

**PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, UKURAN PERUSAHAAN
TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN
MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE**

2018-2021

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian Sarjana Ekonomi Program

Studi S1 Akuntansi

RISMA HERMAWATI

NPM : C10190096



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) EKUITAS

PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI

BANDUNG

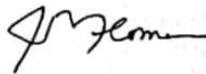
2023

**PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, UKURAN PERUSAHAAN
TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN
MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE
2018-2021**

**RISMA HERMAWATI
NPM: C10190096**

Bandung, 08 Februari 2023

Pembimbing,



Hery Syaerul Homan, S.Pd., M.Pd., M.Ak

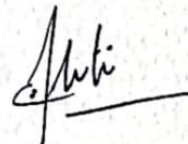
Mengetahui,

Ketua STIE EKUITAS

Ketua Program Studi
S1 Akuntansi



Prof. Mokhamad Anwar, SE., M.Si., Ph.D.



Dwi Puryati, SE., M.Si., Ak., CA.

Tanggung Jawab Yuridis ada pada peneliti

PERNYATAAN
PROGRAM SARJANA

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana, baik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Ekuitas maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan bimbingan pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi ini.

Bandung, 08 Februari 2023

Yang membuat pernyataan,



(Risma Hermawati)

**PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, UKURAN PERUSAHAAN
TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN
MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE
2018-2021**

**Oleh:
Risma Hermawati**

**Dosen Pembimbing:
Hery Syaerul Homan, S.Pd., M.Pd., M.Ak**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran dan pengaruh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2018-2021.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif. Data yang digunakan adalah data sekunder, berupa laporan keuangan yang dikumpulkan dengan menggunakan teknik studi kepustakaan dan studi dokumentasi. Sampel penelitian ini terdiri dari 44 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah regresi data panel, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji t dan uji f.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas dengan tingkat signifikansi $0.01 < 0.05$. Sedangkan untuk ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas dengan tingkat signifikansi $0.08 > 0.05$. Hasil penelitian menemukan bahwa pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap profitabilitas dengan tingkat signifikansi $0.00 < 0.05$.

Kata kunci : Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas

***THE EFFECT OF SALES GROWTH, COMPANY SIZE ON
PROFITABILITY IN FOOD AND BEVERAGE COMPANIES LISTED ON
THE INDONESIAN STOCK EXCHANGE (IDX) FOR THE PERIOD 2018-
2021***

Written by:
Risma Hermawati

Preceptor:
Hery Syaerul Homan, S.Pd., M.Pd., M.Ak

ABSTRACT

This study aims to describe and examine the effects of sales growth, company size on profitability in food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2018-2021.

The research is conducted by using descriptive method and verification method. The data used in this research is the secondary data obtained from the financial statements which is collected by using library studies technique and the study of documentation technique. This research sample consists of 44 food and beverage companies selected by using purposive sampling method. Data analysis used is panel regression data, classic assumption test, multiple regression analysis, t test and f test.

The results showed that sales growth partially had a significant positive effect on profitability with a significance level of $0.01 < 0.05$. Meanwhile, company size partially does not have a significant effect on profitability with a significance level of $0.08 > 0.05$. The results of the study found that sales growth, company size simultaneously affect profitability with a significance level of $0.00 < 0.05$.

Keyword : Sales Growth, Company Size, Profitability

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah atas berkat rahmat serta kesehatan yang diberikan Allah SWT kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2018-2021” tepat waktu.

Penyusunan skripsi ini, dilaksanakan dalam rangka memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan studi pada Program Studi Strata Satu (S1) Akuntansi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Ekuitas. Pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini tidak luput dari doa, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Mokhamad Anwar, SE., M.Si., Ph.D. selaku ketua STIE EKUITAS Bandung.
2. Dr. Ir. Dani Dagustani, MM selaku wakil ketua I STIE EKUITAS Bandung.
3. Dr. Neneng Hayati, S.E., MM selaku wakil ketua II STIE EKUITAS Bandung.
4. Dr. Anton Mulyono Azis, S.E., MT selaku wakil ketua III STIE EKUITAS Bandung.
5. Dwi Puryati, SE., M.Si., Ak., CA selaku ketua Program Studi S1 Akuntansi STIE EKUITAS Bandung.

6. Hery Syaerul Homan, S.Pd., M.Pd., M.Ak selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan dan bimbingan yang bermanfaat kepada peneliti selama proses penyusunan.
7. Kedua orang tua ibu Mintarsih, bapak Haris dan adik Rahma yang senantiasa telah mendukung dan memberikan cinta serta *support* kepada peneliti.
8. Dita Rari Dwi Rinining Tyastuty, S.Pd., M.Si selaku dosen wali S1 Akuntansi E yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti.
9. Ghaida, Syafara dan Tri Ayu selaku sahabat tercinta yang selalu memberikan cinta, dukungan, berjuang bersama sampai sekarang, dan tempat untuk berbagi keluh kesah nikmatnya proses tugas akhir.
10. Meiriyani, Annisa, Siti Soliha, Laila, Nur Asri selaku teman yang selalu memberikan dorongan dan semangat satu sama lain.
11. Dewi, Elza, Feby, Ayu Nur selaku sahabat terbaik sejak SMK hingga saat ini, yang selalu menjadi tempat ternyaman untuk cerita, selalu memberikan cinta dan semangat kepada peneliti.
12. Keluarga besar Ekuitas Harmony Choir (EHC) yang telah memberikan kenangan yang indah dan arti kekeluargaan dalam sebuah organisasi.

Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan karunia kepada pihak-pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi. Atas perhatiannya, peneliti mengucapkan terimakasih.

Bandung, 08 Februari 2023

Risma Hermawati

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	7
1.3.1 Maksud Penelitian.....	7
1.3.2 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	8
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	9
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	9
1.5.2 Waktu Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS PENELITIAN	10
2.1 Tinjauan Pustaka.....	10
2.1.1 Teori Sinyal (Signaling Theory)	10

2.1.2	Pertumbuhan Penjualan.....	10
2.1.3	Ukuran Perusahaan	11
2.1.4	Profitabilitas.....	13
2.2	Kerangka Pemikiran	16
2.2.1	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas.....	16
2.2.2	Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas	17
2.3	Hipotesis Penelitian	23
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....		25
3.1	Objek Penelitian.....	25
3.2	Metode Penelitian	25
3.2.1	Metode yang digunakan	25
3.2.2	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	26
3.2.3	Populasi dan Teknik Penentuan Sampel	31
3.2.4	Teknik Pengumpulan Data	33
3.2.5	Rancangan Pengujian Hipotesis.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		45
4.1	Hasil Penelitian	45
4.1.1	Gambaran Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Pada Tahun 2018-2021	45
4.1.2	Pemilihan Model Data Panel	48
4.1.3	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Makanan dan	

Minuman Yang Terdaftar di BEI Pada Tahun 2018-2021 Secara Simultan	49
4.1.4 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Pada Tahun 2018-2021 Secara Parsial	71
4.2 Pembahasan	73
4.2.1 Gambaran Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Pada Tahun 2018-2021	73
4.2.2 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2021 Secara Simultan	75
4.2.3 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Pada Tahun 2018-2021 Secara Parsial	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Return On Asset (ROA) Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI.....	3
Tabel 2.1 Kriteria Ukuran Perusahaan	13
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	29
Tabel 3.2 Pemilihan Sampel	32
Tabel 3.3 Daftar perusahaan yang dijadikan sampel penelitian.....	33
Tabel 4.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif Pertumbuhan Penjualan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Tahun	46
Tabel 4.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif Ukuran Perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2021	47
Tabel 4.3 Hasil Uji Statistik Deskriptif Profitabilitas Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2021.....	47
Tabel 4.4 <i>Chow Test</i>	48
Tabel 4.5 Uji Hausman	49
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	52
Tabel 4.8 Hasil Uji Autokorelasi	53
Tabel 4.9 Nilai Tabel <i>Durbin Watson</i>	53
Tabel 4.10 Hasil Regresi Linier Fixed Effect Data Panel	54
Tabel 4.11 Uji Simultan (Uji F)	69
Tabel 4.12 Koefisien Determinasi.....	70
Tabel 4.13 Uji Statistik t (Uji Parameter Individual).....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Profitabilitas Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Periode 2018-2021	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	18
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas	19
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	50
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Setelah Transformasi data One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test	51

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Keterangan Tugas Pembimbing
- Lampiran 2 Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 3 Data Populasi
- Lampiran 4 Data Sampel
- Lampiran 5 Data Sebelum diolah
- Lampiran 6 Pengujian (*Output Eviews*)
- Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 8 Surat Permohonan Perubahan Topik/Judul Skripsi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perekonomian di dunia diperkirakan akan membaik, namun hal ini masih diikuti oleh kesenjangan antar negeri yang cukup besar. Keberlanjutan pemulihan moneter tidak hanya didasarkan pada pencapaian dalam penindakan pandemi serta program vaksinasi, tetapi bergantung pada kelangsungan reaksi pendekatan yang dijalani. Pemulihan moneter di dunia mengalami berbagai faktor, antara lain timbulnya kembali pandemi yang bertahan lama, meluasnya bencana, dan bahaya internasional lainnya.

Berbagai faktor yang dihadapi dari pemulihan moneter tentunya akan berdampak kepada perekonomian di Indonesia, berdasarkan data yang ada dari situs web djkn.kemenkeu.go.id, menyatakan bahwa Indonesia diperkirakan mengalami kontraksi (pertumbuhan ekonomi negatif) sekitar 3%. Hal ini terjadi karena kebijakan *social distancing* atau Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) baru di mulai pada pertengahan Maret 2020. *Social distancing* dan pembatasan sosial berskala besar tersebut mempengaruhi aktivitas ekonomi.

Kondisi ekonomi Indonesia masih lebih bagus di tingkat regional ataupun dunia. Sebagian negara mengalami kontraksi yang sangat dalam, misalnya Singapura sebesar 41,2%, Amerika Serikat diperkirakan sekitar 10%, dan Inggris sekitar 15%. Sementara itu, Bank Dunia memprediksi ekonomi global pada tahun 2020 akan mengalami kontraksi sebesar 5,2% dan Indonesia 0,3%, ialah negara

kedua terbaik ekonominya setelah Vietnam yang diperkirakan pertumbuhan ekonominya positif.

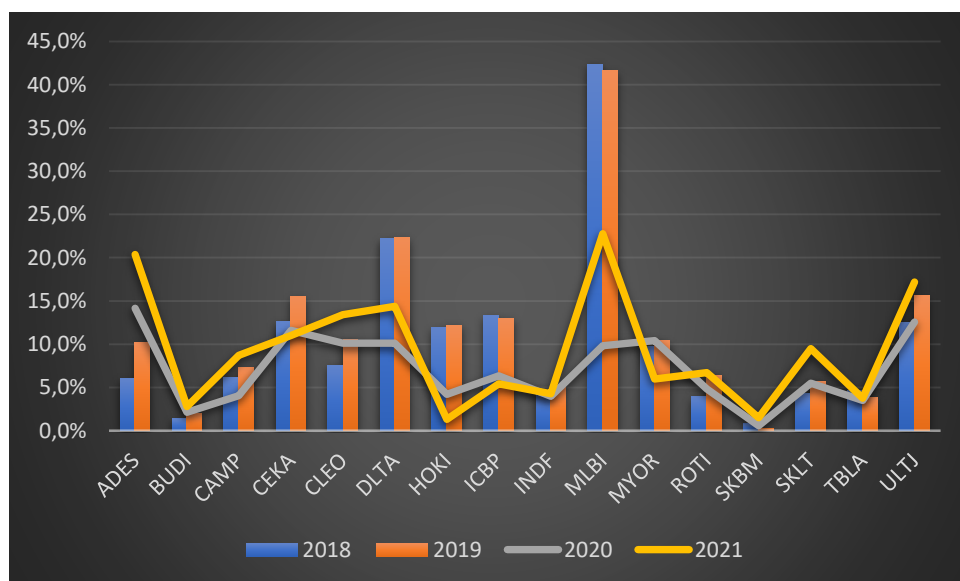
Untuk memulihkan perekonomian Indonesia, banyak perusahaan-perusahaan yang ikut terlibat untuk meningkatkan perekonomian Indonesia kembali stabil, salah satunya perusahaan di bidang makanan dan minuman. Perusahaan sebagai salah satu bentuk organisasi yang pada umumnya mempunyai tujuan tertentu, yang ingin dicapai untuk memenuhi kepentingan para *stakeholder*. Tujuan dari sebuah perusahaan yaitu, untuk memaksimalkan nilai perusahaan dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Salah satu usaha pencapaian tujuan perusahaan ialah dengan mendapatkan profit (keuntungan). Profit merupakan perbedaan antara pendapatan yang di realisasi selama satu periode dengan biaya yang berkaitan dengan pendapatan tersebut (Andriyani, 2015).

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba melalui operasional usahanya dengan menggunakan aset yang dimiliki oleh perusahaan (Kusuma dkk, 2013). Tingkat profitabilitas menggambarkan kinerja perusahaan yang dilihat dari kemampuan perusahaan menghasilkan profit. Kemampuan perusahaan memperoleh profit ini menunjukkan apakah perusahaan memiliki prospek yang baik ataupun tidak dimasa yang akan datang (Sukadana dan Triaryati, 2018).

Tabel 1.1 Return On Asset (ROA) Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI

Nama Perusahaan	Kode	Return On Assets (ROA)			
		2018	2019	2020	2021
Akasha Wira International Tbk	ADES	6,0%	10,2%	14,2%	20,4%
Budi Starch & Sweetener Tbk	BUDI	1,4%	2,0%	2,1%	2,8%
Campina Ice Cream Industry Tbk	CAMP	6,2%	7,3%	4,1%	8,7%
Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	CEKA	12,6%	15,5%	11,6%	11,0%
Sariguna Primatirta Tbk	CLEO	7,6%	10,5%	10,1%	13,4%
Delta Djakarta Tbk	DLTA	22,2%	22,3%	10,1%	14,4%
Buyung Poetra Sembada Tbk	HOKI	11,9%	12,2%	4,2%	1,3%
Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	ICBP	13,3%	13,0%	6,4%	5,4%
Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF	4,3%	5,1%	4,0%	4,3%
Multi Bintang Indonesia Tbk	MLBI	42,4%	41,6%	9,8%	22,8%
Mayora Indah Tbk	MYOR	9,8%	10,4%	10,4%	6,0%
Nippon Indosari Corporindo Tbk	ROTI	3,9%	6,4%	4,8%	6,7%
Sekar Bumi Tbk	SKBM	0,8%	0,2%	0,6%	1,5%
Sekar Laut Tbk	SKLT	4,3%	5,7%	5,5%	9,5%
Tunas Baru Lampung Tbk	TBLA	4,6%	3,8%	3,5%	3,8%
Ultra Jaya Milk Tbk	ULTJ	12,6%	15,6%	12,6%	17,2%

Sumber: www.idx.co.id (data diolah)



Gambar 1.1 Pertumbuhan Profitabilitas Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Periode 2018-2021

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat dilihat dalam laporan keuangan tahunan beberapa perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2021, menampilkan tingkatan profitabilitas dengan kode ADES pada tahun 2018 (6,0%), 2019 (10,2%), 2020 (14,2%), 2021 (20,4%). BUDI pada tahun 2018 (1,4%), 2019 (2,0%), 2020 (2,1%), 2021 (2,8%). CAMP pada tahun 2018 (6,2%), 2019 (7,3%), 2020 (4,1%), 2021 (8,7%). CEKA pada tahun 2018 (12,6%), 2019 (15,5%), 2020 (11,6%), 2021 (11,0%). CLEO pada tahun 2018 (7,6%), 2019 (10,5%), 2020 (10,1%), 2021 (13,4%). DLTA pada tahun 2018 (22,2%), 2019 (22,3%), 2020 (10,1%), 2021 (14,4%). HOKI pada tahun 2018 (11,9%), 2019 (12,2%), 2020 (4,2%), 2021 (1,3%). ICBP pada tahun 2018 (13,3%), 2019 (13,0%), 2020 (6,4%), 2021 (5,4%). INDF pada tahun 2018 (4,3%), 2019 (5,1%), 2020 (4,0%), 2021 (4,3%). MLBI pada tahun 2018 (42,4%), 2019 (41,6%), 2020 (9,8%), 2021 (22,8%). MYOR pada tahun 2018 (9,8%), 2019 (10,4%), 2020 (10,4%), 2021 (6,0%). ROTI pada tahun 2018 (3,9%), 2019 (6,4%), 2020 (4,8%), 2021 (6,7%). SKBM pada tahun 2018 (0,8%), 2019 (0,2%), 2020 (0,6%), 2021 (1,5%). SKLT pada tahun 2018 (4,3%), 2019 (5,7%), 2020 (5,5%), 2021 (9,5). TBLA pada tahun 2018 (4,6%), 2019 (3,8%), 2020 (3,5%), 2021 (3,8%). ULTJ pada tahun 2018 (12,6%), 2019 (15,6%), 2020 (12,6%), 2021 (17,2%).

Berbagai faktor dapat menjadi penyebab atas menurunnya pertumbuhan profitabilitas, salah satu faktor terjadinya penurunan yaitu perusahaan menggunakan lebih banyak modal yang memiliki biaya yang lebih tinggi dibandingkan dengan modal jangka pendek yang biayanya lebih murah.

