

Analisis Pengaruh Leverage dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas pada Sub Sektor Kosmetik dan Peralatan Rumah Tangga yang Terdaftar di Bei

Desri^{1*}, Mursida Nurfadilah²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, Samarinda, Indonesia.

*Kontak Email: Desri.todingallo@gmail.com

Diterima:13/11/21

Revisi:02/08/21

Diterbitkan: 29/12/21

Abstrak

Tujuan studi: Melakukan analisis tentang pengaruh dari rasio *leverage* dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sektor kosmetik dan peralatan rumah tangga yang terdaftar di BEI periode 2012-2018.

Metodologi: Metode yang digunakan yaitu deskriptif verifikatif berdasarkan data kuantitatif. Analisis statistik yang diterapkan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, analisis regresi, korelasi, pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dan uji F serta analisis koefisien determinasi. Banyaknya data yang digunakan yaitu lima perusahaan sub sektor kosmetik dan peralatan rumah tangga yang terdaftar di BEI selama tujuh tahun (2012-2018). Pengambilan data sekunder berasal dari informasi keuangan untung rugi yang diperoleh dari situs www.idx.co.id serta perusahaan resmi.

Hasil: penelitian menunjukkan jika *leverage* secara segmental berdampak signifikan pada profitabilitas dan perkembangan penjualan secara segmental tidak berdampak signifikan terhadap profitabilitas, akan tetapi berdampak positif dan relevan terhadap Profitabilitas. Nilai R Square sebesar 36,1% yang menunjukkan Profitabilitas mendapat penjelasan dari variabel independen. Sedangkan sisanya 63,9% dijelaskan oleh variabel lain.

Manfaat: Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan serta tambahan ilmu mengenai pengaruh leverage dan pertumbuhan penjualan pada profitabilitas serta dijadikan referensi yang sepadan dengan teori yang telah dipelajari selama kuliah yang berkaitan dengan ilmu pengetahuan ekonomi

Abstract

Purpose Of Study: Analyze the effect of the leverage ratio and sales growth on profitability in the cosmetics and household appliances sub-sector companies listed on the IDX for the period 2012-2018.

Methodology: The method used is descriptive verification based on quantitative data. The statistical analysis applied in this study is the classical assumption test, regression analysis, correlation, hypothesis testing using the t test and F test as well as the coefficient of determination analysis. The amount of data used is that five companies in the cosmetics and household appliances sub-sector have been listed on the IDX for seven years (2012-2018). Secondary data retrieval comes from profit and loss financial information obtained from the website www.idx.co.id and official companies.

Results: The research shows that segmental leverage has a significant impact on profitability and segmental sales development does not have a significant impact on profitability, but has a positive and relevant impact on profitability. The R Square value is 36.1%, which indicates that profitability is explained by the independent variable. While the remaining 63.9% is explained by other variables.

Applications: This research is expected to be able to provide insight and additional knowledge about the effect of leverage and sales growth on profitability and serve as a reference that is commensurate with the theories that have been studied during lectures related to economics.

Kata Kunci: *leverage, sales growth, profitability.*

I. PENDAHULUAN

Bertambahnya minat masyarakat akan produk kecantikan dapat dilihat dengan meningkatnya pertumbuhan penjualan. Kosmetik adalah salah satu industri yang pertumbuhannya patut diperhitungkan saat ini karena mencatat naiknya 20% angka pertumbuhan atau bisa dibilang empat kali lipatnya pertumbuhan di bidang ekonomi pada tingkat nasional tahun 2017. Naiknya angka pertumbuhan ini dipacu oleh tidak sedikitnya angka permintaan yang ada pada pasar domestik serta barang ekspor dengan seiring trending dari masyarakat yang dimulai dengan melihat produk dan perawatan badan yang menjadi kebutuhan yang amat utama. Target yang sekarang dituju oleh produk dari barang kosmetik ini adalah seorang wanita yang mana produk dari barang kosmetik ini telah menjadi kebutuhan yang amat primer disamping itu dengan

perkembangan yang ada di zaman sebuah pabrik perindustrian ini, barang kosmetik ini juga memiliki inovasi untuk kaum pria serta anak-anak.

Tercatat di tahun 2017 pada Menteri perindustrian bahwa industri kosmetik di Indonesia meningkat pesat dengan angka mencapai 760 perusahaan lebih, melalui angka tersebut 95 pada bidang perindustrian kosmetik di tingkat nasional adalah sektor perindustrian yang masih kecil serta menengah, dan sisa perindustrian tersebut memiliki skala yang amat besar (Kemenperin.go.id). Untuk itu tiap tahunnya usaha milik seseorang yang bergerak di bidang kosmetik harus mengalami peningkatan pada produksinya untuk terpenuhinya angka permintaan dari seorang konsumen dan tercapainya target yang sudah dituju. Tiap usaha milik seseorang punya strategi yang mampu mengalami peningkatan pada jumlah penjualan. Untuk itu sebuah produk yang dibuat harus mampu menarik minat dari seorang konsumen. Kemampuan pengelolaan manajemen yang baik akan memperoleh profit yang besar serta peningkatan angka jual dari sebuah produk yang berhasil dibuat akan mengalami peningkatan juga melalui probabilitas usaha milik seseorang.

