggarsari dan Aji (2018)

mengungkapkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak mempunyai pengaruh kepada profitabilitas perusahaan. Sedangkan dalam riset Masruroh dkk, (2018) menemukan, pertumbuhan penjualan memberikan pengaruh negatif dan tidak signifikan kepada profitabilitas. Berdasarkan hasil studi tersebut, maka hipotesis yang diusulkan yakni: H3: Pertumbuhan penjualan memberikan pengaruh signifikan positif kepada profitabilitas perusahaan.

Didasarkan pada hipotesis diatas, maka dapat dijelaskan dengan kerangka pemikiran penelitian seperti gambar 1.



Gambar 1 Kerangka Pemikiran Penelitian

METODE PENELITIAN

Studi ini dilakukan melalui teknik dokumentasi, dimana sumber data meliputi laporan neraca serta laporan laba/rugi yang diterima secara langsung melalui *website* perusahaan. Laporan keuangan baik neraca dan laba rugi dipahami kemudian ditelaah, selanjutnya proses analisis laporan keuangan perusahaan *entertainment* dengan metode dokumentasi yang didapatkan melalui situs resmi finbox serta situs perusahaan masing-masing yang menjadi objek penelitian, dengan mengumpulkan data yang diterima melalui laporan keuangan perusahaan *entertainment* yang tercantum dalam Bursa Efek Korea Selatan periode 2015-2020. Obyek penelitian dalam studi ini yakni, *Leverage* (X1), Ukuran Perusahaan (X2) Pertumbuhan Penjualan (X3) dan Profitabilitas Perusahaan (Y). Populasi pada studi ini mencakup tiap perusahaan



entertainment yang tercantum dalam Bursa Efek Korea Selatan periode 2015-2020. Studi ini menggunakan data panel periode 2015-2020, dimana data *time seriesnya* adalah selama 6 tahun untuk masing-masing perusahaan sedangkan *cross sectionnya* adalah perusahaan yang memenuhi syarat sebagai sampel dengan karakteristik yang sudah ditetapkan yakni: (1) Perusahaan *entertainment* yang tercantum dalam Bursa Efek Korea Selatan, (2) Perusahaan *entertainment* yang tercantum dalam Bursa Efek Korea Selatan selama periode 2015-2020, (3) Perusahaan *entertainment* yang menerbitkan laporan keuangan secara lengkap berturut-turut selama 2015-2020, sejumlah 6 perusahaan yakni: 1) SM Entertainment Co. Ltd; 2) JYP Entertainment Corp; 3) YG Entertainment Inc; 4) Cube Entertainment Inc; 5) CJ ENM Co. Ltd dan 6) Netmarble Corp, dengan ketentuan: Perusahaan *entertainment* yang terdaftar di Bursa Efek Korea Selatan berjumlah 10, Perusahaan *entertainment* yang masuk dalam interval waktu yang ditetapkan (selama 2015-2020) berjumlah 6, Perusahaan *entertainment* yang tidak memenuhi kriteria lain, (tidak memiliki data laporan keuangan selama periode 2015-2020) berjumlah 4.

Teknik Analisis Data

Pendekatan statistik deskriptif dan statistik inferensial dilakukan sebagai dasar teknik analisis pada studi ini, dimana data diolah melalui bantuan *software* Eviews Versi 12. Data penelitian kemudian dikumpulkan melalui pendekatan statistik (kuantitatif) yang dinyatakan dalam bentuk angka (*numeric*) guna menguji hipotesis penelitian. Adapun tahapan atau langkah-langkah pada analisis kuantitatif mencakup analisis estimasi model regresi data panel, pemilihan model regresi data panel, uji asumsi klasik, uji hipotesis, serta uji kelayakan model (Bawono dan Shina, 2018:135).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif memberikan penjelasan terkait nilai tertinggi, terendah, rata-rata dari tiap variabel penelitian.