Meskipun mengalami perbedaan pertumbuhan profitabilitas yang cukup signifikan setiap tahunnya, namun perusahaan makanan dan minuman masih tetap bertahan. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia menyatakan bahwa, kinerja industri makanan dan minuman selama periode 2015-2019 rata-rata tumbuh 8,16% atau di atas rata-rata pertumbuhan industri pengolahan nonmigas sebesar 4,69%. Di tengah dampak pandemi, sepanjang triwulan IV tahun 2020, terjadi kontraksi pertumbuhan industri nonmigas sebesar 2,52%. Namun demikian, industri makanan dan minuman masih mampu tumbuh positif sebesar 1,58% pada tahun 2020.

Profitabilitas mempunyai nilai yang penting bagi suatu perusahaan, karena hal ini menjadi dasar untuk penilaian kondisi suatu perusahaan. Berdasarkan penelitian terdahulu, profitabilitas dapat dipengaruhi oleh pertumbuhan penjualan, *leverage*, dan ukuran perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Ellysa dan Indra (2019) menyatakan bahwa adanya pengaruh antara pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas, sedangkan untuk ukuran perusahaan tidak ada pengaruh terhadap profitabilitas. Berbeda dengan penelitian Masta (2020) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

Pertumbuhan penjualan adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu (Kennedy dkk, 2013). Semakin tingginya penjualan bersih yang dilakukan oleh perusahaan, maka semakin tinggi profit kotor yang mampu diperoleh, sehingga dapat mendorong semakin tingginya profitabilitas suatu perusahaan (Farhana dkk, 2016).

Ukuran perusahaan merupakan suatu penetapan besar kecilnya perusahaan. Semakin tinggi total aset yang menunjukkan harta yang dimiliki, maka perusahaan

mengindikasikan bahwa besar pula harta yang dimiliki perusahaan (Meidiyustiani, 2016). Penelitian yang dilakukan oleh Umi dan Triyonowati (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Berbeda dengan hasil penelitian Imwi dan Risal (2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.

Perusahaan makanan dan minuman dipilih karena perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan yang dapat bertahan di tengah kondisi perekonomian Indonesia, pertumbuhan penjualan cenderung berfluktuasi dari tahun 2018-2021. Hal ini disebabkan karena perusahaan ini memproduksi makanan dan minuman yang merupakan salah satu kebutuhan penting terhadap masyarakat Indonesia, meskipun dalam kondisi kritis pun, perusahaan makanan dan minuman masih tetap bertahan.

Penelitian ini merujuk pada penelitian yang lebih dahulu yang dilakukan oleh Sukadana dan Triaryati (2018) terkait dengan pengaruh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap profitabilitas pada perusahaan *food and beverage* BEI. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penggunaan tahun perusahaan makanan dan minuman yang Bursa Efek Indonesia (BEI), tahun yang dipilih yaitu tahun 2018-2021, karena pada tahun tersebut terjadi penurunan ekonomi di Indonesia, yang menyebabkan beberapa perusahaan gulung tikar dikarena pendapatan tidak sebanding dengan pengeluaran. Dengan demikian, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul **,"Pengaruh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada**

perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2021”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana gambaran pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2021.
- b. Bagaimana pengaruh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan terhadap profitabilitas secara simultan.
- c. Bagaimana pengaruh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan terhadap profitabilitas secara parsial.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada di atas, maka maksud penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui bagaimana gambaran pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2021.
- b. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan terhadap profitabilitas secara simultan.

- c. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan terhadap profitabilitas secara parsial.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menjelaskan bagaimana gambaran pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2021.
- b. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan terhadap profitabilitas secara simultan.
- c. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan terhadap profitabilitas secara parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

- a. Bagi peneliti selanjutnya yaitu sebagai referensi dalam meningkatkan keilmuan di bidang akuntansi.
- b. Bagi pembaca yaitu memberikan tambahan pengetahuan dengan menjelaskan dan menyajikan tentang pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan terhadap profitabilitas.

1.4.2 Kegunaan Praktis

- a. Bagi perusahaan yaitu sebagai bahan pertimbangan evaluasi pihak yang bersangkutan terlibat dalam menentukan pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan, supaya dapat menghasilkan profit yang lebih baik.
- b. Bagi pihak lain yaitu penelitian ini dapat digunakan oleh pihak lain yang berkepentingan, dan bermanfaat bagi peneliti selanjutnya.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini yaitu perusahaan manakan dan minuman yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) pada laman www.idx.co.id.

1.5.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober 2022 sampai dengan selesai.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS
PENELITIAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Teori Sinyal (Signaling Theory)

Teori dasar dalam penelitian ini adalah menggunakan *signaling theory* yang dimana merupakan teori yang menyatakan, adanya dorongan yang dimiliki oleh para manajer perusahaan, yang memiliki informasi yang baik mengenai perusahaan, sehingga manajer akan terdorong untuk menyampaikan informasi mengenai perusahaan tersebut kepada para calon investor, yang memiliki tujuan agar perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut melalui sinyal dalam pelaporan pada laporan tahunan perusahaan (Indomo, 2019).

2.1.2 Pertumbuhan Penjualan

Penjualan merupakan kriteria penting untuk menilai profitabilitas perusahaan dan merupakan indikator utama atas aktivitas perusahaan (Andrayani, 2013). Pertumbuhan penjualan adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu (Kennedy dkk, 2013). Perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang stabil dapat lebih aman dan banyak pinjaman, serta mampu menanggung beban yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang pertumbuhan penjualannya tidak stabil. Tingkat pertumbuhan penjualan yaitu ukuran sampai sejauh mana penjualan perusahaan dapat ditingkatkan, sehingga semakin tinggi

peningkatan penjualan, maka akan semakin tinggi profit yang diperoleh perusahaan (Suweta dan Dewi, 2016).

Tingkat pertumbuhan suatu perusahaan dapat dilihat dari penambahan volume dan peningkatan harga, khususnya dalam penjualan karena penjualan merupakan suatu aktivitas yang umumnya dilakukan oleh perusahaan, untuk mendapatkan tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan yaitu tingkat laba yang diharapkan (Novyarni dan Wati, 2018).

Berdasarkan beberapa pernyataan di atas, pertumbuhan penjualan merupakan indikator yang penting bagi suatu perusahaan, sehingga perusahaan harus mempunyai strategi yang tepat agar dapat memenangkan pasar dengan menarik konsumen selalu memilih produknya.

Rumus untuk menghitung pertumbuhan penjualan, menurut Eny Maryanti (2016) adalah sebagai berikut:

$$\text{Sales Growth} = \frac{\text{Sales}_t - \text{Sales}_{t-1}}{\text{Sales}_{t-1}}$$

Keterangan:

Sales_t = Penjualan tahun ini

Sales_{t-1} = Penjualan tahun lalu

2.1.3 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari tingkat penjualan, jumlah tenaga kerja, atau jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan tersebut. Perusahaan yang besar memiliki total asset yang besar, sehingga perusahaan mampu mengoptimalkan kinerja perusahaan, dengan asset yang dimilikinya. Oleh sebab itu, ukuran

perusahaan merupakan salah satu faktor yang menentukan kemampuan perusahaan menghasilkan profitabilitas (Vidyasari dkk, 2021).

a. Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Klasifikasi ukuran perusahaan menurut UU No. 20 tahun 2008 dibagi kedalam 4 (empat) kategori yaitu:

- 1) Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro.
- 2) Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil.
- 3) Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan, dikuasai atau menjadi baik yang langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih.
- 4) Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan sejumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia. Adapun kriteria ukuran perusahaan yang di atur dalam UU No. 20 tahun 2008 diuraikan dalam tabel:

Tabel 2.1
Kriteria Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan	Kriteria	
	Asset (Tidak termasuk tanah dan bangunan)	Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal 50 jt	Maksimal 300 jt
Usaha Kecil	>50 jt - 500 jt	>300 jt - 2,5 M
Usaha Menengah	>500 jt - 10 M	>2,5 M - 50 M
Usaha Besar	>10 M	>50 M

Ukuran perusahaan adalah cerminan besar kecilnya perusahaan yang berhubungan dengan peluang, dan kemampuan untuk masuk ke pasar modal dan jenis pembiayaan eksternal lainnya yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk meminjam. Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan Log (Total Asset), karena total asset dianggap mampu menggambarkan ukuran suatu perusahaan (Hidayat, 2019). Rumus dari ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

$$\text{Ukuran perusahaan} = \text{Ln (Total Aset)}$$

2.1.4 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan daya tarik utama bagi pemilik perusahaan, karena profitabilitas adalah hasil yang diperoleh melalui usaha manajemen atas dana yang di investasikan oleh para pemegang saham, dan profitabilitas juga mencerminkan pembagian laba yang menjadi haknya yaitu, seberapa banyak dana yang di investasikan kembali dan seberapa banyak yang dibayarkan sebagai dividen tunai ataupun dividen saham kepada para pemilik saham (Jusriaini dan Rahardjo, 2013)

a. Jenis-jenis rasio profitabilitas

Menurut (Hery, 2018:193) jenis-jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan adalah:

1) Hasil Pengembalian atas Aset (*Return on Assets*)

Merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba besar yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana, yang tertanam dalam total asset. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap total asset. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung hasil pengambilan atas asset:

$$\text{Return on Assets} = \text{Laba bersih} / \text{Total Asset}$$

2) Hasil Pengembalian atas Ekuitas (*Return on Equity*)

Merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana, yang tertanam ekuitas. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung hasil pengembalian atas ekuitas:

$$\text{Return on Equity} = \text{Laba bersih} / \text{total ekuitas}$$

3) Marjin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*)

Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba kotor atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung sebagai hasil pengurangan antara penjualan bersih dengan harga pokok penjualan,

yang dimaksud dengan penjualan bersih disini adalah penjualan (tunai maupun kredit) dikurangi retur dan penyesuaian harga jual serta potongan penjualan. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung margin laba kotor:

$$\text{Gross Profit Margin} = \text{Laba kotor} / \text{penjualan bersih}$$

4) **Margin Laba Operasional (*Operating Profit Margin*)**

Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba operasional atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba operasional terhadap penjualan bersih. Laba operasional sendiri dihitung sebagai hasil pengurangan antara laba kotor dengan beban operasional, beban operasional disini terdiri atas beban penjualan maupun beban umum dan administrasi. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung margin laba operasional:

$$\text{Operating Profit Margin} = \text{Laba operasional} / \text{penjualan bersih}$$

5) **Margin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)**

Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba bersih atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap penjualan bersih, laba bersih sendiri dihitung sebagai hasil pengurangan antara laba sebelum pajak penghasilan dengan beban pajak penghasilan. Yang dimaksud dengan laba sebelum pajak penghasilan di sini adalah laba operasional ditambah pendapatan dan keuntungan lain-lain, lalu dikurangi dengan beban dan kerugian lain-lain. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung margin laba bersih:

$$\text{Net Profit Margin} = \text{Laba bersih} / \text{penjualan bersih}$$

Perusahaan dapat menggunakan rasio profitabilitas secara keseluruhan atau hanya sebagian saja dari jenis rasio profitabilitas yang ada. Penggunaan rasio secara sebagian berarti bahwa perusahaan hanya menggunakan beberapa jenis rasio saja yang memang dianggap perlu diketahui.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas

Perusahaan dengan ukuran besar dapat menyerap sumber-sumber modal yang besar, sumber modal yang besar dapat memudahkan perusahaan untuk membeli persediaan barang dagangan untuk dijual. Banyaknya penjualan yang dilakukan oleh perusahaan tentu akan meningkatkan laba perusahaan. Selain itu, perusahaan dengan ukuran besar dapat menghasilkan produk biaya yang rendah, dimana tingkat biaya rendah merupakan salah satu unsur untuk mencapai laba. Kenaikan laba tersebut akan menyebabkan profitabilitas mengalami kenaikan (Ambarwati, dkk, 2015).

Jika suatu perusahaan ingin meningkatkan keuntungan, maka perusahaan dapat menentukan langkah yang akan diambil untuk mengantisipasi kenaikan atau penurunan penjualan pada tahun yang akan datang. Apabila penjualan ditingkatkan, maka aktiva harus ditambah, sedangkan di sisi lain, jika perusahaan sudah mengetahui mengenai permintaan penjualannya di masa mendatang, hasil dari tagihan piutangnya, serta jadwal produknya, perusahaan dapat mengatur jadwal jatuh tempo utangnya agar sesuai dengan arus kas bersih di masa mendatang. Akibatnya

laba akan dimaksimalkan (Vidyasari, dkk, 2021). Perusahaan akan selalu berupaya meningkatkan penjualan produknya, untuk mendapatkan tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi atau stabil. Pertumbuhan penjualan yang stabil akan mendapatkan pengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan (Sukadana dan Triaryati, 2018).

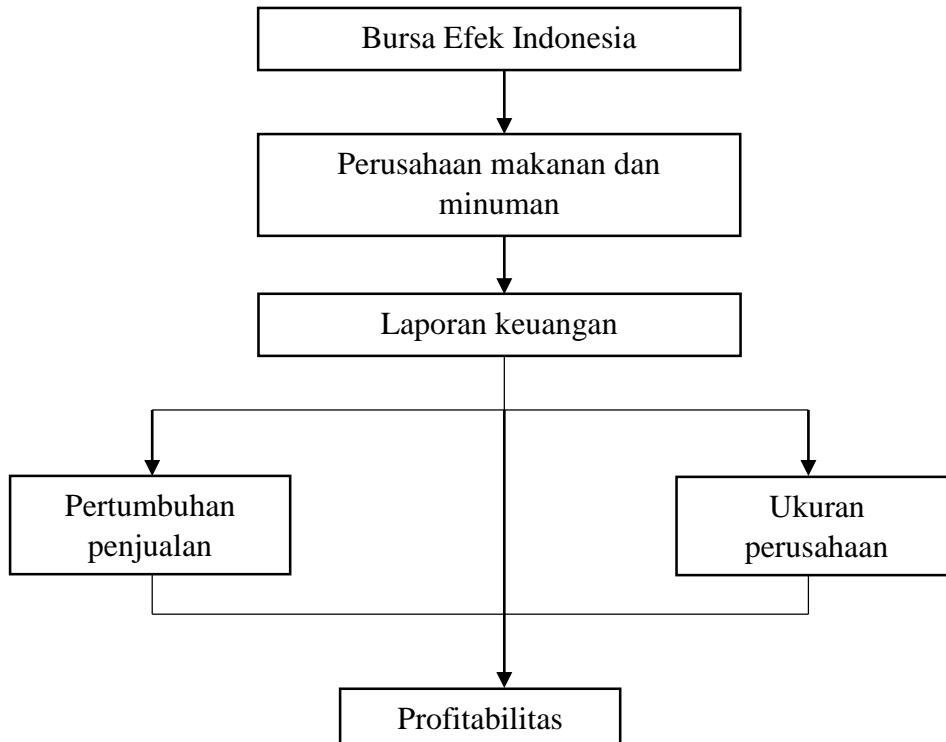
Hasil penelitian Umi dan Triyonowati (2021) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap profitabilitas, dan hasil penelitian Imwi dan risal (2020) pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas.

2.2.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas

Ukuran dalam sebuah perusahaan dapat menjadikan gambaran mengenai kemampuan perusahaan, dalam mendapatkan tambahan modal dari dana pihak luar ketika akan membiayai kegiatan operasional perusahaan. Ukuran perusahaan digunakan sebagai rasio, untuk melihat informasi atau gambaran mengenai besarnya seluruh total aset yang dimiliki oleh perusahaan dalam laporan tahunannya (Anggarsari dan Aji, 2018). Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan, perusahaan besar biasanya memiliki aset yang besar. Semakin tinggi total aset, maka harta yang dimiliki perusahaan mengindikasikan perusahaan tersebut tergolong perusahaan yang besar (Mendra, dkk, 2021).