Profitabilitas merupakan sebuah tingkatan yang harus dicapai di tiap usaha milik seseorang. Ketiadaan dari sebuah profitabilitas, menimbulkan ketidak bertahanan sebuah bisnis yang dijalankan untuk jangka panjangnya. Pengukuran profitabilitas amat penting dilakukan, hal ini mampu diukur dengan memakai pendapatan serta pengeluaran.

Tumbuh kembangnya usaha milik seseorang akan mampu ternikmati dalam pengambilan sebuah keuntungan di sebuah investasi yang punya prospek yang sedikit buruk. Makin tingginya angka jual yang diharapkan maka makin tingginya profitabilitas pada usaha milik seseorang. Tingginya tingkat penjualan dengan dibarengi oleh tingginya hasil operasi yang makin bertambahnya angka kepercayaan di pihak yang ada di luar kepada usaha milik seseorang. Dengan kepercayaan yang sudah tinggi dari seorang investor maka proporsi dari pada hutang akan semakin meningkat pula dengan modal sendiri. Pertumbuhan penjualan dalam penelitian ini diukur memakai rumus seperti berikut:

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan Tahun Ini} - \text{Penjualan Tahun Lalu}}{\text{Penjualan Tahun Lalu}} \quad (1)$$

Leverage merupakan sebuah faktor yang berpengaruh pada profitabilitas dikarenakan *leverage* dipakai untuk tambahan modal dari usaha milik seseorang dalam peningkatan sebuah keuntungan. “Leverage adalah penggunaan aset dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham” ([Agus Sartono, 2010:257](#)). Leverage dalam penelitian ini menggunakan rasio DAR

$$\text{DAR} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Aktiva}} \quad (2)$$

Penelitian ini adalah replikasi dari penelitian yang telah dilaksanakan oleh [Elfianto Nugroho \(2011\)](#). Mengacu pada latar belakang yang telah diuraikan diatas, penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian skripsi dengan judul “PENGARUH LEVERAGE, DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN”. (Studi pada perusahaan kosmetik dan peralatan rumah tangga yang tercatat pada Bursa sebuah Efek di Negara Indonesia pada Tahun 2012-2018).

2. METODOLOGI

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dimana data yang didapatkan dalam sebuah skala mampu dilakukan analisis dengan analisis statistic. Teknik kuantitatif adalah sebuah metode yang bepedoman pada sebuah filsafat yang masih positifisme, dipakai pada sebuah penelitian yang populasi serta sampel tertentu pada pengambilan sebuah data memakai instrumen dari sebuah penelitian serta menganalisis sebuah data yang sifatnya kuantitatif sesuai dengan sebuah statistik yang dipakai untuk menganalisis sebuah dugaan yang telah ditentukan sebelumnya ([Sugiyono, 2010](#)). Penelitian ini dimaksud untuk mengetahui terpengaruhnya sebuah leverage dan tumbuhnya nilai jual kepada profitabilitas dalam usaha milik seseorang pada barang kosmetik yang ada di Bursa keefektifan Indonesia (2015-2018).

Keseluruhan subjek penelitian adalah pengertian dari populasi. Populasi yang digunakan adalah usaha milik seseorang manufaktur pada sub sektor kosmetik yang ada di Bursa sebuah Efek di Negara Indonesia 2012-2018. Dengan menggunakan sampel sejumlah 5 perusahaan. Berikut terlampir data sampel adalah seperti berikut: PT. Akasha Wira Internasional, Tbk, PT. Mustikas Ratu, Tbk, PT. Mandom Indonesia, Tbk, PT. Unilever Indonesia, Tbk, PT. Martina Berto, Tbk.