Tabel 1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	Profitabilitas	Leverage	Ukuran Perusahaan	Pertumbuhan Penjualan
Mean	0,024930	0,313220	13,21174	0,197438
Maximum	0,152347	0,548185	15,92250	1,960754
Minimum	-0,241363	0,162250	9,97440	-0,231077
Std. Dev.	0,081125	0,113323	1,832807	0,389805

Tabel 1 memperlihatkan bahwa variabel profitabilitas memperoleh nilai tertinggi sebanyak 0,152347, nilai terendah sejumlah -0,241363, nilai *mean* sebanyak 0,024930 serta standar deviasi sejumlah 0,081125. Variabel *leverage* mendapatkan nilai minimum yakni 0,162250, nilai maksimum yaitu 0,548185, nilai *mean* sebanyak 0,313220 dan standar deviasi yakni 0,113323. Selanjutnya, variabel ukuran perusahaan memperoleh nilai terkecil yakni 9,974440, nilai terbesar yaitu 15,92250, nilai rata-rata sejumlah 13,21174 dan nilai standar deviasi 1,832807. Terakhir, variabel pertumbuhan penjualan memperoleh nilai terendah yakni standar deviasi sejumlah 0,389805.

Analisis Statistik Inferensial

Estimasi dan Pemilihan Model Regresi Data Panel, dimana mencakup tiga metode yaitu *model common effect (CEM)*, *model fixed effect (FEM)*, dan *model random effect (REM)* yang dilakukan pemilihan dengan uji chow, uji hausman dan uji lagrange multiplier, maka model yang terpilih adalah *model random effect (REM)* melalui uji lagrange multiplier.



Tabel 2. Model Random Effect (REM)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.184461	0.182742	1.009409	0.3204
X1	0.330242	0.126463	2.611361	0.0136
X2	0.007267	0.013608	0.533998	0.5970
X3	0.047639	0.024714	1.927582	0.0628
Effects Specificati		S.D.		Rho
Cross-section random		0.069697		0.6503
Idiosyncratic random		0.051106		0.3497
Weighted Statistics				
Root MSE	0.049522	R-squared	0.238231	
Mean dependent var	0.007150	Adjusted R-squared	0.166815	
S.D. dependent var	0.057544	S.E. of regression	0.052526	
Sum squared resid	0.088286	F-statistic	3.335824	
Durbin-Watson stat	0.793073	Prob(F-statistic)	0.031513	
Unweighted Statistics				
R-squared	-0.157572	Mean dependent var	0.024931	
Sum squared resid	0.266641	Durbin-Watson stat	0.262590	

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui persamaan regresi yang didapat adalah

$$Y_{it} = -0,1844 + 0,3302X_{1it} + 0,0072X_{2it} + 0,0476X_{3it} + e_{it}$$

Dimana;

Y = profitabilitas

X1=leverage

X2=ukuran perusahaan

X3=pertumbuhan penjualan

Hasil Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan model estimasi yang terpilih yaitu model random effect (REM), maka hasil uji asumsi klasik didapat sebagai berikut;

a. Uji Normalitas Residual, dilakukan melalui pendekatan secara statistik dengan uji Jarque Bera (Uji JB) (Ghozali dan Ratmono, 2018), dimana hasil analisis memperoleh nilai probability sebesar 0,996920 lebih dari 0,05 maka residual berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas, digunakan untuk melihat apakah terdapat kolinieritas diantara variable independen dalam model. Jika antar variabel independen tidak ditemukan korelasi yang tinggi ($r > 0,90$) maka itu berarti tidak ada gejala multikolinieritas (Ghozali dan Ratmono, 2018:7). Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa nilai correlation antara pertumbuhan penjualan dan leverage sebesar -0,169483, nilai correlation antara pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan sebesar 0,042918, dan nilai correlation leverage dan ukuran perusahaan sebesar 0,233153. Mengingat ke 3 nilai correlation tersebut kurang dari 0,90 sehingga dapat dikatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas.