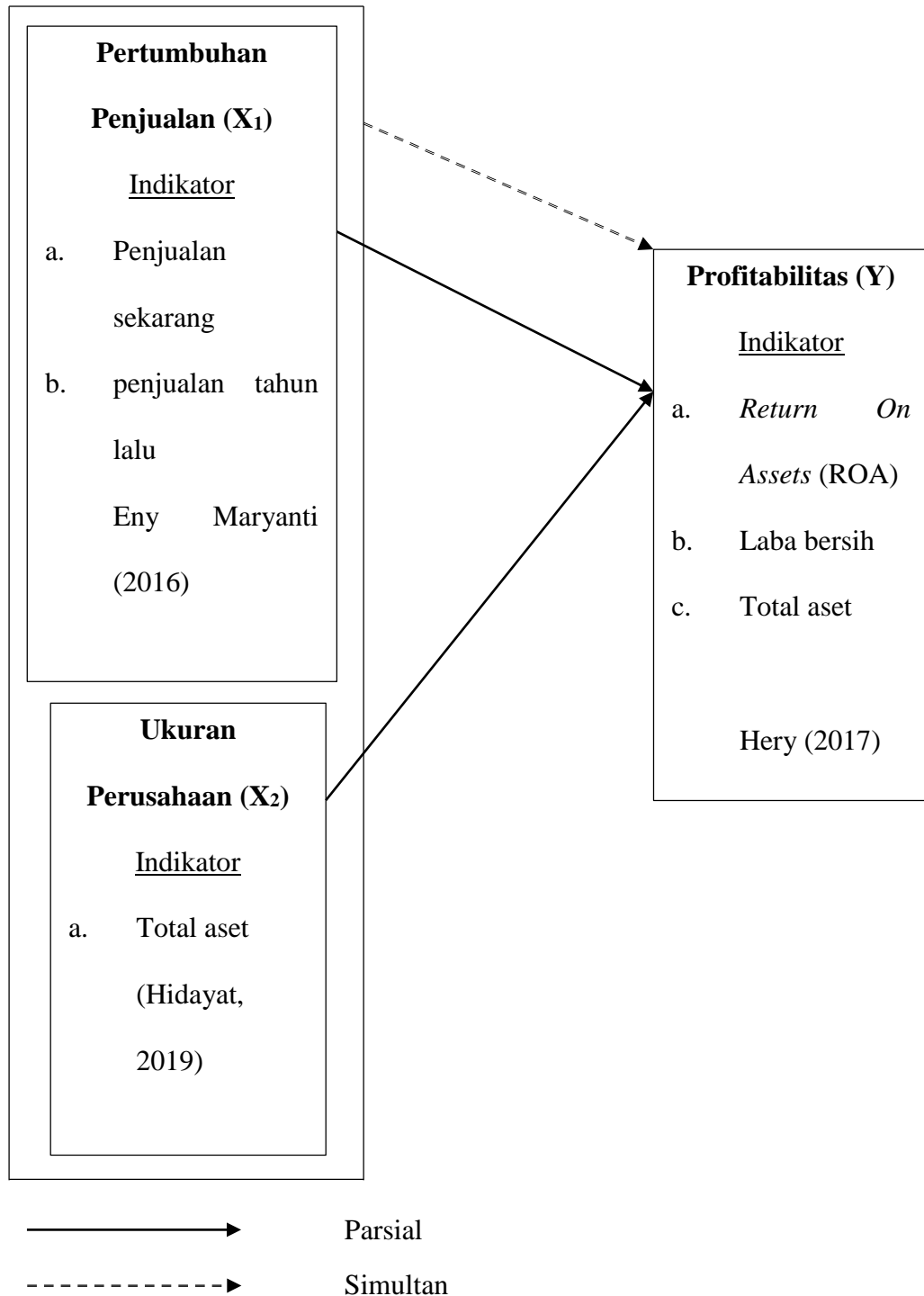
Sang Ayu , Ni Putu dan Yuria (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas, sedangkan hasil penelitian oleh Triyas dan Listyorini (2020) ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas.

Dalam penelitian ini, pertumbuhan penjualan (X1), ukuran perusahaan (X2) dan profitabilitas (Y). Berikut adalah skema kerangka pemikiran, yaitu:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan hasil kerangka pemikiran di atas, maka dapat disusun paradigma penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.2 Paradigma Penelitian Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas

Berdasarkan kerangka pemikiran dan paradigma di atas, berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengaruh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan terhadap profitabilitas, yang menjadi rujukan terhadap penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Ketut Alit Sukadana dan Nyoman Triaryati (2018)	Pengaruh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> terhadap profitabilitas	Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa, variabel pertumbuhan penjualan, <i>leverage</i> dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.
2.	Ellysa Fransisca dan Indra Widjaja (2019)	Pengaruh <i>leverage</i> , likuiditas, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas	Secara parsial pengaruh yang signifikan antara <i>leverage</i> dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas, sedangkan likuiditas dan ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas.
3.	Masta Sembiring (2020)	Pengaruh pertumbuhan penjualan dan likuiditas terhadap profitabilitas	Pertumbuhan penjualan, perputaran piutang dan likuiditas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas,

			sedangkan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.
4.	Cintya Dewi Farhana, Gede Putu Agus Jana Susila dan I Wayan Suwendra (2016)	Pengaruh perputaran persediaan dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas	Secara simultan dari perputaran persediaan, pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.
5.	Lucya Dewi Wikardi dan Natalia Titik Wiyani (2017)	Pengaruh <i>debt to equity ratio</i> , <i>firm size</i> , <i>inventory turnover</i> , <i>assets turnover</i> dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas	<i>Debt to equity ratio</i> , <i>firm size</i> , <i>inventory turnover</i> dan <i>asset inventory</i> berpengaruh positif secara parsial terhadap profitabilitas, sedangkan secara simultan <i>debt to equity ratio</i> , <i>firm size</i> , <i>inventory turnover</i> , <i>assets turnover</i> , dan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap profitabilitas.
6.	Sang Ayu Made Riska Vidyasari, Ni Putu Yuria Mendra dan Putu Wenny Saitri (2021)	Pengaruh struktur modal, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, likuiditas dan perputaran modal kerja terhadap profitabilitas	Struktur modal, pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas, sedangkan ukuran perusahaan, likuiditas dan perputaran modal

			berpengaruh positif terhadap profitabilitas.
7.	Imwi Brastibian, Mujino dan Risal Rinofah (2020)	Pengaruh struktur modal, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas	Struktur modal, pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.
8.	Triyas Umi Ulfa dan Listyorini Wahyu W (2020)	Pengaruh modal kerja, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan likuiditas terhadap profitabilitas	Perputaran modal kerja dan pertumbuhan penjualan tidak mempengaruhi profitabilitas, sedangkan ukuran perusahaan dan likuiditas mempengaruhi profitabilitas.
9.	Desi Wulandari (2021)	Pengaruh perputaran modal kerja, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, likuiditas dan struktur modal terhadap profitabilitas	Perputaran modal kerja dan ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, sedangkan pertumbuhan penjualan, likuiditas dan struktur modal secara parsial tidak

			berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Perputaran modal kerja, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, likuiditas dan struktur modal secara simultan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.
10	Umi Amanatul Khasanah dan Triyonowati (2021)	Pengaruh <i>leverage</i> , pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan terhadap profitabilitas	<i>Leverage</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas.

Sumber: data diolah, 2022

2.3 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian dapat diartikan sebagai suatu dugaan sementara atas suatu kejadian, atau peristiwa yang dituangkan dalam bentuk pernyataan yang diyakini peneliti bahwa dugaan sementara tersebut akan menjadi benar setelah dilakukan pengujian hipotesis (Fauzi, dkk, 2018:33).

Berdasarkan berbagai hasil penelitian terdahulu serta kerangka pemikiran, yang telah dikembangkan di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H₁ : Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2018-2021.

- H₂ : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2018-2021.
- H₃ : Pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2018-2021.

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dalam melakukan penelitian, hal yang paling penting untuk diperhatikan yaitu objek penelitian yang akan diteliti. Pada objek atau variabel penelitian terdapat suatu masalah yang akan dijadikan sebagai data penelitian, untuk menemukan suatu solusi dari masalah yang ada. Menurut Sugiyono (2022:38) objek atau variabel penelitian dapat dikatakan sebagai atribut atau sifat atau nilai seseorang, objek atau kegiatan yang mempunyai beberapa variasi yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditarik kesimpulan.

Dalam penelitian ini, yang akan menjadi objek penelitian yaitu pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2021. Kemudian yang akan dijadikan subjek dalam penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2021.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Metode yang digunakan

Menurut Sugiyono (2022:2) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapat data, dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode deskriptif dan verifikatif melalui pendekatan kuantitatif dipilih sebagai

metode penelitian ini, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan keterkaitan antar variabel yang akan diteliti.

Metode deskriptif yaitu menggambarkan suatu objek yang akan diobservasi secara mendukung, dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai, sehingga peneliti tidak mempunyai kontrol terhadap variabel-variabel yang akan digunakan (Fauzi, dkk, 2018:8). Metode verifikatif dapat diartikan sebagai penelitian yang dilakukan terhadap populasi, atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2022:10).

Dalam penelitian ini, metode deskriptif yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang pertama yaitu bagaimana gambaran pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2021. Sedangkan rumusan masalah lainnya yang terkait dengan pengaruh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2021 akan dibuktikan dengan metode verifikatif.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, terdiri dari 2 (dua) variabel independent, 1 (satu) variabel dependen dengan operasional sebagai berikut:

3.2.2.1 Variabel Independen

Variabel independen sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia disebut dengan variabel

bebas, variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dengan variabel dependen (terikat), (Sugiyono, 2022:69). Terdapat 2 (dua) variabel independen yang ditetapkan dalam penelitian ini yaitu, pertumbuhan penjualan (X_1) dan ukuran perusahaan (X_2).

Pertumbuhan penjualan merupakan pengukuran yang mengukur penjualan tahun berjalan dikurangkan dengan penjualan untuk tahun lalu, kemudian dibandingkan pada penjualan tahun lalu (Hidayat, 2018). Pertumbuhan penjualan dapat menunjukkan apakah setiap tahunnya entitas mengalami perkembangan pada tingkat penjualannya. Dengan demikian, tingkat penjualan entitas bisa mengalami peningkatan atau penurunan. Semakin meningkatnya penjualan entitas, maka semakin tinggi entitas mendapatkan laba dan semakin baik kinerja entitasnya. Pertumbuhan penjualan dapat digunakan untuk menghitung seberapa besar laba yang akan diperoleh di waktu yang akan mendatang (Tanjaya dan Nazir, 2021). Berikut rumus untuk menghitung pertumbuhan penjualan:

$$\text{Sales Growth} = \frac{\text{Sales}_t - \text{Sales}_{t-1}}{\text{Sales}_{t-1}}$$

Keterangan:

Sales_t = Penjualan tahun ini

Sales_{t-1} = Penjualan tahun lalu

Adapun ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai skala yang dimana suatu entitas dapat dikelompokkan sebagai entitas yang besar atau entitas yang kecil. Ukuran perusahaan tersebut didasarkan pada nilai *equity*, nilai

penjualan, jumlah karyawan, total aset. Ada 3 kelompok ukuran perusahaan yaitu perusahaan kecil, menengah dan besar (Saifudin dan Yunanda, 2016).

Pengukuran ukuran perusahaan bisa dilakukan dengan transformasi total aktiva/aset ke logaritma natural (Ln). pengukuran ukuran perusahaan dengan Ln (total asset) dinilai lebih stabil jika dibandingkan dengan proksi lainnya, nilai total aktiva/aset biasanya bernilai lebih besar, maka dengan hal itu nilai total aset disederhanakan dengan logaritma natural tanpa merubah proporsi jumlah asset yang sebenarnya (Christy dan Subagyo, 2019). Maka dengan itu rumus dari ukuran perusahaan yaitu, sebagai berikut:

$$\text{Ukuran perusahaan} = \text{Ln (Total Asset)}$$

Keterangan:

Ln = Total aktiva/aset ke logaritma

3.2.2.2 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang keberadaannya dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Bahri, 2018:132).

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah profitabilitas (Y_1).

Profitabilitas merupakan suatu rasio yang digunakan sebagai pengukuran keseluruhan efektivitas manajemen. Pengukuran ini ditunjukkan oleh besarnya tingkat keuntungan atau laba yang dihasilkan dalam kaitannya dengan penjualan atau investasi. Tingginya rasio profitabilitas menunjukkan adanya kemampuan entitas yang semakin baik dalam memperoleh keuntungan atau laba rugi suatu entitas (Tanjaya dan Nazir, 2021). Pengukuran profitabilitas yang digunakan yaitu profitabilitas *Return On Asset* (ROA), *return on asset* mencerminkan bagaimana entitas mampu untuk

memperoleh laba dalam pengelolannya terhadap aset yang dimiliki. Dengan demikian, *return on asset* dapat menunjukkan tingkat efisiensi suatu entitas dalam memanfaatkan asetnya. *Return on asset* memperhitungkan seluruh total aset dalam memanfaatkan asetnya, rumus dari *return on asset* yaitu:

$$\text{Return on Asset} = \text{Laba bersih} / \text{Total Asset}$$

Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
Pertumbuhan Penjualan (X_1)	Pertumbuhan penjualan merupakan kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun, semakin tinggi pertumbuhan penjualan suatu perusahaan, maka pendapatan perusahaan akan meningkat (Nurhayadi, 2021)	a. Pertumbuhan penjualan b. Penjualan periode sekarang c. Penjualan periode sebelumnya Rumus: $\text{Sales Growth} = \frac{\text{Sales}_t - \text{Sales}_{t-1}}{\text{Sales}_{t-1}}$ Horne dan Wachowicz (2017:21)	Rasio
Ukuran Perusahaan (X_2)	Pengukuran ukuran perusahaan dengan Ln (total asset) dinilai lebih stabil jika dibandingkan dengan proksi lainnya, nilai	a. Ukuran perusahaan b. Logaritma natural c. Total asset	Rasio

	total aktiva/asset biasanya bernilai lebih besar, maka dengan itu nilai total asset disederhanakan dengan logaritma natural tanpa merubah proporsi jumlah asset yang sebenarnya (Christy dan Subagyo, 2019).	Rumus: Ukuran perusahaan = $\ln(\text{Total Asset})$ (Christy dan Subagyo, 2019).	
Profitabilitas (Y)	<i>Return on asset</i> mencerminkan bagaimana entitas mampu untuk memperoleh laba dalam pengelolannya terhadap asset yang dimiliki. Dengan demikian, <i>return on asset</i> dapat menunjukkan tingkat efisiensi suatu entitas dalam memanfaatkan asetnya. <i>Return on asset</i> memperhitungkan seluruh total asset dalam memanfaatkan asetnya (Tanjaya dan Nazir, 2021).	a. <i>Return On Assets</i> (ROA) b. Laba bersih c. Total aset Rumus: <i>Return on Assets</i> = Laba bersih / Total Aset (Hery, 2018)	Rasio

Sumber: data diolah, 2022

3.2.3 Populasi dan Teknik Penentuan Sampel

3.2.3.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2022:80) populasi merupakan wilayah generasi yang terdiri dari: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu, yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini yaitu perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2021 sebanyak 30 perusahaan.

3.2.3.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2022:80). Sampel pada penelitian ini ditentukan melalui teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2022:85). Pemilihan sampel secara *purposive sampling* dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh sampel berdasarkan kriteria atau pertimbangan yang ditetapkan peneliti. Kriteria-kriteria perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini yaitu, sebagai berikut:

- a. Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2018-2021.
- b. Perusahaan yang mempublikasikan laporan keuangan tahun 2018-2021 secara berturut-turut.
- c. Perusahaan yang menyajikan laporan keuangannya dengan satuan mata uang Rupiah (Rp).

- d. Perusahaan makanan dan minuman yang tidak mengalami kerugian pada tahun penelitian.

Tabel 3.2 Pemilihan Sampel

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2018-2021	30
2	Perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan keuangan tahun 2018-2021 secara berturut-turut.	(8)
3	Perusahaan yang tidak menyajikan laporan keuangannya dengan satuan mata uang Rupiah (Rp).	(1)
4	Perusahaan makanan dan minuman yang mengalami kerugian pada tahun penelitian.	(5)
Jumlah perusahaan makanan dan minuman yang memenuhi kriteria sampel		16
Tahun Penelitian		4
Total data penelitian		64

Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan kriteria di atas, maka diperoleh sebanyak 16 perusahaan dengan 4 tahun pengamatan, sehingga jumlah data yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebanyak 64 sampel (16 x 4 tahun). Dengan demikian, 16 perusahaan yang mampu mewakili keseluruhan populasi disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3.3 Daftar perusahaan yang dijadikan sampel penelitian

No	Kode	Nama Perusahaan
1	ADES	Akasha Wira Internasional Tbk.
2	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk.
3	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk.
4	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.
5	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk.
6	DLTA	Delta Jakarta Tbk.
7	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk.
8	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
9	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
10	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk.
11	MYOR	Mayora Indah Tbk.
12	ROTI	Nippon Indosari Corporindo Tbk.
13	SKBM	Sekar Bumi Tbk.
14	SKLT	Sekar Laut Tbk.
15	TBLA	Tunas Baru Lampung Tbk.
16	ULTJ	Ultra Jaya Milk Tbk.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data sekunder yang dimana, data yang didapat secara tidak langsung melalui penggunaan media perantara. Data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber-sumber yang sudah ada, seperti buku dan majalah, publikasi pemerintah, data sensus, abstrak statistic, basis data, media dan laporan tahunan perusahaan (Sekon dan Bougie, 2017:130-134). Sesuai jenis data yang dibutuhkan oleh peneliti yaitu menggunakan

teknik studi kepustakaan dan studi dokumentasi dalam mengumpulkan data untuk diteliti.

3.2.4.1 Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan yaitu cara mencari informasi dan data secara teoritis yang bersumber dari berbagai literatur yang ada, buku, jurnal dan penelitian terdahulu mengenai pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan profitabilitas, yang akan dipelajari untuk memperluas cara berpikir.

3.2.4.2 Studi Dokumentasi

Dokumentasi yang digunakan untuk mengumpulkan data yang bersumber dari laporan keuangan tahunan perusahaan makanan dan minuman yang sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018-2021.

3.2.5 Rancangan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data, dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang sudah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2022:147). Dalam penelitian ini, uji statistik deskriptif yang digunakan yaitu penentuan nilai rata-rata (*mean*), nilai median, nilai maksimum, nilai minimum dan standar deviasi, yang ditujukan untuk menggambarkan pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan profitabilitas perusahaan.