Selanjutnya dianalisis dengan memakai teknik pengelolaan sebuah data. Data analisis merupakan sebuah data yang terkait serta terhubung pada variabel lainnya dengan cara kuantitatif serta uji hipotesis dengan melakukan penetapan hipotesis, pengujian klasik dimana dianalisis dengan regresi linier. Mengacu pada penguraian di atas, hal ini mampu disimpulkan bahwasannya leverage serta tumbuhnya nilai jual yang memiliki pengaruh pada probabilitas sebuah usaha milik seseorang dan terproyeksi kedalam Return on Assets atau biasa disebut dengan (ROA). Pengujian pengaruh leverage serta tumbuhnya nilai jual membutuhkan sebuah hubungan yang tergambar pada paradigma sebuah penelitian seperti berikut:

3. HASIL DAN DISKUSI

- 1) Analisis Leverage Usaha Milik Seseorang sebuah Barang Kosmetik serta Kebutuhan dalam Rumah Tangga Yang Tercatat pada Bursa Efek di Negara Indonesia 2012-2018

Tabel 1 : Hasil Analisis Statistik Deskriptif Leverage

| Descriptive Statistics | | | | | |
|-------------------------------|----|---------|---------|---------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| DAR | 35 | 13,00 | 76,00 | 40,1143 | 19,36457 |
| Valid N (listwise) | 35 | | | | |

Mengacu pada [table 1](#) bahwa jumlah yang ada pada data (N) yang dipakai pada usaha milik seseorang untuk barang kosmetik serta kebutuhan yang tersedia di rumah tangga dan tercatat pada sebuah bursa efek di Negara Indonesia pada penelitian ini berjumlah 35 data. Mengacu pada olahan data yang terlihat bahwa nilai daripada leverage amat bervariasi, nilai rerata leverage yaitu 40,1143% nilai minimumnya mencapai 13,00% yaitu PT. Mandom Tbk di tahun 2012 hal ini memberi gambaran bahwa sebuah usaha milik seseorang punya leverage yang amat rendah. Nilai maksimumnya adalah 76% yaitu PT. Mustika Ratu, Tbk di tahun 2012, hal ini mengartikan bahwa usaha milik seseorang punya leverage yang amat tinggi.

- 2) Analisis Tumbuhnya Nilai Jual Pada Usaha Milik Seseorang sebuah Barang Kosmetik serta Kebutuhan dalam Rumah Tangga Yang Tercatat pada Bursa Efek di Negara Indonesia 2012-2018

Tabel 2 : Hasil Analisis Statistik Deskriptif Pertumbuhan Penjualan

| Descriptive Statistics | | | | | |
|-------------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| PERTUMBUHAN PENJUALAN | 35 | -31,31 | 59,00 | 7,2191 | 15,71203 |
| Valid N (listwise) | 35 | | | | |

Mengacu pada [table 2](#) bahwa jumlah yang ada pada data (N) yang dipakai pada usaha milik seseorang untuk barang kosmetik serta kebutuhan yang tersedia di rumah tangga dan tercatat pada sebuah bursa efek di Negara Indonesia pada penelitian ini berjumlah 35 data. Mengacu pada olahan data yang terlihat bahwa nilai daripada tumbuhnya nilai Penjualan amat bervariasi, nilai rerata tumbuhnya nilai penjualan yaitu 7,2191% nilai minimumnya mencapai -31,31% yaitu PT Martina Berto Tbk di tahun 2018 hal ini memberi gambaran bahwa sebuah usaha milik seseorang punya pertumbuhan nilai penjualan yang amat rendah. Nilai maksimumnya adalah 59% yaitu PT Akasha Wira International, Tbk di tahun 2012, hal ini mengartikan bahwa usaha milik seseorang punya pertumbuhan nilai penjualan yang amat tinggi.

- 3) Analisis Profitabilitas Pada Usaha Milik Seseorang Sebuah Barang Kosmetik serta Kebutuhan dalam Rumah Tangga Yang Tercatat pada Bursa Efek di Negara Indonesia 2012-2018

Tabel 3 : Hasil Analisis Statistik Deskriptif Profitabilitas

| Descriptive Statistics | | | | | | | | | |
|-------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------------|-----------|------------|
| | N | Range | Minimum | Maximum | Sum | Mean | Std. Deviation | Skewness | |
| | Statistic | Statistic | Std. Error |
| ROA | 35 | 93,72 | -47,06 | 46,66 | 373,29 | 10,6654 | 18,82670 | -,171 | ,398 |
| Valid N (listwise) | 35 | | | | | | | | |