c. Uji Hipotesis (Uji Statistik t), yang mana dilaksanakan dengan tujuan mencari tahu signifikansi ataupun tidaknya tiap variabel independen kepada variabel dependen secara individu. Pada tabel V.3 (Model REM) memperlihatkan uji t statistik yang sudah dilakukan yakni:



Pengaruh leverage terhadap profitabilitas

Berdasarkan nilai probability $0,0155 < \alpha = 5\%$ dengan nilai *coefficient* regresi 0,319423 maka telah terbukti adanya pengaruh secara parsial signifikan positif pada *leverage* terhadap profitabilitas sehingga H1 ditolak.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas

Berdasarkan nilai probability $0,5734 > \alpha = 5\%$ dengan nilai *coefficient* regresi 0,007671 maka secara parsial ukuran perusahaan tidak memberikan pengaruh signifikan kepada profitabilitas sehingga H2 ditolak.

Pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas

Berdasarkan nilai probability $0,0360 < \alpha = 5\%$ dengan nilai *coefficient* regresi 0,052392 maka telah terbukti adanya pengaruh secara parsial signifikan positif pada pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas sehingga H3 diterima.

- d. Uji Kelayakan Model** Berdasarkan nilai *Adjusted R-squared* sebanyak 0,192035 (19,20%) yang berarti variabel Profitabilitas (Y) mampu dijelaskan oleh *leverage*, ukuran perusahaan beserta pertumbuhan penjualan sebanyak 19,20% sementara sisanya 0,807965 (80,79%) dijelaskan oleh variabel diluar model. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa nilai probabilitas (F-statistic) sebesar 0,020005 dengan $\alpha = 0,05$. Nilai probabilitas (F-statistic) sebesar 0,020005 kurang dari 0,05 sehingga melalui uji F mampu memvalidasi model yang diangkat.

Pembahasan

Leverage dan profitabilitas

Berdasarkan dari uji t, *leverage* memperoleh koefisien sebanyak 0,319423 dengan t-hitung 2,556467 serta nilai p yang diperoleh sejumlah 0,0155 yaitu lebih rendah

dari 5% ($p < \alpha$) sehingga dapat diketahui bahwa variabel *leverage* secara statistik terbukti memberikan pengaruh signifikan positif terhadap profitabilitas maka H1 ditolak. Hasil studi ini searah dengan studi Kartiningsih dan Daryanto (2020) menemukan *leverage* memainkan peranan penting dalam mempengaruhi tingkat profitabilitas perusahaan secara signifikan positif. Berbeda dengan hasil penelitian Felani dan Worokinasih (2018), Fransisca dan Widjaja (2019), Widiastuti, dkk (2016), Purnamasari (2017), Alarussi and Alhaderi (2018), Munthashofi dan Purnamasari (2019), Charles, dkk (2018), Alpi dan Nasution (2019) telah membuktikan adanya pengaruh secara negatif pada hubungan *leverage* dengan tingkat kemampuan perusahaan dalam menciptakan keuntungan. Selanjutnya penelitian Arifin, dkk (2019) mengungkapkan adanya pengaruh negatif dan tidak signifikan pada hubungan *leverage* dan profitabilitas perusahaan. Penelitian Shintya, dkk (2017) menemukan *leverage* dan profitabilitas perusahaan telah terbukti tidak adanya pengaruh secara positif dan tidak signifikan. Penelitian Anggarsari dan Aji (2018), Febrianti dan Suartini (2021) menemukan bahwa pengaruh antara *leverage* dan profitabilitas perusahaan tidak signifikan. Hasil tersebut berbeda dengan dugaan hipotesis yang menyebutkan bahwa *leverage* memberikan pengaruh signifikan negatif kepada profitabilitas. *Leverage* merupakan determinan penting yang mempengaruhi tingkat profitabilitas, dimana indikator *leverage* berguna dalam peningkatan modal perusahaan dalam rangka meningkatkan keuntungan Shintya, dkk (2017). Peningkatan *leverage* dalam perusahaan cenderung akan mengakibatkan adanya penurunan tingkat profitabilitas perusahaan (Felani dan Worokinasih, 2018).