3.2.5.2 Regresi Data Panel

Regresi dengan menggunakan data panel disebut dengan model regresi data panel. Terdapat beberapa keuntungan yang didapatkan apabila

menggunakan data panel, yang pertama yaitu data panel merupakan gabungan dua data *time series* dan *cross section*, yang dimana mampu menyediakan data yang lebih banyak, sehingga dari data *time series* dan *cross section* dapat mengatasi masalah yang timbul apabila penghilangan variabel (*omitted-variabel*) (Widarjono, 2018:363). Data yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari 16 perusahaan makanan dan minuman pada periode 2018-2021, yang dimana pada masing-masing perusahaan setiap runtun waktu tersebut terdapat seluruh variabel yang akan digunakan pada penelitian ini, maka dengan itu penelitian ini termasuk kedalam penelitian data panel. Menurut Widarjono (2018:365-370) terdapat tiga metode yang digunakan untuk mengestimasi model regresi dengan data panel, diantaranya yaitu:

a. Metode *Common Effect*

Common effect merupakan metode yang menggabungkan data tanpa melihat antar perbedaan waktu dan individu, diasumsikan bahwa perilaku data antar perusahaan sama dalam berbagai kurun waktu.

Rumus dari *common effect* diantaranya sebagai berikut:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 \ln X_{1i} + \beta_2 \ln X_{2i} + e_i$$

b. Metode *Fixed Effect*

Metode *fixed effect* merupakan teknik untuk mengestimasi data panel dengan menggunakan variabel *dummy*, untuk menangkap adanya perbedaan intersep antar perusahaan dan antar waktu. Rumus dari *fixed effect* diantaranya sebagai berikut:

$$Y_i = \beta_{0i} + \beta_1 \ln X_{1i} + \beta_2 \ln X_{2i} + e_i$$

c. Metode *Random Effect*

Metode yang akan mengestimasi data panel yang dimana variabel gangguan v_{it} yang terdiri dari dua komponen yaitu variabel gangguan secara menyeluruh e_{it} , yang dimana kombinasi *time series* dan *cross section* dan variabel gangguan secara individu e_{it} . Rumus dari *random effect* yaitu:

$$Y_i = \beta_{0i} + \beta_1 \ln X_{1i} + \beta_2 \ln X_{2i} + e_i$$

3.2.5.3 Pemilihan Model Data Panel

Berikut ada beberapa uji yang dilakukan dalam memilih model yang tepat, yaitu uji *Chow* dan uji *Hausman*.

a. Uji *Chow* atau *Fixed Effect* dengan uji F

Menurut Widarjono (2018:372), uji F atau bisa disebut dengan uji *Chow*, uji F digunakan untuk mengetahui apakah teknik regresi data panel dengan *fixed effect* (FE) lebih baik dari model regresi data panel.

Dasar pengambilan keputusan menggunakan *chow test* yaitu:

- 1) Jika H_0 , maka model *common effect*
- 2) Jika H_1 , maka model *fixed effect*

Apabila hasil uji *chow* menyatakan H_0 diterima, maka teknik regresi data panel yang dipilih adalah *common effect* dan pengujian dilanjutkan pada uji *Lagrange Multiplier*. Tetapi, apabila hasil uji *chow* yang menyatakan hasil H_0 ditolak atau H_1 diterima, maka teknik regresi data panel yang dipilih adalah model *fixed effect* dan dilanjutkan dengan menggunakan uji *hausman*. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

a) *Probability chi square* $< 0,05$, maka model *fixed effect*

b) *Probability chi square* > 0,05, maka model *common effect*

b. Uji *Hausman*

Uji *hausman* digunakan untuk memilih antar metode pendekatan *fixed effect* atau *random effect* (RE) (Widarjono, 2018:375). Hipotesis dari uji *hausman* yaitu sebagai berikut:

1) Jika H_0 , maka *random effect*

2) Jika H_1 , maka *fixed effect*

Apabila *chi square* hitung > *chi square tabel* dan *p-value* signifikan, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga model *fixed effect* lebih tepat untuk digunakan dan apabila *chi square* hitung < *chi square tabel* H_1 ditolak dan H_0 diterima, sehingga model *random effect* lebih tepat untuk digunakan. Uji *hausman* dapat dilakukan melalui *command program* *evIEWS*, maka dari itu dapat ditarik kesimpulan bahwa:

a) *Probability chi square* > 0,05, maka *random effect*

b) *Probability chi square* < 0,05, maka *fixed effect*

3.2.5.4 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian normalitas untuk residual dari persamaan regresi yang dapat dilakukan dengan menggunakan uji Jarque-Bera. Uji Jarque-Bera adalah alaya yang digunakan untuk menguji normalitas (asimtot) residual pada persamaan regresi, yang menggunakan sampel besar (*large-sample*) dimana uji ini didasarkan

pada perhitungan *skewness* dan kurtosis. Berikut rumus uji Jarque-Bera (Dencik, dkk, 2019:223)

$$JB = n (S^2 / 6) + ((K-3)^2 / 24)$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel

S : *Skewness*

K : Kurtosis

Biasanya nilai $S = 0$ dan $K=3$, jika variabel berdistribusi normal, sehingga nilai Jarque-Bera adalah 0. Adapun hipotesisnya yaitu:

H_0 : Residual memiliki distribusi normal.

H_a : Residual tidak memiliki distribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan suatu kondisi yang dimana suatu variabel independen pada model persamaan regresi linier multiple saling berhubungan satu sama lain. Multikolinearitas dapat menyebabkan *standard error* dari koefisien menjadi besar, sehingga pengujian hipotesis bahwa koefisien regresi adalah nol yang akan mengarah pada kegagalan hipotesis nol yang salah untuk di tolak, atau dengan kata lain terjadinya *type 2 error* pada pengujian adalah besar (Astiati, dkk, 2019:229). Menurut Ghozali (2021:83) nilai korelasi yang tinggi antar variabel bebas tidak melebihi 0,90.

Ada beberapa indikasi untuk mendeteksi multikolinearitas pada model persamaan regresi, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Nilai korelasi yang tinggi di antara variabel independen, dalam model persamaan yang diperoleh dari tabel matriks korelasi (*correlation matrix*).
- 2) Tidak signifikannya pengujian koefisien regresi.
- 3) Jika pengujian hipotesis koefisien regresi pada model persamaan linier multivariat menghasilkan pengujian yang tidak signifikan, sedangkan hasil pengujian hipotesis koefisien regresi variabel tersebut pada model persamaan linier sederhana menghasilkan hasil yang signifikan.
- 4) Nilai *adjusted R square* (R^2) tinggi, tetapi beberapa koefisien regresi tidak signifikan.
- 5) Tingginya nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) adalah $VIF > 10$, atau jika nilai *tolerance* mendekati nilai nol. Maka VIF menunjukkan seberapa inflasi nilai *variance* dari estimasi yang diakibatkan adanya multikolinearitas dalam model persamaan regresi.
- 6) Nilai eigen (*eigenvalue*) dan *condition index*, jika hasil pembagian nilai eigen maksimum dan nilai eigen minimum berada di antara 100 dan 100, maka terdapat indikasi adanya masalah multikolinearitas dan apabila hasil pembagian tersebut lebih besar dari 1000, maka terdapat masalah multikolinearitas yang sangat serius. Jika nilai *condition index* berada di antara 10 dan 30, maka terdapat indikasi adanya masalah multikolinearitas

dan apabila nilai *condition index* lebih dari 30 maka terdapat masalah multikolinearitas yang sangat serius.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah suatu kondisi yang dimana *variance* dari *error term* pada model persamaan regresi tidak konstan (Fauzi, dkk, 2019:227). Beberapa penyebab terjadinya masalah heteroskedastisitas di antaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Tidak tepatnya model persamaan regresi yang digunakan.
- 2) Banyak *outlier* pada obeservasi yang digunakan.
- 3) Adanya *skewness* pada satu atau beberapa variabel independent dalam model persamaa regresi.
- 4) Kesalahan transformasi data dan kesalahan penggunaan bentuk persamaan.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya) dalam suatu model regresi. Model regresi yang baik yaitu yang tidak menunjukkan adanya korelasi, sehingga dapat dikatakan terbebas dari masalah autokorelasi (Ghozali, 2021, 111-112).

3.2.5.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda yaitu untuk menentukan pengaruh satu variabel terhadap variabel lainnya. Variabel yang memberikan pengaruh

kepada variabel lain disebut dengan variabel independen, dan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain disebut dengan variabel dependen.

Penelitian ini menggunakan regresi linear berganda untuk menguji pengaruh pertumbuhan penjualan (X_1) dan ukuran perusahaan (X_2) terhadap profitabilitas (Y). Maka, model persamaan regresi linear berganda yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y	: Profitabilitas
α	: Konstanta
β_1 dan β_2	: Koefisien regresi dari masing-masing variabel
X_1	: Pertumbuhan penjualan
X_2	: Ukuran perusahaan
ε	: Standar error

3.2.5.6 Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi, dilakukan untuk mengetahui persentase penurunan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independen (X). koefisien determinasi dilakukan dengan cara menyeluruh, yang memiliki tujuan untuk mengukur ketetapan yang terbaik dari analisis regresi berganda. Nilai koefisien determinasi berada dalam rentang 0 (nol) sampai dengan satu, apabila r^2 yang didapatkan mendekati satu, maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan variasi variabel independen terhadap variabel

dependen. Sebaliknya jika r^2 mendekati 0 (nol), maka semakin lemah variasi variabel independen menerangkan variabel dependen. Sehingga dapat disimpulkan jika koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel independen.

b. Uji Statistik F (Uji Signifikansi Simultan)

Uji statistik F yang dikenal dengan uji signifikansi simultan, digunakan untuk menguji apakah seluruh variabel yang terdapat di dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021:148). Uji statistik F pada penelitian ini yaitu, digunakan untuk menguji apakah pertumbuhan penjualan (X_1) dan ukuran perusahaan (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap profitabilitas (Y). perumusan pada hipotesis untuk uji ini diantaranya sebagai berikut:

H_0 : Pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan secara simultan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

H_1 : Pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap profitabilitas.

Ada beberapa kriteria untuk melakukan uji statistik f, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Jika nilai F hitung $>$ F tabel, atau profitabilitas $<$ tingkat signifikansi α (0,05), maka H_0 ditolak atau H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan.

- 2) Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, atau profitabilitas $>$ tingkat signifikansi $\alpha (0,05)$, maka H_0 diterima atau H_1 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh secara simultan.

c. Uji Statistik t (Uji Parameter Individual)

Hipotesis dalam penelitian ini akan diuji dengan menggunakan uji statistik t, yang memiliki tujuan untuk menguji seberapa jauh pengaruh satu variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Dasar penerimaan atau penolakan hipotesis pada uji statistik t, memiliki kriteria sebagai berikut (Ghozali, 2021:148-149):

- 1) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau probabilitas (sig) $< \alpha (0,05)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang menandakan bahwa variabel independen secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau probabilitas (sig) $> \alpha (0,05)$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang menandakan bahwa satu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Adapun hipotesis yang diajukan pada uji statistik t, adalah sebagai berikut:

- 1) Pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas

$H_0 : \beta_1 < 0$: Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

$H_a : \beta_1 > 0$: Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas.

2) Pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas

$H_0 : \beta_1 < 0$: Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

$H_a : \beta_1 > 0$: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Pada Tahun 2018-2021

4.1.1.1. Gambaran Pertumbuhan Penjualan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2021

Pertumbuhan penjualan ialah hal kemampuan suatu perusahaan untuk mempertahankan posisi di dalam industri, serta terhadap perkembangan perekonomian secara umum, pertumbuhan penjualan dilihat dari peningkatan suatu penjualan dari tahun sekarang dan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Semakin tinggi pertumbuhan penjualan maka semakin tinggi volume penjualan untuk memperoleh profit yang diinginkan. Pertumbuhan penjualan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan penjualan tahun sekarang dan penjualan tahun lalu. Berikut statistik deskriptif dari variabel pertumbuhan penjualan, diantaranya sebagai berikut:

Tabel 4.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif Pertumbuhan Penjualan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2021

N	Minimum	Maximum	Mean	Median	Std.Deviation
64	-0.47	0.50	0.0807	0.0800	0.179

Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan hasil dari uji statistik deskriptif dalam penelitian ini, terdapat nilai rata-rata (*mean*) selama tahun 2018-2021 sebesar 0.0807 dengan nilai median 0.0800 yang menunjukkan bahwa koefisien variasi penjualan cenderung tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pertumbuhan penjualan yang cenderung tinggi selama tahun 2018-2021. Pertumbuhan penjualan terendah (*minimum*) sebesar -0.47 (MLBI, 2020), hal ini menunjukkan penjualan tahun 2020 mengalami penurunan dibandingkan tahun 2019. Nilai pertumbuhan penjualan tertinggi (*maximum*) sebesar 0.50 (SKBM, 2020), menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki penjualan yang tinggi pada tahun 2020 dibandingkan dengan tahun 2019, dan adapun hasil dari standar deviasi sebesar 0.179.

4.1.1.2. Gambaran Ukuran Perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Pada Tahun 2018-2021

Ukuran perusahaan merupakan gambaran besar kecilnya total aset bersih yang dimiliki suatu perusahaan. Ukuran perusahaan menunjukkan adanya banyak aset dan opsi yang dimiliki oleh suatu perusahaan dalam beroperasi dan diharapkan mampu menghindari kerugian, serta mampu meningkatkan suatu profitabilitas perusahaan. Berikut hasil uji statistik deskriptif ukuran perusahaan:

Tabel 4.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif Ukuran Perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2021

N	Minimum	Maximum	Mean	Median	Std.Deviation
64	27.36	39.31	27.009	28.955	936.6

Sumber: data diolah, 2022

Variabel ukuran perusahaan nilai tertinggi yaitu 39.31 (ICBP, 2018-2021), hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang dimiliki perusahaan tersebut adalah sebesar 38.31 persen. Nilai ukuran perusahaan terendah yaitu 27.36 (HOKI, 2018-2021) pada tahun 2018. Rata-rata ukuran perusahaan selama tahun 2018-2019 yaitu 27.009 dan standar deviasi sebesar 936.6.

4.1.1.3. Gambaran Profitabilitas Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Pada Tahun 2018-2021

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan suatu laba selama periode tertentu, dengan menggunakan total aset atau modal secara keseluruhan. Cara pengukuran profitabilitas dalam penelitian ini dengan menggunakan *Return On Asset (ROA)*, yang dimana untuk mengukur efektivitas keseluruhan perusahaan dalam menghasilkan suatu laba melalui aktiva yang tersedia. Berikut hasil uji deskriptif pada variabel profitabilitas, diantaranya sebagai berikut:

Tabel 4.3 Hasil Uji Statistik Deskriptif Profitabilitas Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2021

N	Minimum	Maximum	Mean	Median	Std.Deviation
64	0.00	0.42	0.09	0.07	0.08

Sumber: data diolah, 2022

Profitabilitas tertinggi sebesar 0.42 (MLBI, 2018-2019), artinya perbandingan profitabilitas MLBI tahun 2018-2019 dengan profitabilitas MLBI tahun 2016-2017 mengalami peningkatan. Nilai profitabilitas terendah sebesar 0.00 (SKBM, 2019), hal ini menunjukkan perbandingan hasil profitabilitas tahun 2019 dengan tahun 2018 mengalami penurunan. Sedangkan rata-rata dari tahun 2018-2021 sebesar 0.09, median 0.07 dan standar deviasi sebesar 0.08.

4.1.2 Pemilihan Model Data Panel

Peneliti menggunakan *Eviews 12 (Econometric Views)* untuk mengolah data panel. Peneliti melakukan persamaan regresi linier berganda untuk data panel, sehingga menghasilkan model data yaitu *common effect*, *fixed effect* dan *random effect*. Untuk memilih model data panel yang tepat, peneliti melakukan beberapa uji, yaitu uji *chow* dan uji *hausman*.

Berikut merupakan hasil dari *chow test* dari variabel independen pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan variabel dependen profitabilitas.

Tabel 4.4 Chow Test

Effects Test	Statistic	d.f	Prob.
Cross-section F	8.243169	(15.46)	0.0000
Cross-section Chi-square	83.525221	15	0.0000

Sumber: data diolah, 2022

Dasar pengambilan keputusan:

- a. Jika H_0 diterima, maka model *common Effect*
- b. Jika H_0 ditolak, maka model *Fixed Effect*

Dari hasil tabel di atas menunjukkan bahwa, probabilitas sebesar 0.000 yang artinya nilai probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak, sehingga model yang dipilih adalah model *fixed effect*. Langkah selanjutnya yaitu melakukan uji *Hausman*. Menurut Widarjono (2018:375) uji *Hausman* digunakan untuk memilih model yang terbaik, apakah menggunakan *fixed effect* atau *random effect*. Berikut adalah hasil dari uji *Hausman*.

Tabel 4.5 Uji Hausman

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f	Prob.
Cross-section random	7.833659	2	0.0199

Sumber: data diolah, 2022

Dasar pengambilan keputusan menggunakan uji *Hausman* yaitu:

- a. Jika H_0 diterima, maka model *Random Effect*
- b. Jika H_0 ditolak, maka model *Fixed Effect*

Dari hasil tabel di atas menunjukkan bahwa, nilai probabilitas 0.0199 yang artinya nilai probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak, sehingga model yang dipilih adalah *fixed effect*.