Ukuran perusahaan dan profitabilitas

Berdasarkan dari uji t, ukuran perusahaan memperoleh koefisien sebanyak 0,007671 dengan t-hitung 0,568934 dengan



nilai p yang diperoleh sejumlah 0,5734 yang mana diatas 5% ($p > \alpha$) sehingga telah terbukti bahwa variabel ukuran perusahaan dari segi statistik memiliki pengaruh tidak signifikan positif kepada profitabilitas, dimana H2 ditolak. Temuan ini searah dengan hasil studi Fransisca dan Widjaja (2019) yang mengungkapkan ukuran perusahaan dan profitabilitas memberikan pengaruh positif serta tidak signifikan. Lebih lanjut, temuan Nurdiana (2018), Putri dan Agustin (2017), Ali (2019) mendemonstrasikan tidak ditemukannya pengaruh secara signifikan pada hubungan ukuran perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang diperoleh perusahaan. Ukuran perusahaan memegang peranan krusial dalam menentukan tingkat profitabilitas yang diperoleh perusahaan, dimana semakin besar suatu perusahaan semakin banyak pula sumber daya yang mampu dimanfaatkan guna memperoleh keuntungan, dan semakin besar pula peluang untuk menguasai pasar yang pada akhirnya dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan (Ginting, 2019).

Pertumbuhan penjualan dan profitabilitas

Berdasarkan dari uji t, pertumbuhan penjualan memperoleh koefisien sebanyak 0,052392 dengan t-hitung 2,189558 beserta nilai p sejumlah 0,0360 yang mana lebih kecil dari 5% ($p < \alpha$) sehingga terbukti bahwasannya variabel pertumbuhan penjualan dari sisi statistik memberikan dampak signifikan positif kepada profitabilitas, dimana H3 diterima. Hasil penelitian ini mendukung temuan Arifin, dkk (2019), Anissa (2019), Fransisca dan Widjaja (2019), Shintya, dkk (2017) bahwasannya pertumbuhan penjualan memberikan pengaruh signifikan positif kepada profitabilitas. Penelitian Hasanah dan Enggaryanto (2018), Charles, dkk (2018) menemukan bahwasannya pertumbuhan penjualan memberikan pengaruh signifikan kepada profitabilitas. Pertumbuhan penjualan yang menunjukkan peningkatan dalam sebuah

perusahaan tentunya berdampak pada peningkatan tingkat profitabilitas, dimana penjualan mengakibatkan peningkatan laba perusahaan. Sehingga dapat dikatakan bahwa, penjualan merupakan bagian terpenting pada perusahaan, yang mana penggunaan aset secara efisien akan mengarahkan pada penggunaan sumber daya yang optimal yang kemudian akan berdampak pada kemampuan perusahaan dalam meningkatkan profitabilitas, mempertahankan posisi ekonomi dan kelangsungan hidupnya (Miswanto dkk, 2017).

PENUTUP

Kesimpulan

Didasarkan pada hasil uji yang sudah dilaksanakan, adapun beberapa kesimpulan dari studi ini, yakni:

1. Berdasarkan uji model dengan koefisien determinasi yang disesuaikan sebesar 0,192035 atau 19% dan sebagian besar 81% dapat dijelaskan oleh deteminan lainnya. Pengujian model melalui uji F mampu memvalidasi model yang diangkat.
2. *Leverage* memberikan pengaruh signifikan positif kepada profitabilitas, sehingga hipotesis yang telah dirumuskan (H1) ditolak.
3. Ukuran perusahaan memberikan pengaruh positif serta tidak signifikan kepada profitabilitas, maka hipotesis yang telah dirumuskan (H2) ditolak.
4. Pertumbuhan penjualan memberikan pengaruh signifikan positif kepada profitabilitas, maka hipotesis yang sudah dirumuskan H3 dapat diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Afriantari, R., dan Putri, C. Y. (2017). Kerjasama Indonesia dan Korea Selatan dalam Pengembangan Sektor Industri Kreatif di Indonesia. *Jurnal Transborders*, 1(1), 61–81.
- [2] Al Nawaiseh, M. A. L. I. (2020). The Effect of Firm's Age, Size and Growth on Its