4.1.3 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Pada Tahun 2018-2021 Secara Simultan

4.1.3.1 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

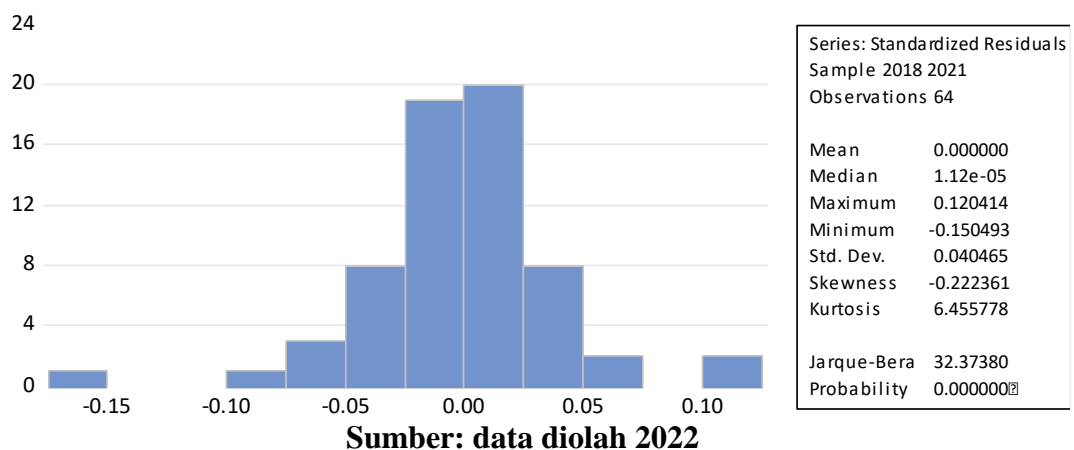
Uji normalitas merupakan pengujian normalitas untuk residual dari persamaan yang dapat dilakukan dengan menggunakan uji Jarque-Bera dan memiliki tujuan untuk, menguji apakah kumpulan data dari variabel

independen dan dependen yang terdapat dalam suatu model regresi yang memiliki distribusi normal atau tidak (Dencik, dkk, 2019:223). Pengujian normalitas pada penelitian ini dilakukan melalui uji non parametrik *kolmogrov-Smirnov* (K-S) dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Apabila signifikansi yang diperoleh lebih besar ($>$) dari 0,05, maka data berdistribusi normal.
- 2) Apabila signifikansi yang diperoleh lebih kecil ($<$) dari 0,05, maka data tidak berdistribusi normal.

Berikut hasil dari uji normalitas dengan menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov* (K-S):

Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

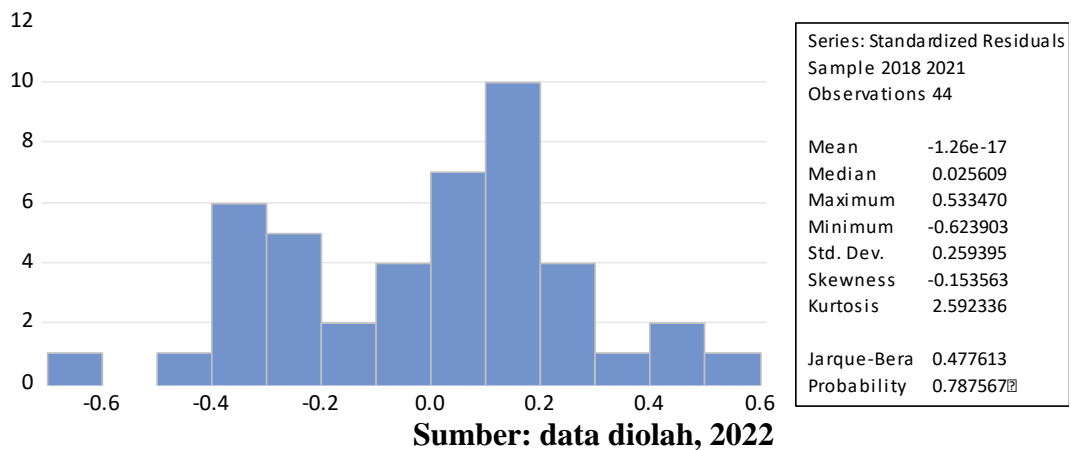


Hasil dari uji normalitas *Kolmogrov-Smirnov* (K-S) pada tabel di atas menunjukkan bahwa, *probability* bernilai 0,000. Nilai tersebut lebih kecil ($<$) dari 0,05, yang dimana dapat disimpulkan bahwa data-data yang diuji dalam penelitian ini tidak berdistribusi normal. Dengan demikian, dilakukan upaya agar kumpulan data data terdistribusi

normal, yakni dengan cara melakukan transformasi data melalui logaritman natural.

Data yang telah ditransformasi kemudian diuji kembali dengan menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov* (K-S), yaitu:

Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Setelah Transformasi data One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test



Dengan dilakukan transformasi data dengan cara logaritma natural, terdapat 20 data yang kemudian dieliminasi, sehingga sampel yang semula berjumlah 64 berkurang menjadi 44 sampel. Hasil dari uji normalitas pada tabel di atas menyatakan bahwa, data telah berdistribusi dengan normal, hal ini dapat dilihat dari *probability* sebesar 0.78 yang dimana lebih besar (>) dari 0,05. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi persyaratan normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan suatu kondisi yang dimana variabel independen pada model persamaan regresi linier multiple saling berhubungan satu sama lain (Astiati, dkk, 2019:229). Hasil uji

multikolinearitas menunjukkan bahwa tidak terdapat nilai korelasi yang tinggi antar variabel bebas tidak melebihi 0,90 (Ghozali, 2018:83).

Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas

	Pertumbuhan Penjualan	Ukuran Perusahaan
X1	1.000	-0.0154
X2	-0.0154	1.000

Sumber: data diolah, 2022

Dari hasil uji multikolinearitas di atas menunjukkan bahwa, koefisien korelasi variabel pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan berada dibawah angka 0,90, maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing dari variabel independ dalam penelitian ini tidak terjadi masalah multikolinearitas antar variabel dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan suatu kondisi yang dimana *variance* dari *error term* pada model persamaan tidak konstan (Fauzi, dkk, 2019:227). Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilihat dari uji glejser. Menurut Ghozali (2018:137) uji glejser digunakan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika nilai *Obs*R-squared* mempunyai nilai probabilitas *Chi-squared* > 0,05, artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berikut hasil dari pengujian heteroskedastisitas:

Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastiicitu Test: Glejser			
F-statistic	2,053	Prob. F (2,42)	0,141
Obs*R-squared	4,007	Prob.Chi-Square (2)	0,134
Scaled explained SS	4,077	Prob. Chi-Square (2)	0,13

Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan hasil glejser pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai $Obs \cdot R\text{-squared}$ mempunyai nilai probabilitas $Chi\text{-squared}$ lebih dari 0,05 yaitu 0,134. Maka dari itu, dalam penelitian ini tidak terdapat heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya) dalam suatu model regresi. Model regresi yang baik yaitu yang tidak menunjukkan adanya korelasi, sehingga dapat dikatakan terbebas dari masalah autokorelasi (Ghozali, 2018, 111-112). Dalam penelitian ini dilakukan uji autokorelasi melalui uji *Durbin Watson*, yang dimana autokorelasi tidak terjadi apabila $du < d < 4-du$. Berikut hasil dari uji autokorelasi melalui uji *Durbin Watson*:

Tabel 4.8 Hasil Uji Autokorelasi

Cross-section fixed (dummy variables)			
R-squared	0.913922	Mean dependent var	-2.636807
Adjusted R-squared	0.857640	S.D. dependent var	0.884131
S.E. of regression	0.333588	Akaike info criterion	0.934266
Sum squared resid	2.893297	Schwarz criterion	1.664162
Log likelihood	-2.553854	Hannan-Quinn criter.	1.204947
F-statistic	16.23836	Durbin-Watson stat	1.802688
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: data diolah, 2022

Tabel 4.9 Nilai Tabel *Durbin Watson*

Dl	Du	4-du
-----------	-----------	-------------

1.4226	1.6120	2.388
--------	--------	-------

$\alpha = 5\%$, $n=44$, $k=2$

sumber: data diolah, 2022

dari hasil uji autokorelasi di atas menunjukkan bahwa, nilai *Durbin-Watson* (d) 1.802688 dan adapun berdasarkan tabel *Durbin Watson* dengan nilai signifikan 5%, jumlah sampel sebanyak 44 dan jumlah variabel independen sebanyak 2 ($k=2$), sehingga didapat nilai du 1.6120 dan nilai $4-du$ sebesar 2,388. Dapat dilihat bahwa $1.6120 < 1.8026 < 2,388$ yang tidak memenuhi kriteria $du < d < 4-du$, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

4.1.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh pertumbuhan penjualan (X_1) dan ukuran perusahaan (X_2) terhadap profitabilitas (Y). berikut adalah hasil dari regresi linier berganda:

Tabel 4.10 Hasil Regresi Linier Fixed Effect Data Panel

Variabel	Coefficient	Std.Error	t-Statistic	Prob
C	0.2865	0.112	2.549	0.01
X1	0.0934	0.035	2.648	0.01
X2	-0.0007	0.0004	-1.775	0.08

Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan hasil data di atas, dapat diperoleh persamaan linier sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

$$Y = 0.2865 + 0.0934X_1 + (-0.0007)X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

α = Kostanta

Y = Profitabilitas

X₁ = Pertumbuhan Penjualan

X₂ = Ukuran Perusahaan

Berdasarkan hasil persamaan regresi linear berganda di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 0.2865, artinya jika semua variabel independen yakni, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan bernilai 0 (nol) dan tidak mengalami perubahan, maka nilai perusahaan tersebut akan bernilai 0.2865.
- b. Nilai koefisien regresi pertumbuhan penjualan sebesar 0.0934, hal ini menunjukkan bahwa jika pertumbuhan penjualan meningkat sebesar satu satuan, maka profitabilitas akan meningkat sebesar 0.0934 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.
- c. Nilai koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar -0.0007, hal ini menunjukkan bahwa jika ukuran perusahaan meningkat sebesar satu satuan, maka profitabilitas akan meningkat sebesar -0.0007 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.

Berdasarkan hasil persamaan linier *fixed effect* di atas, namun persamaan tersebut berbeda disetiap perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021, maka berikut adalah persamaan linier *fixed effect* setiap perusahaan dengan rumus, sebagai berikut:

- a. Akasha Wira International Tbk (ADES)

$$Y_i = \beta_{0i} + \beta_1 \ln X_{1i} + \beta_2 \ln X_{2i} + e_i$$

$$Y = -9.5738 + 0.0934X_1 + (-0.0007)X_2 + e_i$$

Hasil persamaan regresi linear *fixed effect* di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar -9.5738, artinya jika semua variabel independen yakni pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan mengalami perubahan sebesar -9.8603, maka nilai perusahaan tersebut akan bernilai -9.5738 (0.2865 – 9.8603).
- 2) Nilai koefisien regresi pertumbuhan penjualan sebesar 0.0934, hal ini menunjukkan bahwa jika pertumbuhan penjualan meningkat sebesar satu satuan, maka profitabilitas akan meningkat sebesar 0.0934 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.
- 3) Nilai koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar -0.0007, hal ini menunjukkan bahwa jika ukuran perusahaan meningkat sebesar satu satuan, maka profitabilitas akan meningkat sebesar -0.0007 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.

b. Budi Starch & Sweetner Tbk (BUDI)

$$Y_i = \beta_{0i} + \beta_1 \ln X_{1i} + \beta_2 \ln X_{2i} + e_i$$

$$Y = 2.19 + 0.0934X_1 + (-0.0007)X_2 + e_i$$

Hasil persamaan regresi linear *fixed effect* di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 2.19, artinya jika semua variabel independen yakni pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan

mengalami perubahan sebesar 1.9035, maka nilai perusahaan tersebut akan bernilai 2.19 (0.2865 + 1.9035).

- 2) Nilai koefisien regresi pertumbuhan penjualan sebesar 0.0934, hal ini menunjukkan bahwa jika pertumbuhan penjualan meningkat sebesar satu satuan, maka profitabilitas akan meningkat sebesar 0.0934 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.
- 3) Nilai koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar -0.0007, hal ini menunjukkan bahwa jika ukuran perusahaan meningkat sebesar satu satuan, maka profitabilitas akan meningkat sebesar -0.0007 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.

c. Campina Ice Cream Industry Tbk (CAMP)

$$Y_i = \beta_{0i} + \beta_1 \ln X_{1i} + \beta_2 \ln X_{2i} + e_i$$

$$Y = -2.4209 + 0.0934X_1 + (-0.0007)X_2 + e_i$$

Hasil persamaan regresi linear *fixed effect* di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar -2.4209, artinya jika semua variabel independen yakni pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan mengalami perubahan sebesar -2.7074, maka nilai perusahaan tersebut akan bernilai -2.4209 (0.2865 – 2.7074).
- 2) Nilai koefisien regresi pertumbuhan penjualan sebesar 0.0934, hal ini menunjukkan bahwa jika pertumbuhan penjualan meningkat sebesar satu satuan, maka profitabilitas akan

meningkat sebesar 0.0934 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.

- 3) Nilai koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar -0.0007, hal ini menunjukkan bahwa jika ukuran perusahaan meningkat sebesar satu satuan, maka profitabilitas akan meningkat sebesar -0.0007 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.

d. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA)

$$Y_i = \beta_{0i} + \beta_1 \ln X_{1i} + \beta_2 \ln X_{2i} + e_i$$

$$Y = -2.8597 + 0.0934X_1 + (-0.0007)X_2 + e_i$$

Hasil persamaan regresi linear *fixed effect* di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar -2.8597, artinya jika semua variabel independen yakni pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan mengalami perubahan sebesar -3.1462, maka nilai perusahaan tersebut akan bernilai -2.8597 (0.2865 – 3.1462).
- 2) Nilai koefisien regresi pertumbuhan penjualan sebesar 0.0934, hal ini menunjukkan bahwa jika pertumbuhan penjualan meningkat sebesar satu satuan, maka profitabilitas akan meningkat sebesar 0.0934 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.
- 3) Nilai koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar -0.0007, hal ini menunjukkan bahwa jika ukuran perusahaan meningkat sebesar satu satuan, maka profitabilitas akan meningkat sebesar -0.0007

dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.

e. Sariguna Primatirta Tbk (CLEO)

$$Y_i = \beta_{0i} + \beta_1 \ln X_{1i} + \beta_2 \ln X_{2i} + e_i$$

$$Y = -2.6692 + 0.0934X_1 + (-0.0007)X_2 + e_i$$

Hasil persamaan regresi linear *fixed effect* di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar -2.6692, artinya jika semua variabel independen yakni pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan mengalami perubahan sebesar -2.9557, maka nilai perusahaan tersebut akan bernilai -2.6692 (0.2865 – 2.9557).
- 2) Nilai koefisien regresi pertumbuhan penjualan sebesar 0.0934, hal ini menunjukkan bahwa jika pertumbuhan penjualan meningkat sebesar satu satuan, maka profitabilitas akan meningkat sebesar 0.0934 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.
- 3) Nilai koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar -0.0007, hal ini menunjukkan bahwa jika ukuran perusahaan meningkat sebesar satu satuan, maka profitabilitas akan meningkat sebesar -0.0007 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.

f. Delta Djakarta Tbk (DLTA)

$$Y_i = \beta_{0i} + \beta_1 \ln X_{1i} + \beta_2 \ln X_{2i} + e_i$$

$$Y = -17.2485 + 0.0934X_1 + (-0.0007)X_2 + e_i$$

Hasil persamaan regresi linear *fixed effect* di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar -17.2485, artinya jika semua variabel independen yakni pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan mengalami perubahan sebesar -17.5350, maka nilai perusahaan tersebut akan bernilai -17.2485 (0.2865 – 17.5350).
- 2) Nilai koefisien regresi pertumbuhan penjualan sebesar 0.0934, hal ini menunjukkan bahwa jika pertumbuhan penjualan meningkat sebesar satu satuan, maka profitabilitas akan meningkat sebesar 0.0934 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.
- 3) Nilai koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar -0.0007, hal ini menunjukkan bahwa jika ukuran perusahaan meningkat sebesar satu satuan, maka profitabilitas akan meningkat sebesar -0.0007 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.

g. Buyung Poetra Sembada Tbk (HOKI)

$$Y_i = \beta_{0i} + \beta_1 \ln X_{1i} + \beta_2 \ln X_{2i} + e_i$$

$$Y = 5.6952 + 0.0934X_1 + (-0.0007)X_2 + e_i$$

Hasil persamaan regresi linear *fixed effect* di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 5.6952, artinya jika semua variabel independen yakni pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan

mengalami perubahan sebesar 5.4087, maka nilai perusahaan tersebut akan bernilai 5.6952 (0.2865 + 5.4087).

- 2) Nilai koefisien regresi pertumbuhan penjualan sebesar 0.0934, hal ini menunjukkan bahwa jika pertumbuhan penjualan meningkat sebesar satu satuan, maka profitabilitas akan meningkat sebesar 0.0934 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.
- 3) Nilai koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar -0.0007, hal ini menunjukkan bahwa jika ukuran perusahaan meningkat sebesar satu satuan, maka profitabilitas akan meningkat sebesar -0.0007 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.

h. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP)

$$Y_i = \beta_{0i} + \beta_1 \ln X_{1i} + \beta_2 \ln X_{2i} + e_i$$

$$Y = 2.9081 + 0.0934X_1 + (-0.0007)X_2 + e_i$$

Hasil persamaan regresi linear *fixed effect* di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 2.9081, artinya jika semua variabel independen yakni pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan mengalami perubahan sebesar 2.6216, maka nilai perusahaan tersebut akan bernilai 2.9081 (0.2865 + 2.6216).
- 2) Nilai koefisien regresi pertumbuhan penjualan sebesar 0.0934, hal ini menunjukkan bahwa jika pertumbuhan penjualan meningkat sebesar satu satuan, maka profitabilitas akan

meningkat sebesar 0.0934 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.

- 3) Nilai koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar -0.0007, hal ini menunjukkan bahwa jika ukuran perusahaan meningkat sebesar satu satuan, maka profitabilitas akan meningkat sebesar -0.0007 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.

i. Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF)

$$Y_i = \beta_{0i} + \beta_1 \ln X_{1i} + \beta_2 \ln X_{2i} + e_i$$

$$Y = 0.4558 + 0.0934X_1 + (-0.0007)X_2 + e_i$$

Hasil persamaan regresi linear *fixed effect* di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 0.4558, artinya jika semua variabel independen yakni pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan mengalami perubahan sebesar 0.1693, maka nilai perusahaan tersebut akan bernilai 0.4558 (0.2865 + 0.1693).
- 2) Nilai koefisien regresi pertumbuhan penjualan sebesar 0.0934, hal ini menunjukkan bahwa jika pertumbuhan penjualan meningkat sebesar satu satuan, maka profitabilitas akan meningkat sebesar 0.0934 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.
- 3) Nilai koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar -0.0007, hal ini menunjukkan bahwa jika ukuran perusahaan meningkat sebesar satu satuan, maka profitabilitas akan meningkat sebesar -0.0007

dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.

j. Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI)

$$Y_i = \beta_{0i} + \beta_1 \ln X_{1i} + \beta_2 \ln X_{2i} + e_i$$

$$Y = 735.9464 + 0.0934X_1 + (-0.0007)X_2 + e_i$$

Hasil persamaan regresi linear *fixed effect* di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 735.9464, artinya jika semua variabel independen yakni pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan mengalami perubahan sebesar 735.6599, maka nilai perusahaan tersebut akan bernilai 735.9464 (0.2865 + 735.6599).
- 2) Nilai koefisien regresi pertumbuhan penjualan sebesar 0.0934, hal ini menunjukkan bahwa jika pertumbuhan penjualan meningkat sebesar satu satuan, maka profitabilitas akan meningkat sebesar 0.0934 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.
- 3) Nilai koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar -0.0007, hal ini menunjukkan bahwa jika ukuran perusahaan meningkat sebesar satu satuan, maka profitabilitas akan meningkat sebesar -0.0007 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.

k. Mayora Indah Tbk (MYOR)

$$Y_i = \beta_{0i} + \beta_1 \ln X_{1i} + \beta_2 \ln X_{2i} + e_i$$

$$Y = 10.9714 + 0.0934X_1 + (-0.0007)X_2 + e_i$$

Hasil persamaan regresi linear *fixed effect* di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 10.9714, artinya jika semua variabel independen yakni pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan mengalami perubahan sebesar 10.6849, maka nilai perusahaan tersebut akan bernilai 10.9714 (0.2865 + 10.6849).
- 2) Nilai koefisien regresi pertumbuhan penjualan sebesar 0.0934, hal ini menunjukkan bahwa jika pertumbuhan penjualan meningkat sebesar satu satuan, maka profitabilitas akan meningkat sebesar 0.0934 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.
- 3) Nilai koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar -0.0007, hal ini menunjukkan bahwa jika ukuran perusahaan meningkat sebesar satu satuan, maka profitabilitas akan meningkat sebesar -0.0007 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.

1. Nippon Indonesia Corporindo Tbk (ROTI)

$$Y_i = \beta_{0i} + \beta_1 \ln X_{1i} + \beta_2 \ln X_{2i} + e_i$$

$$Y = 2.5507 + 0.0934X_1 + (-0.0007)X_2 + e_i$$

Hasil persamaan regresi linear *fixed effect* di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 2.5507, artinya jika semua variabel independen yakni pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan

mengalami perubahan sebesar 2.2642, maka nilai perusahaan tersebut akan bernilai 2.5507 (0.2865 + 2.2642).

- 2) Nilai koefisien regresi pertumbuhan penjualan sebesar 0.0934, hal ini menunjukkan bahwa jika pertumbuhan penjualan meningkat sebesar satu satuan, maka profitabilitas akan meningkat sebesar 0.0934 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.
- 3) Nilai koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar -0.0007, hal ini menunjukkan bahwa jika ukuran perusahaan meningkat sebesar satu satuan, maka profitabilitas akan meningkat sebesar -0.0007 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.

m. Sekar Bumi Tbk (SKBM)

$$Y_i = \beta_{0i} + \beta_1 \ln X_{1i} + \beta_2 \ln X_{2i} + e_i$$

$$Y = -2.6422 + 0.0934X_1 + (-0.0007)X_2 + e_i$$

Hasil persamaan regresi linear *fixed effect* di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar -2.6422, artinya jika semua variabel independen yakni pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan mengalami perubahan sebesar -2.9287, maka nilai perusahaan tersebut akan bernilai -2.6422 (0.2865 – 2.9287).
- 2) Nilai koefisien regresi pertumbuhan penjualan sebesar 0.0934, hal ini menunjukkan bahwa jika pertumbuhan penjualan meningkat sebesar satu satuan, maka profitabilitas akan

meningkat sebesar 0.0934 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.

- 3) Nilai koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar -0.0007, hal ini menunjukkan bahwa jika ukuran perusahaan meningkat sebesar satu satuan, maka profitabilitas akan meningkat sebesar -0.0007 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.

n. Sekar Laut Tbk (SKLT)

$$Y_i = \beta_{0i} + \beta_1 \ln X_{1i} + \beta_2 \ln X_{2i} + e_i$$

$$Y = -11.8635 + 0.0934X_1 + (-0.0007)X_2 + e_i$$

Hasil persamaan regresi linear *fixed effect* di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar -11.8635, artinya jika semua variabel independen yakni pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan mengalami perubahan sebesar -12.15, maka nilai perusahaan tersebut akan bernilai -11.8635 (0.2865 – 12.15).
- 2) Nilai koefisien regresi pertumbuhan penjualan sebesar 0.0934, hal ini menunjukkan bahwa jika pertumbuhan penjualan meningkat sebesar satu satuan, maka profitabilitas akan meningkat sebesar 0.0934 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.
- 3) Nilai koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar -0.0007, hal ini menunjukkan bahwa jika ukuran perusahaan meningkat sebesar satu satuan, maka profitabilitas akan meningkat sebesar -0.0007

dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.

o. Tunas Baru Lampung Tbk (TBLA)

$$Y_i = \beta_{0i} + \beta_1 \ln X_{1i} + \beta_2 \ln X_{2i} + e_i$$

$$Y = 5.9229 + 0.0934X_1 + (-0.0007)X_2 + e_i$$

Hasil persamaan regresi linear *fixed effect* di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 5.9229, artinya jika semua variabel independen yakni pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan mengalami perubahan sebesar 5.6364, maka nilai perusahaan tersebut akan bernilai 5.9229 (0.2865 + 5.6364).
- 2) Nilai koefisien regresi pertumbuhan penjualan sebesar 0.0934, hal ini menunjukkan bahwa jika pertumbuhan penjualan meningkat sebesar satu satuan, maka profitabilitas akan meningkat sebesar 0.0934 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.
- 3) Nilai koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar -0.0007, hal ini menunjukkan bahwa jika ukuran perusahaan meningkat sebesar satu satuan, maka profitabilitas akan meningkat sebesar -0.0007 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.

p. Ultra Jaya Milk Tbk (ULTJ)

$$Y_i = \beta_{0i} + \beta_1 \ln X_{1i} + \beta_2 \ln X_{2i} + e_i$$

$$Y = -4.5945 + 0.0934X_1 + (-0.0007)X_2 + e_i$$

Hasil persamaan regresi linear *fixed effect* di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar -4.5945, artinya jika semua variabel independen yakni pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan mengalami perubahan sebesar -4.8810, maka nilai perusahaan tersebut akan bernilai -4.5945 ($0.2865 - 4.8810$).
- 2) Nilai koefisien regresi pertumbuhan penjualan sebesar 0.0934, hal ini menunjukkan bahwa jika pertumbuhan penjualan meningkat sebesar satu satuan, maka profitabilitas akan meningkat sebesar 0.0934 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.
- 3) Nilai koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar -0.0007, hal ini menunjukkan bahwa jika ukuran perusahaan meningkat sebesar satu satuan, maka profitabilitas akan meningkat sebesar -0.0007 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi yaitu tetap.

4.1.3.3 Uji Statistik F (Uji Signifikansi Simultan)

Uji F pada penelitian ini yaitu, digunakan untuk menguji apakah pertumbuhan penjualan (X_1) dan ukuran perusahaan (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap profitabilitas (Y). Perumusan pada hipotesis untuk uji ini diantaranya yaitu:

H_0 : Pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan secara simultan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

H_1 : Pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan secara simultan

berpengaruh terhadap profitabilitas.

Uji hipotesis secara simultan dilakukan dengan menggunakan uji F dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05, dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai F hitung > F tabel, atau profitabilitas < tingkat signifikansi α (0,05), maka H_0 ditolak atau H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan.
- 2) Jika nilai F hitung < F tabel, atau profitabilitas > tingkat signifikansi α (0,05), maka H_0 diterima atau H_1 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh secara simultan.

Berikut hasil pengujian secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut:

Tabel 4.11 Uji Simultan (Uji F)

R-square	0.913	Mean dependent var	-2.636
Adjusted R squared	0.857	S.D. dependent var	0.884
S.E. of regression	0.333	Akaike info critetion	0.934
Sum squared resid	2.893	Schwarz criterion	1.664
Log likelihood	-2.553	Hannan-Quinn criter	1.204
F-statistic	16.238	Durnin-Watson stat	1.802
Prob (F-statistic)	0.000		

Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan hasil tabel di atas menunjukkan bahwa, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan dengan uji secara simultan diperoleh bahwa F_{hitung} sebesar 16.238 dengan signifikansi 0.00, karena nilai F_{hitung} sebesar

16.238 > 3.22 F_{tabel} dan nilai signifikan dibawah 0,05 ($0.00 < 0,05$) yang menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap profitabilitas.

4.1.3.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dilakukan dengan cara menyeluruh, yang memiliki tujuan untuk mengukur ketetapan yang terbaik dari analisis regresi berganda. Pengujian koefisien determinasi dilakukan dengan menggunakan *R-Squared* pada persamaan regresi. *R-Squares* mencerminkan seberapa besar perubahan variabel-variabel independent. Koefisien determinasi semakin tinggi (mendekati satu), maka semakin kuat hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.

Tabel 4.12 Koefisien Determinasi

R-square	0.913	Mean dependent var	-2.636
Adjusted R squared	0.857	S.D. dependent var	0.884
S.E. of regression	0.333	Akaike info critetion	0.934
Sum squared resid	2.893	Schwarz criterion	1.664
Log likelihood	-2.553	Hannan-Quinn criter	1.204
F-statistic	16.238	Durnin-Watson stat	1.802
Prob (F-statistic)	0.000		

Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *adjusted R-squared* adalah 0.857, maka dari itu variabel profitabilitas dipengaruhi oleh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan sebesar 85,7%, sedangkan sisanya 14,30% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

4.1.4 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Pada Tahun 2018-2021 Secara Parsial

4.1.4.1 Uji Statistik t (Uji Signifikan Parsial)

Uji statistika t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh satu variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Rumusan hipotesis yang diajukan pada uji statistik t adalah sebagai berikut:

a. Pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas

H_0 : Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

H_1 : Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas.

b. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas

H_0 : Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

H_1 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas.

Adapun dasar penerimaan atau penolakan hipotesis pada uji independen sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau probabilitas (sig) $< \alpha (0,05)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang menandakan bahwa variabel independent secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau probabilitas (sig) $> \alpha (0,05)$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang menandakan bahwa satu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4.13 Uji Statistik t (Uji Parameter Individual)

Variabel	Coefficient	Std.Error	t-Statistic	Prob
C	0.2865	0.112	2.549	0.01
X1	0.0934	0.035	2.648	0.01
X2	-0.0007	0.0004	-1.775	0.08

Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan hasil pengujian statistik t di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

a. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas

Nilai probabilitas dari pertumbuhan penjualan (X1) sebesar 0,01 berada di bawah 0,05 ($0,01 < 0,05$) serta nilai t_{hitung} dengan hasil 2.648 yang dimana lebih besar dari t_{tabel} 2,018 ($2.648 > 2,018$). Dengan demikian, terjadi penolakan terhadap H_0 , sehingga diperoleh satu keputusan bahwa terdapat pengaruh antara pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas.

b. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas

Nilai probabilitas dari ukuran perusahaan (X2) sebesar 0,08 berada di atas 0,05 ($0,08 > 0,05$) serta nilai t_{hitung} dengan hasil -1,775 yang dimana lebih kecil dibandingkan dengan nilai t_{tabel} 2,018 ($-1,775 < 2,018$). Dengan demikian, terjadi penerimaan H_0 , sehingga diperoleh satu keputusan bahwa tidak terdapat pengaruh antara ukuran perusahaan terhadap profitabilitas.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Gambaran Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Pada Tahun 2018-2021

4.2.1.1 Gambaran Pertumbuhan Penjualan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Pada Tahun 2018-2021

Berdasarkan hasil penelitian perusahaan makanan dan minuman di BEI pada tahun 2018-2021, yang beroperasi penjualan dengan tingkat pertumbuhan penjualan yang cukup tinggi. Hal ini dapat dilihat dengan nilai rata-rata koefisien variasi penjualan selama tahun 2018-2021 sebesar 0.0807, yang lebih besar dibandingkan dengan median senilai 0,0800.

Nilai penjualan yang tinggi menunjukkan bahwa, tingkat pertumbuhan penjualan yang dihadapi oleh perusahaan tersebut cukup tinggi, begitupun sebaliknya dengan nilai penjualan yang rendah memiliki arti bahwa, tingkat pertumbuhan penjualan yang dihadapi oleh perusahaan rendah. Pertumbuhan penjualan yang tinggi atau stabil dapat memberikan hal positif terhadap keuntungan (profit) perusahaan (Suweta dan Dewi, 2016). Dengan demikian, tingginya tingkat pertumbuhan penjualan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2021, disebabkan karena adanya volume penjualan yang meningkat. Dengan adanya volume penjualan yang meningkat, perusahaan makanan dan minuman meningkatkan produksinya untuk memenuhi target penjualan dan mendapatkan keuntungan bagi perusahaan tersebut.

4.2.1.2 Gambaran Ukuran Perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Pada Tahun 2018-2021

Berdasarkan hasil penelitian pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2021, nilai rata-rata ukuran perusahaan sebesar 270.09 lebih kecil dibandingkan dengan median sebesar 28.955. Hal ini menunjukkan total aset yang dimiliki perusahaan makanan dan minuman di BEI tahun 2018-2021 relatif cukup rendah. Dengan demikian, perusahaan belum mampu untuk mengelola dan menggunakan sumber daya yang ada, dan informasi yang ada untuk menghasilkan laba yang optimal untuk perusahaan.

4.2.1.3 Gambaran Profitabilitas Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Pada Tahun 2018-2021

Berdasarkan hasil penelitian pada perusahaan makanan dan minuman yang di BEI pada tahun 2018-2021, menunjukkan nilai rata-rata profitabilitas yang diperoleh yaitu 0,09, yang lebih besar dibandingkan dengan hasil median senilai 0,07. Hal ini dapat diartikan bahwa hasil dari rata-rata lebih besar dari hasil median, yang dimana perusahaan makanan dan minuman yang di BEI perkembangan penjualannya kurang bagus pada tahun 2018-2021, sehingga profit yang dihasilkan kurang maksimal.

Akan tetapi, perolehan profit setiap tahun 2018-2021 pada perusahaan makanan dan minuman mengalami keuntungan yang cukup baik, dibandingkan dengan sektor-sektor perusahaan yang lainnya. Hal ini dapat diartikan bahwa, meskipun kondisi perekonomian di Indonesia kurang bagus, tetapi perusahaan makanan dan minuman pada tahun 2018-2021 yang

terdaftar di BEI masih tetap bertahan dan terus memproduksi produk yang akan dijual kepada masyarakat.