- Profitability: Evidence from Jordan. *European Journal of Business and Management*, 12(5), 88–93. <https://doi.org/10.7176/EJBM/12-5-10>
- [3] Alarussi, A. S., and Alhaderi, S. M. (2018). Factors affecting profitability in Malaysia. *Journal of Economic Studies*, 45(3), 442–458. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JES-05-2017-0124>
- [4] 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*, 6(1), 71–94.
- [5] Alpi, M. F., dan Nasution, I. R. (2019). Analisis Determinan Return on Assets Pada PT . Pos Indonesia (Persero). *Seminar Nasional Sains & Teknologi Informasi (SENSASI)*, 2(1), 96–102.
- [6] Anggarsari, L., dan Aji, T. S. (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 (JIM)*, 6(4), 542–549.
- [7] Anissa, A. R. (2019). Pengaruh Perputaran Modal Kerja, Pertumbuhan Penjualan dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Retail yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 10(1), 125–145.
- [8] Arifin, D. S., Sarita, B., Montundu, Y., dan Madi, R. A. (2019). Pengaruh Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas (Studi pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11(2), 38–52.
- [9] Astakoni, I. M. P., dan Nursiani, N. P. (2020). Efek Intervening Struktur Modal Pada Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas. *Jurnal KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 11(2), 137–147.
- [10] Astakoni, I. M. P., dan Utami, N. M. S. (2019). Determinan Struktur Modal Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sub - Sektor Kosmetik & Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010 – 2016). *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 18(1), 1–16. <https://doi.org/10.22225/we.18.1.987.1-16>
- [11] Astakoni, I. M. P., dan Wardita, I. W. (2020). Keputusan Investasi, Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan sebagai Faktor Penentu Nilai Perusahaan Manufaktur. *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 19(1), 10–23.
- [12] Bawono, A., dan Shina, A. F. I. (2018). Ekonometrika Terapan Untuk Ekonomi dan Bisnis Islam Aplikasi dengan Eviews. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) IAIN Salatiga.
- [13] Charles, D., Ahmed, M. N., and Joshua, O. (2018). Effect of Firm Characteristics on Profitability of Listed Consumer Goods Companies in Nigeria Dioha Charles. *Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies*, 4(2), 14–31.
- [14] Fariani, C., Hergianasari, P., dan Simanjutak, T. R. (2019). Upaya Diplomasi Publik Korea Selatan Dalam Mempromosikan Budaya dan Pariwisata di Indonesia melalui Program “Teko Nang Jawa” 2019. *Cakrawala Jurnal Penelitian Sosial*, 8(2), 145–162.
- [15] Febrianti, C., dan Suartini, S. (2021). Pengaruh Current Ratio (CR) dan Debt To Asset Ratio (DAR) terhadap Return



- On Asset (ROA). *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 4(2), 492–497. <https://doi.org/10.31539/costing.v4i2.1661>
- [16] Felani, I. A., dan Worokinasih, S. (2018). Pengaruh Perputaran Modal Kerja, Leverage dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas (Studi pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2012-2016). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 58(2), 119–128.
- [17] Fransisca, E., dan Widjaja, I. (2019). Pengaruh Leverage, Likuiditas Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(2), 199–206. <https://doi.org/10.24912/jmk.v1i2.5079>
- [18] Ghozali, I., dan Ratmono, D. (2018). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika (Teori, Konsep, dan Aplikasi Dengan Eviews 10)*. Badan Penerbit-Undip.
- [19] Ginting, G. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Keputusan Investasi, dan Struktur Modal terhadap Profitabilitas Perusahaan Property, Kontruksi dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2017. *TEDC*, 13(2), 119–126.
- [20] Hasanah, A., dan Enggariyanto, D. (2018). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Return On Asset pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Journal Of Applied Managerial Accounting*, 2(1), 15–25. <https://doi.org/10.30871/jama.v2i1.658>
- [21] Idrus, A. (2018). Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal terhadap Return On Equity (ROE). *Misykat Al-Anwar Jurnal Kajian Islam Dan Masyarakat*, 29(2), 79–98.
- [22] Kartiningsih, D., dan Daryanto, W. M. (2020). The Effect of Firm Characteristics to Profitability of Food and Beverages Companies Listed in Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Business, Economics and Law*, 22(1), 69–76.
- [23] Masruroh, S., Ermawati, E., dan Dimiyati, M. (2018). Pengaruh Perputaran Piutang, Pertumbuhan Penjualan dan Perputaran Persediaan terhadap Profitabilitas Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi*, 1(2), 44–53.
- [24] Miswanto., Abdullah, Y. A., dan Suparti, S. (2017). Pengaruh Efisiensi Modal Kerja, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 24(2), 119–135.
- [25] Munthashofi, B., dan Purnamasari, I. (2019). Financial Leverage and Profitability of Pharmaceutical Companies in Indonesia Stock Exchange. *1st International Conference on Economics, Business, Entrepreneurship, and Finance (ICEBEF 2018)*, 65, 1–3. <https://doi.org/10.2991/icebef-18.2019.1>
- [26] Nurdiana, D. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas. *MENARA Ilmu*, 12(6), 77–88.
- [27] Prastuti, N. K. R., dan Sudiartha, I. G. M. (2016). Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Dividen, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(3), 1572–1598.
- [28] Purnamasari, E. D. (2017). Analisis Pengaruh Leverage Terhadap Profitabilitas Perusahaan yang termasuk LQ45 Periode Agustus 2015 -Januari 2016 di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 8(1), 39–45. <https://doi.org/10.36982/jiegmk.v8i1.235>
- [29] Putri, Q. A., dan Agustin, S. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang



- mempengaruhi Profitabilitas Perusahaan Food and Beverage Indonesia. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(2), 1–16.
- [30] Sawitri, N. M. Y., Wahyuni, M. A., dan Yuniarta, G. A. (2017). Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan dan Struktur Kepemilikan terhadap Profitabilitas (Studi Empiris pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Tahun 2012-2015). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Undiksha)*, 7(1).
- [31] Shintya, M. N., Situmorang, M., dan Iryani, L. D. (2017). Analisis Pengaruh Leverage dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Akuntansi*, 4(2), 1–11.
- [32] Simu, N., and Pangaribuan, A. M. (2020). Determinants of Indonesian Share Price: Do Capital Structure, Sales Growth, and Profitability Matter? *SSRG International Journal of Economics and Management Studies (SSRG-IJEMS)*, 7(1), 174–181.
- [33] Sudiyatno, B., Puspitasari, E., Suwarti, T., and Asyif, M. M. (2020). Determinants of Firm Value and Profitability : Evidence from Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(11), 769–778.
<https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no11.769>
- [34] Wardita, W., dan Astakoni, M. P. (2018). Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan dan Ukuran Perusahaan sebagai Determinan Struktur Modal. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 9(2), 20–32.
<https://doi.org/10.22225/kr.9.2.468.20-32>
- [35] Widiastuti, N. A., Arifati, R., dan A. (2016). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Rasio Likuiditas dan Rasio Aktivitas terhadap Profitabilitas (Studi Pada Sektor Keuangan dan Perbankan di BEI Tahun 2010-2014). *Journal Of Accounting*, 2(2), 1–8.
- [36] Wikardi, L. D., dan Wiyani, N. T. (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), 99–118.