4.2.2 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2021 Secara Simultan

Berdasarkan hasil dari uji F menunjukkan bahwa, nilai signifikansi sebesar 0,00 yang dimana jauh di bawah 0,05 ($0,00 < 0,05$). Nilai F_{hitung} yang diperoleh sebesar 16,238 lebih besar daripada F_{tabel} sebesar 3,12 ($16,238 > 3,12$). Hal ini menunjukkan bahwa hasil pengujian ini mendukung hipotesis yang ada dengan cara diuji secara bersama-sama, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap profitabilitas.

Hasil koefisien determinasi yang telah diuji memperoleh nilai *adjusted R-squared* sebesar 0,857. Hal ini menunjukkan bahwa hanya 85,7% varians dari variabel profitabilitas yang diukur dengan ROA dan dapat dijelaskan oleh variabel pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, sedangkan untuk sisanya sebesar 14,30% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan pada penelitian ini.

4.2.3 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Pada Tahun 2018-2021 Secara Parsial

4.2.3.1 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Pada Tahun 2018-2021

Hasil pengujian menunjukkan bahwa tingkat signifikansi pertumbuhan penjualan sebesar 0,01 berada jauh di bawah 0,05 ($0,01 < 0,05$) dengan nilai t_{hitung} dengan hasil 2.648 lebih tinggi dari t_{tabel} 2,018 ($2.648 > 2,018$). Maka dari itu pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas.

Perusahaan yang berada ditingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi menunjukkan bahwa, semakin tinggi penjualan bersih yang dilakukan oleh perusahaan, maka akan mendorong laba semakin tinggi, yang akan diperoleh oleh perusahaan. Begitupun sebaliknya, jika suatu perusahaan mengalami penurunan penjualan, maka laba perusahaan tersebut akan mengalami penurunan, dan akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan tersebut (Barus dan Leliani, 2013). Faktor yang menyebabkan tingginya pertumbuhan penjualan yaitu adanya peningkatan volume penjualan, yang disebabkan karena permintaan dari konsumen meningkat, sehingga perusahaan harus menambahkan bagian produksinya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Maka dari itu, profitabilitas suatu perusahaan dapat dipengaruhi oleh penjualan.

Selain adanya peningkatan volume penjualan, faktor lain yang menyebabkan tingginya pertumbuhan penjualan yaitu, perusahaan fokus terhadap penerapan strategi penjualan, salah satu contoh dari penerapan strategi penjualan yaitu dengan menggunakan media sosial. Media sosial merupakan salah satu bagian yang memiliki pengaruh penting di dalam kehidupan, khususnya dibidang bisnis. Penerapan strategi penjualan dengan menggunakan media sosial hal yang sangat menguntungkan bagi suatu perusahaan. Salah satu perusahaan yang sangat diuntungkan oleh media

sosial adalah perusahaan makanan dan minuman, yang dimana sejak tahun 2018-2021 mereka mulai mengembangkan sosial media yang dimiliki seperti situs web atau akun media sosial, untuk mempublikasikan produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut, dengan hal itu dapat menarik pangsa pasar yang baru dan kesempatan untuk meningkatkan pendapatan pun akan meningkat.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ellysa dan Indra (2019) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Sama halnya dengan hasil penelitian dari Lucy dan Natalia (2017) bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Adapun pernyataan yang disampaikan oleh Farhan, dkk (2016) yaitu, semakin tingginya penjualan bersih yang dilakukan oleh perusahaan, dapat mendorong semakin tingginya profit yang mampu diperoleh, sehingga dapat mendorong semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan.

4.2.3.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Pada Tahun 2018-2021

Hasil dari pengujian menunjukkan bahwa tingkat signifikansi sebesar 0,08 berada di atas 0,05 ($0,08 > 0,05$), dengan nilai $t_{hitung} -1,775$ yang dimana lebih kecil dibandingkan dengan nilai $t_{tabel} 2,018$ ($-1,775 < 2,018$). Maka dari itu ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Hal ini diakibatkan karena adanya peningkatan penjualan pada perusahaan makanan dan minuman pada tahun 2018-2021 dan peningkatan biaya yang lebih besar,

sehingga profit yang diperoleh tidak sesuai dengan harapan yang ingin dicapai. Disamping itu perusahaan belum mampu untuk mengelola dan menggunakan sumber daya yang ada, dan informasi yang ada untuk menghasilkan laba yang optimal untuk perusahaan. Maka dari itu ukuran perusahaan bukan sebagai ukuran untuk memperoleh keuntungan perusahaan.

Faktor yang akan mempengaruhi ukuran perusahaan yaitu struktur pendanaan perusahaan, yang dimana perusahaan cenderung memerlukan dana yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil. Kebutuhan terhadap pendanaan yang lebih besar memiliki kecenderungan bahwa, perusahaan tersebut menginginkan pertumbuhan dalam memperoleh laba. Perusahaan berskala besar memiliki akses yang lebih besar untuk mendapatkan sumber pendanaan dari berbagai sumber, sehingga untuk mendapatkan pinjaman dari kreditur pun akan lebih mudah, dikarenakan perusahaan dengan ukuran besar memiliki profitabilitas lebih besar untuk memenangkan persaingan dan bertahan dalam bidang industrinya.

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Ellysa dan Indra (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas. Sedangkan hasil penelitian oleh Imwi dan Risal (2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan dan pembahasan mengenai pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman pada tahun 2018-2021, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

- a. Tingkat pertumbuhan penjualan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2021 cenderung tinggi. Tingkat ukuran perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021 cukup rendah dan tingkat profitabilitas cenderung tinggi.
- b. Secara simultan pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2021. Pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dapat mempengaruhi profitabilitas delapan puluh lima koma tujuh persen dan sisanya empat belas koma tiga puluh persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.
- c. Secara parsial pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas, yang dimana semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2021, maka semakin tinggi profitabilitas yang

didapatkan. Sedangkan ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dibahas sebelumnya, peneliti memiliki saran yang dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan, yaitu sebagai berikut:

- a. Tingkat pertumbuhan penjualan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2021 cukup tinggi. Maka dari itu, disarankan perusahaan mampu meningkatkan proses produksi dari tahun sebelumnya untuk mendapatkan laba sesuai dengan harapan.

Ukuran perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2021 cukup rendah. Disarankan perusahaan mampu mengelola aset dan menggunakan sumber daya yang ada, dan informasi yang ada untuk menghasilkan laba yang optimal untuk perusahaan.

- b. Pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2021. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas sampel penelitian pada sektor perusahaan lain yang terdaftar di BEI, seperti sektor pertambangan, sektor pertanian, sektor tekstil & garmen.

- c. Secara parsial pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2021. Maka saran bagi perusahaan tetap memperhatikan volume penjualan dan proses produksi, sehingga dapat mencegah hal-hal yang tidak diinginkan terjadi. Sedangkan untuk ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap profitabilitas, tetapi perusahaan harus tetap disarankan untuk tetap menjaga aset yang dimiliki.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, Sagita, N., Yuniarta, G. A., & Sinarwati, N. K. (2015). Pengaruh Modal Kerja, Likuiditas, Aktivitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur . *Jurnal Akuntansi*.
- Andriyani, I. (2015). Pengaruh rasio keuangan terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek Indonesia. *Jurnal Manajemen*, 13, 3.
- Anggarsari, Lovi, & Aji, T. S. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Likuiditas, Perputaran Modal Kerja dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6.
- Bahri, S. (2018). In *Metodologi Penelitian Bisnis* (p. 132). Yogyakarta: ANDI.
- Barus, A. C., & Leliani. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskill*, 3.
- Brastibian, I., Mujino, & Rinofah, R. (2020). Pengaruh struktur modal, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 1-8.
- Eny, M. (2016). Analisis Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Struktur Aktiva terhadap Struktur Modal pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2010-2014. *Jurnal Akuntansi*, 1, 6.
- Farhana, C. D., Susila, G. A., & Suwendra, W. I. (2016). Pengaruh Perputaran Persediaan dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas pada PT Ambara Madya Sejati di Singaraja Tahun 2012-2014. *Journal Singaraja*, 4.
- Farhana, Dewi, C., Susila, G. A., & Suwendra, I. W. (2016). Pengaruh Perputaran Persediaan dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Pada PT. Ambara Madya Sejati Di Singaraja. *E-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Manajemen*, 4, 1-10.
- Fauzi, F., Dencik, & Asiati. (2019). *Metodologi Penelitian Untuk Manajemen dan Akuntansi*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.

- Fransisca, E., & Widjaja, I. (2019). Pengaruh leverage, likuiditas, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 1-8.
- Ghozali, I. (2021). In *Aplikasi analisis multivariate* (pp. 111-112, 148-149). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hery. (2018). In *Analisis Laporan Keuangan* (p. 193). Jakarta: PT Grasindo.
- Hidayat, W. W. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Return On Equity dan Leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Indonesia. *Jurnal Ekonomi*, 21, 5.
- Indomo, S. U. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan, Ukuran Perusahaan dan Likuiditas terhadap Profitabilitas. *Jurnal STEI Ekonomi*, 28, 3.
- Iqbal, Zhuquan, W., & Asif. (2015). Working Capital Management and Profitability Evidence from Firms Listed on Karachi StockExchange. *International Journal of Business and Management*, 10, 231-235.
- Jusriani, I. F., & Rahardjo, N. S. (2013). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan dividen, Kebijakan Utang dan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Accounting*, 2, 2.
- Kennedy, Azlina, N., & Suzana, R. A. (2013). Faktor-Faktor yang mempengaruhi struktur modal pada Perusahaan Real Estate and Property di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 1-10.
- Khasanah, U. A. (2021). Pengaruh Leverage, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan plastik dan kemasan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 1-17.
- Kusuma, G. I., Suhadak, & Arifin, Z. (2013). Analisis pengaruh profitabilitas dan tingkat pertumbuhan terhadap struktur modal dan nilai perusahaan (studi pada perusahaan real estate and property yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2007-2011. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7, 3.
- Meidiyustiani, R. (2016). Pengaruh Modal Kerja, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Likuiditas terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI pada periode 2010-2014. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 5, 4.


- Novyarni, N., & Wati, L. (2018). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Struktur Aset dan Profitabilitas terhadap struktur modal. *Jurnal Ekonomi*, 27, 5.
- Pratama, I. B., & Wiksuana, I. B. (2016). Pengaruh ukuran perusahaan dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. *E-Jurnal Manajemen*.
- Putra, W. Y., & Badjra, B. I. (2015). Pengaruh leverage, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4, 1.
- Santoso, Juniarti, & Carolina, A. (2015). Pengaruh Family Control Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan Sektor Aneka Industri. *Bussiness Accounting Review*, 2, 51-60.
- Sembiring, M. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Likuiditas terhadap Profitabilitas Perusahaan Dagang di BEI. *Jurnal Pendidikan Akuntansi*.
- Sukadana, K. A., & Triaryati, N. (2018). Pengaruh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan leverage terhadap profitabilitas pada perusahaan food and beverage di BEI. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7, 3.
- Sugiyono. (2022). In *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D* (pp. 2, 10, 38, 69, 80, 85, 147). Bandung: Alfabeta.
- Suweta, N., & Dewi, M. R. (2016). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Struktur Aktiva dan Pertumbuhan Aktiva terhadap Struktur Modal. *E-Jurnal Manajemen*, 5, 11.
- Ulfa, T. U., & Wahyu, L. (2020). Perputaran modal kerja, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan likuiditas terhadap profitabilitas. *Dinamika Akuntansi, Keuangan dan perbankan*, 1-10.
- Vidyasari, S. M., Mendra, N. Y., & Saitri, P. W. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Likuiditas dan Perputaran Modal Kerja terhadap Profitabilitas. *Jurnal Kharisma*, 3, 6.
- Wedhana Purba, I. G., & Yadnya, P. (2015). Pengaruh ukuran perusahaan dan leverage terhadap profitabilitas dan pengungkapan corporate social responsibility. *E-Jurnal Manajemen*.
- Widarjono, A. (2018). In *Ekonometrika* (pp. 363, 365-370, 372, 375). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

- Wikardi, L. D., & Wiyani, N. T. (2017). Pengaruh Debt to Equity Ratio, Firm Size, Inventory Turnover, Assets Turnover dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas. *Jurnal Online Insan Akuntan*, 2.
- Wulandari, D. (2021). Pengaruh perputaran modal kerja, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, likuiditas dan struktur modal terhadap profitabilitas. *Jurnal Ekonomi Mahasiswa*, 1-12.

Lampiran 1 Surat Keterangan Tugas Pembimbing

No	NIM / Nama	Judul Skripsi	Pembimbing
71	C10190074 LULA AMELIA DAHARO	Pengaruh Audit Tenure Dan Komite Audit Terhadap Kualitas Audit (studi Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021)	Bimbim Maghriby, SE., Ak., M.Ak., CA., BKP.
72	C10190075 MEIRYANI NUR' AINI	Pengaruh Profesionalisme Dan Etika Profesi Terhadap Kinerja Auditor (Studi Kasus BPK Perwakilan Jawa Barat)	Bimbim Maghriby, SE., Ak., M.Ak., CA., BKP.
73	C10190076 PRIKE SULISTIAWATI	Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada Pembayaran PBB-P2 Secara Online	Lina Said, SE., M.Si., Ak., CA
74	C10190080 SITI SOLIHA	Pengaruh Tingkat Pemahaman, Tarif Pajak Dan Percepai Wajib Pajak Mengenai Denda Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Bumi Dan Bangunan (studi Kasus Kelurahan Pasanggirahan)	Vania Rakhmadani, S.E., M.Ak.
75	C10190082 ANGGIII PRAYOGA	Analisis Akuntabilitas Pengelolaan Keuangan Bumdes Di Desa Manyati Kecamatan Dawuan Kota Subang	Dwi Puryati, S.E., M.Si., Ak., CA.
76	C10190083 FADHILA PUTRI UTAMI	Pengaruh Tingkat Kepercayaan Masyarakat, Persepsi Korupsi Dan Nasionalisme Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bumi Dan Bangunan	Vania Rakhmadani, S.E., M.Ak.
77	C10190087 ZALFA NADHIFAH THUFAILAH THIFAL	Analisis Realisasi Anggaran Dalam Upaya Penanganan Sampah Terhadap Efektivitas Dan Efisiensi Kinerja Dinas Lingkungan Hidup Kota Cimahi	Yeni Dewi Anna, SE., M.Si., Ak, CA
78	C10190090 MOCHAMAD FAIZAL RAMLI PUTRA PRATAMA	Pengaruh Penerapan Good Governance Terhadap Kinerja Laporan Keuangan Dinas Pekerjaan Umum Dan Tata Ruang Kabupaten Sumedang	Dita Rari Dwi Rinining Tyastuty, S.Pd., M.Si.
79	C10190089 UJIAN FAUZIYYAH	Pengaruh Penerapan E-samsat Dan Saksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Kasus Pada Wajib Pajak Di Samsat Kabupaten Indramayu)	Vania Rakhmadani, S.E., M.Ak.
80	C10190090 IZDIHAR INTISHAR	Pengaruh Manajemen Kualitas Dan Konservatisme Akuntansi Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan (studi Kasus Pada Hotel Belvui Bandung)	Rr. Yoppy Palupi Purbaningih, S.E., M.Ak.
81	C10190091 SILVIA SYAHARANI	Pengaruh Akuntansi Pertanggungjawaban Dan Partisipasi Anggaran Terhadap Kinerja Manajerial Pada Perusahaan Dm Mens Wear	Rr. Yoppy Palupi Purbaningih, S.E., M.Ak.
82	C10190092 ANNISA RIZQI FAUZIANI	Pengaruh Program Pemulihan Pajak Kendaraan Bermotor Dan Sosialisasinya Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Pada Samsat Kota Bandung II Kawalayaan)	Lina Said, SE., M.Si., Ak., CA
83	C10190096 RIZMA HELIMAWATI	Analisis Harga Pokok Produksi Untuk Menetapkan Harga Jual Dengan Metode Full Costing (studi Kasus Umkm Kemeja Bandung Sarae)	Hery Syaerul Homan, S.Pd., M.Pd., M.Ak
84	C10190097 MAULINA PUTRI DWIYANTI	Pengaruh Penerapan Standar Akuntansi Pemerintahan Dan Transparansi Laporan Keuangan Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (studi Kasus Pada Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) Kota Bekasi)	Yeni Dewi Anna, SE., M.Si., Ak, CA
85	C10190099 SHELA PUSPITA DEWI	Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode Harga Pokok Pesanan (Job Order Costing) Untuk Menetapkan Harga Jual Produk Pada UMKM Kue Bui Hedi	Hery Syaerul Homan, S.Pd., M.Pd., M.Ak

Lampiran 2 Kartu Bimbingan Skripsi

	BERITA ACARA PEMBIMBING SKRIPSI <i>Minutes of Meeting – Thesis Advise ment</i> Semester Ganjil Tahun Akademik 2022/2023	No Dok : F-A.4.03.07 Rev : 0 Hal : 1
---	---	--

NIM : C10190096

Student ID

Nama : RISMA HERMAWATI

Name

Program Studi : Akuntansi

Program Study

Judul Skripsi : Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan terhadap
 Profitabilitas pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang
 Terdaftar di BEI Periode 2018-2021

Title of Thesis/Final Project

Pembimbing 1 : Hery Syaerul Homan, S.Pd., M.Pd., M.Ak

Advisor 1

Pembimbing 2 :

Advisor 2

PEMBIMBINGAN:

**) dalam mengisi kegiatan pembimbingan, mohon diisi hanya yang memiliki progress sesuai dengan target*

Tanggal/ Pertemuan	Kegiatan Pembimbingan *)		Paraf Pembimbing
1	Topik Bahasan	Membahas judul	Telah diperiksa dosen pembimbing 1
21 Sep 2022	Saran Perbaikan (KPI/Target)	Judul diganti	
	Catatan Target (KPI):	Penyelesaian: %	
2	Topik Bahasan	- Membahas judul baru - Judul baru di ACC	Telah diperiksa dosen pembimbing 1
15 Okt 2022	Saran Perbaikan (KPI/Target)	Lanjut BAB I	
	Catatan Target (KPI):	Penyelesaian: %	



**BERITA ACARA PEMBIMBING
SKRIPSI**
Minutes of Meeting – Thesis Advisement
Semester Ganjil
Tahun Akademik 2022/2023

No Dok : F-A.4.03.07
Rev : 0
Hal : 2

Tanggal/ Pertemuan	Kegiatan Pembimbingan *)		Paraf Pembimbing
3 14 Nov 2022	Topik Bahasan	BAB I latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian	Telah diperiksa dosen pembimbing 1
	Saran Perbaikan (KPI/Target)	Revisi BAB I	
	Catatan Target (KPI):	Penyelesaian: %	
4 24 Nov 2022	Topik Bahasan	- ACC BAB I - BAB II teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian	Telah diperiksa dosen pembimbing 1
	Saran Perbaikan (KPI/Target)	Revisi BAB II	
	Catatan Target (KPI):	Penyelesaian: %	
5 01 Des 202 2	Topik Bahasan	- ACC BAB II - BAB III metode penelitian, kriteria sampel, teknik pengumpulan data	Telah diperiksa dosen pembimbing 1
	Saran Perbaikan (KPI/Target)	Revisi BAB III	
	Catatan Target (KPI):	Penyelesaian: %	
6 20 Des 2022	Topik Bahasan	- ACC BAB III - Pembahasan bab IV	Telah diperiksa dosen pembimbing 1
	Saran Perbaikan (KPI/Target)	Revisi BAB IV	
	Catatan Target (KPI):	Penyelesaian: %	



**BERITA ACARA PEMBIMBING
SKRIPSI**
Minutes of Meeting – Thesis Advisement
Semester Ganjil
Tahun Akademik 2022/2023

No Dok : F-A.4.03.07
Rev : 0
Hal : 3

Tanggal/ Pertemuan	Kegiatan Pembimbingan *)		Paraf Pembimbing
7	Topik Bahasan	- ACC BAB IV - Bab V Kesimpulan dan saran	Telah diperiksa dosen pembimbing 1
06 Jan 2023	Saran Perbaikan	Revisi kesimpulan dan saran	
	Catatan Target (KPI):	Penyelesaian: %	
8	Topik Bahasan	- ACC Bab IV dan Bab V - Daftar pustaka, kata pengantar	Telah diperiksa dosen pembimbing 1
11 Jan 2023	Saran Perbaikan	Drafting keseluruhan	
	Catatan Target (KPI):	Penyelesaian: %	
9	Topik Bahasan	- Bahas BAB I – V - ACC keseluruhan	Telah diperiksa dosen pembimbing 1
17 Jan 2023	Saran Perbaikan (KPI/Target)		
	Catatan Target (KPI):	Penyelesaian: %	

Bandung, 25 Januari 2023

Pembimbing 1

NIDN : 0423118101
Nama : Hey Syaerul Homan, S.Pd., M.Pd., M.Ak

Pembimbing 2

NIDN :
Nama :

Lampiran 3 Data Populasi

No	Kode Saham	Nama Emitmen
1	ADES	Akasha Wira Internasional Tbk.
2	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk.
3	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk.
4	BTEK	Bumi Teknokultura Unggul Tbk.
5	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk.
6	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk.
7	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.
8	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk.
9	DLTA	Delta Djakarta Tbk.
10	DMND	Diamon Food Indonesia Tbk.
11	FOOD	Sentra Food Indonesia Tbk.
12	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk.
13	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk.
14	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
15	IIKP	Inti Agri Resources Tbk.
16	IKAN	Era Mandiri Cemerlang Tbk.
17	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
18	KEJU	Mulia Boga Raya Tbk.
19	MGNA	Magna Investama Mandiri Tbk.
20	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk.
21	MYOR	Mayora Indah Tbk.

22	PANI	Pratama Abadi Nusa Industri Tbk.
23	PCAR	Prima Cakrawala Abadi Tbk.
24	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk.
25	ROTI	Nippon Indosari Corporindo Tbk.
26	SKBM	Sekar Bumi Tbk.
27	SKLT	Sekar Laut Tbk.
28	STTP	Siantar Top Tbk.
29	TBLA	Tunas Baru Lampung Tbk.
30	ULTJ	Ultra Jaya Milk Tbk.

Lampiran 4 Data Sampel

No	Kode	Nama Perusahaan
1	ADES	Akasha Wira Internasional Tbk.
2	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk.
3	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk.
4	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.
5	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk.
6	DLTA	Delta Djakarta Tbk.
7	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk.
8	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
9	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
10	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk.
11	MYOR	Mayora Indah Tbk.
12	ROTI	Nippon Indosari Corporindo Tbk.
13	SKBM	Sekar Bumi Tbk.
14	SKLT	Sekar Laut Tbk.
15	TBLA	Tunas Baru Lampung Tbk.
16	ULTJ	Ultra Jaya Milk Tbk.

Lampiran 5 Data sebelum diolah

Kode	Tahun	X1	X2	Y
ADES	2018	-0,01	27,50	6%
ADES	2019	-0,05	27,44	10%
ADES	2020	-0,12	27,59	14%
ADES	2021	0,39	27,90	20%
BUDI	2018	0,05	28,85	1%
BUDI	2019	0,13	28,73	2%
BUDI	2020	-0,09	28,72	2%
BUDI	2021	0,24	28,73	3%
CAMP	2018	0,02	27,64	6%
CAMP	2019	0,07	27,69	7%
CAMP	2020	-0,07	27,71	4%
CAMP	2021	0,07	27,77	9%
CEKA	2018	-0,15	27,79	13%
CEKA	2019	-0,14	27,96	15%
CEKA	2020	0,16	28,08	12%
CEKA	2021	0,47	28,16	11%
CLEO	2018	0,35	27,45	8%
CLEO	2019	0,31	27,85	11%
CLEO	2020	-0,11	27,90	10%
CLEO	2021	0,13	27,93	13%
DLTA	2018	0,15	28,05	22%
DLTA	2019	-0,07	27,99	22%
DLTA	2020	-0,34	27,83	10%
DLTA	2021	0,25	27,90	14%
HOKI	2018	0,18	27,36	12%
HOKI	2019	0,16	27,47	12%
HOKI	2020	-0,29	27,53	4%
HOKI	2021	-0,20	27,62	1%
ICBP	2018	0,08	38,08	13%
ICBP	2019	0,10	38,19	13%
ICBP	2020	0,10	39,18	6%
ICBP	2021	0,22	39,31	5%
INDF	2018	0,05	31,78	4%
INDF	2019	0,04	32,20	5%
INDF	2020	0,07	32,73	4%
INDF	2021	0,22	32,82	4%
MLBI	2018	0,05	28,69	42%
MLBI	2019	0,04	28,69	42%

MLBI	2020	-0,47	28,70	10%
MLBI	2021	0,25	28,70	23%
MYOR	2018	0,16	30,50	10%
MYOR	2019	0,04	30,58	10%
MYOR	2020	-0,02	30,62	10%
MYOR	2021	0,14	30,62	6%
ROTI	2018	0,11	29,11	4%
ROTI	2019	0,21	29,17	6%
ROTI	2020	-0,04	29,12	5%
ROTI	2021	0,02	29,06	7%
SKBM	2018	0,06	35,11	1%
SKBM	2019	0,08	35,14	0%
SKBM	2020	0,50	35,11	1%
SKBM	2021	0,22	35,22	2%
SKLT	2018	0,14	41,16	4%
SKLT	2019	0,23	41,21	6%
SKLT	2020	-0,02	41,19	5%
SKLT	2021	0,08	41,33	10%
TBLA	2018	-0,04	30,42	5%
TBLA	2019	-0,01	30,49	4%
TBLA	2020	0,27	30,60	3%
TBLA	2021	0,47	30,68	4%
ULTJ	2018	0,12	29,35	13%
ULTJ	2019	0,14	29,52	16%
ULTJ	2020	-0,04	29,80	13%
ULTJ	2021	0,11	29,63	17%

Lampiran 6 Hasil Pengujian (*Output Eviews*)

1. Uji Statistik Deskriptif Pertumbuhan Penjualan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2021

N	Minimum	Maximum	Mean	Median	Std.Deviation
64	-0.47	0.50	0.0807	0.0800	0.179

2. Uji Statistik Deskriptif Ukuran Perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2021

N	Minimum	Maximum	Mean	Median	Std.Deviation
64	27.36	39.31	27.009	28.955	936.6

3. Uji Statistik Deskriptif Profitabilitas Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2021

N	Minimum	Maximum	Mean	Median	Std.Deviation
64	0.00	0.42	0.09	0.07	0.08

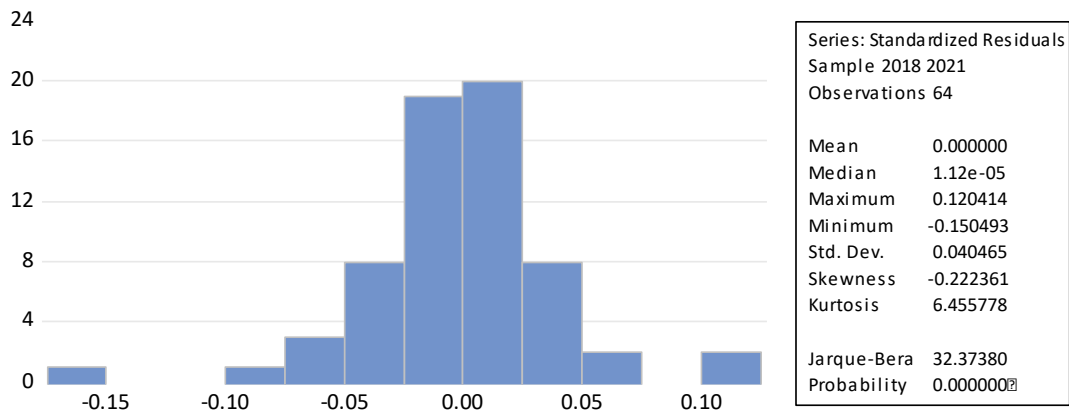
4. *Chow Test*

Effects Test	Statistic	d.f	Prob.
Cross-section F	8.243169	(15.46)	0.0000
Cross-section Chi-square	83.525221	15	0.0000

5. Uji Hausman

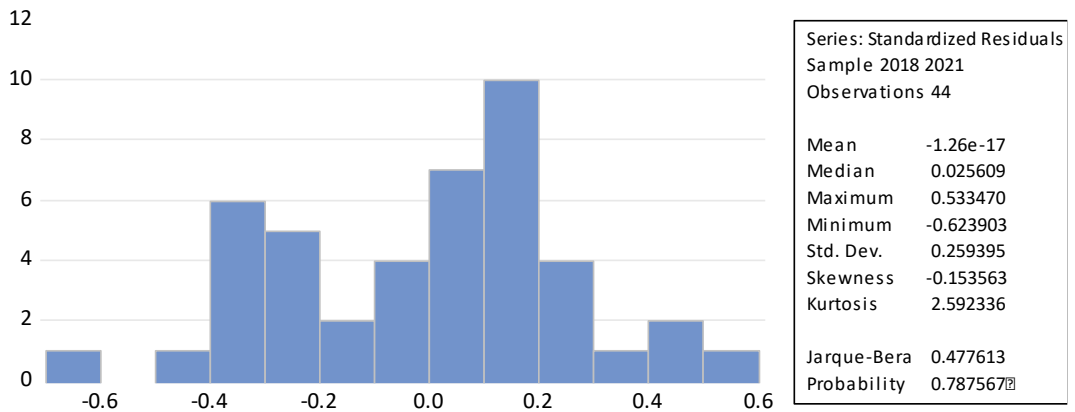
Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f	Prob.
Cross-section random	7.833659	2	0.0199

6. Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov



7. Uji Normalitas Setelah Transformasi data One-Sampel Kolmogorov-Smirnov

Test



8. Uji Multikolinearitas

	Pertumbuhan Penjualan	Ukuran Perusahaan
X1	1.000	-0.0154
X2	-0.0154	1.000

9. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas Test: Glejser			
F-statistic	2,053	Prob. F (2,42)	0,141
Obs*R-squared	4,007	Prob.Chi-Square (2)	0,134
Scaled explained SS	4,077	Prob. Chi-Square (2)	0,13

10. Uji Autokorelasi

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.913922	Mean dependent var	-2.636807
Adjusted R-squared	0.857640	S.D. dependent var	0.884131
S.E. of regression	0.333588	Akaike info criterion	0.934266
Sum squared resid	2.893297	Schwarz criterion	1.664162
Log likelihood	-2.553854	Hannan-Quinn criter.	1.204947
F-statistic	16.23836	Durbin-Watson stat	1.802688
Prob(F-statistic)	0.000000		

Tabel Durbin Watson

Dl	Du	4-du
1.4226	1.6120	2.388

11. Regresi Linier Fixed Effect Data Panel

Variabel	Coefficient	Std.Error	t-Statistic	Prob
C	0.2865	0.112	2.549	0.01
X1	0.0934	0.035	2.648	0.01
X2	-0.0007	0.0004	-1.775	0.08

12. Koefisien Determinasi

R-square	0.913	Mean dependent var	-2.636
Adjusted R squared	0.857	S.D. dependent var	0.884
S.E. of regression	0.333	Akaike info critetion	0.934
Sum squared resid	2.893	Schwarz criterion	1.664
Log likelihood	-2.553	Hannan-Quinn criter	1.204
F-statistic	16.238	Durnin-Watson stat	1.802
Prob (F-statistic)	0.000		

13. Uji Statistik t (Uji Parameter Individual)

Variabel	Coefficient	Std.Error	t-Statistic	Prob
C	0.2865	0.112	2.549	0.01
X1	0.0934	0.035	2.648	0.01
X2	-0.0007	0.0004	-1.775	0.08

14. Uji Simultan (Uji F)

R-square	0.913	Mean dependent var	-2.636
Adjusted R squared	0.857	S.D. dependent var	0.884
S.E. of regression	0.333	Akaike info critetion	0.934
Sum squared resid	2.893	Schwarz criterion	1.664
Log likelihood	-2.553	Hannan-Quinn criter	1.204
F-statistic	16.238	Durnin-Watson stat	1.802
Prob (F-statistic)	0.000		

Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup



RISMA HERMAWATI

BANDUNG, 18 AGUSTUS 2001



Jalan Cidurian Utara /
Kukamanah RT 03 RW 13 KOTA

smahermawati.xap@gmail.co

85864970817

RIWAYAT PENDIDIKAN

2006 – 2007
TK AL – FUR'QON

2007 – 2013
SDN SEKEJATI 2

2013 – 2016
SMP NEGERI 30 BANDUNG

2016 – 2019
SMKS BPI BANDUNG

2019 – Sekarang
STIE EKUITAS BANDUNG

PENGALAMAN ORGANISASI

2013 – 2016
KIR MATEMATIKA SMPN 30 BANDUNG

2016 – 2017
ROHIS SMKS BPI BANDUNG

2020 – 2021
STAFF DIVISION OF MARKETING AND PUBLIC RELATION UNIT
KEGIATAN MAHASISWA EKUITAS HARMONY CHOIR

2020 – 2021
SEKRETARISI SINGING COMPETITION

2021-2022
CHIEF EXECUTIVE OFFICER EKUITAS HARMONY CHOIR (EHC)

PENGALAMAN BEKERJA

MEI – AGUSTUS 2018
PRAKTIK KERJA LAPANGAN (PKL) DI SEKRETARIAT DAERAH PEMERINTAH
PROVINSI JAWA BARAT

11 JULI 2022 – 12 AGUSTUS 2022
PRAKTIK KERJA LAPANGAN (PKL) DI SAMSAT KOTA BANDUNG

Lampiran 8 Surat Permohonan Perubahan Topik/Judul Skripsi

Surat Permohonan Perubahan Topik/Judul Skripsi Program Studi SI Akuntansi

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Risma Hermawati
NPM : C10190096
Judul Skripsi : Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2018-2021

Pembimbing : Hery Syaerul Homan, S.Pd., M.Pd., M.Ak.

Berkenaan dengan proses penelitian dan pembimbingan skripsi dan atas saran serta arahan dari pembimbing, bersama ini saya mengajukan perubahan topik/judul skripsi, yang semula :

“Analisis Harga Pokok Produksi Untuk Menetapkan Harga Jual dengan Metode *Full Costing* (Studi Kasus UMKM Kemeja Bandung Sarae”

menjadi:

“Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2018-2021”

Demikian surat permohonan ini saya sampaikan, atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Bandung, 25 Januari 2023

Mengetahui,
Pembimbing Skripsi



Hery Syaerul Homan, S.Pd., M.Pd., M.Ak.

Yang Mengajukan



Risma Hermawati