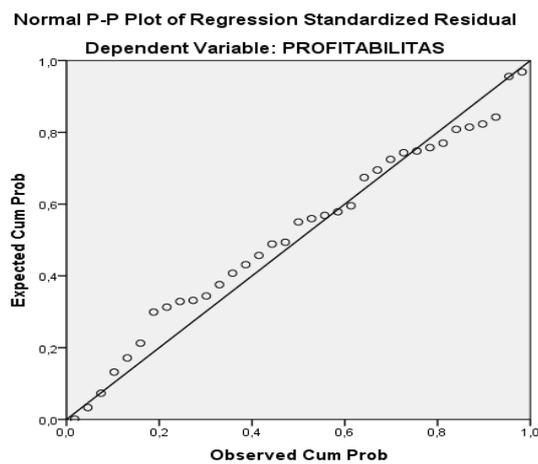
Mengacu pada [table 3](#) bahwasannya jumlah yang ada pada data (N) yang dipakai pada usaha milik seseorang untuk barang kosmetik serta kebutuhan yang tersedia di rumah tangga dan tercatat pada sebuah bursa efek di Negara Indonesia pada penelitian ini berjumlah 35 data. Mengacu pada olahan data yang terlihat bahwa nilai daripada profitabilitasnya amat bervariasi, nilai rerata profitabilitasnya yaitu 10,6654% nilai minimumnya mencapai -47% yaitu PT Mustika Ratu Tbk di tahun 2017 hal ini memberi gambaran bahwasannya sebuah usaha milik seseorang punya profitabilitasnya yang amat rendah. Nilai maksimumnya adalah 46,66% yaitu PT Unilever Indonesia di tahun 2018, hal ini mengartikan bahwa usaha milik seseorang punya profitabilitasnya yang amat tinggi.

- 4) Pengujian Asumsi Klasik

Tabel 4 : Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 35 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | 0E-7 |
| | Std. Deviation | 15,04905319 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,122 |
| | Positive | ,093 |
| | Negative | -,122 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | ,722 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,674 |

Mengacu pada [table 4](#) perhitungan dari sebuah nilai *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* bagi model regresi yang diambil melalui pengolahan data senilai 0,722 dengan nilai signya $(0,674) > (0,05)$. Hal ini mengartikan bahwa nilai dari residualnya sebuah model pada regresi terdistribusi secara normal.



Gambar 1. *Normal Probability Plot*

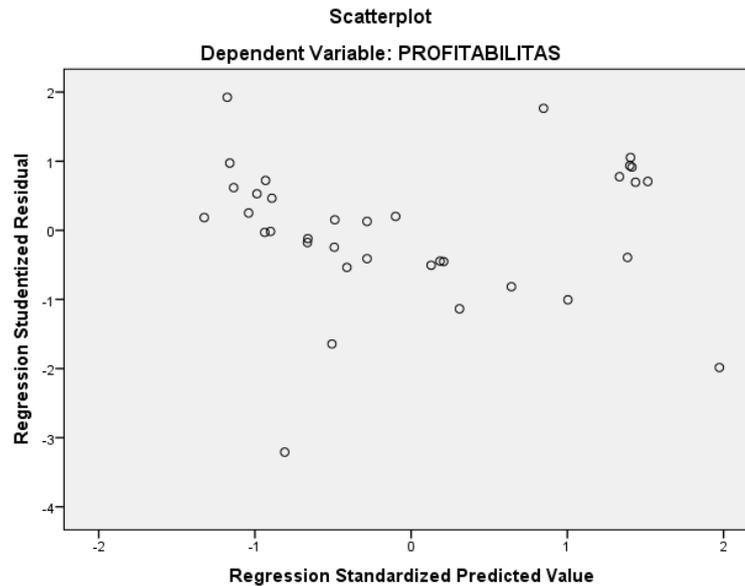
Mengacu pada [gambar 1](#), memberi sebuah gambaran bahwa sebuah data tersebar pada seputaran garis yang membentuk sebuah garis diagonal ke atas serta memberi sebuah gambaran bahwa pola yang tersusun pada gambar tersebut ialah pola yang terdistribusi secara normal dan juga hal ini menegaskan bahwasannya asumsi daripada normalitas sudah terpenuhi.

Tabel 5 : Hasil Uji Asumsi Multikolinearitas
Coefficients

| Model | Collinearity Statistics | |
|-----------------------|-------------------------|-------|
| | Tolerance | VIF |
| (Constant) | | |
| DAR | ,985 | 1,016 |
| PERTUMBUHAN PENJUALAN | ,985 | 1,016 |

a. Dependent Variable: PROFITABILITAS

Mengacu pada [table 5](#) hasil pengolahan data pada tabel bahwa memperlihatkan nilai daripada *Tolerance* yang didapat hampir mengarah ke angka 1 serta nilai VIFnya di tiap variabelnya dari sebuah penelitian kurang dari 10, hal ini mengartikan bahwasannya ketiadaan dari adanya kejadian yang mengarah ke gejala multikolinieritas di tiap variabel yang independen.



Gambar 2. grafik *scatterplot* Uji heteroskedastisitas

Mengacu pada [gambar 2](#) grafik di atas memperlihatkan adanya sebuah pola yang tidak tersusun dengan bagus, dimana terlihat bahwa sebuah titik tersebar secara acak dan tersebar dengan merata di atasnya dari sumbu X ataupun sumbu Y, untuk itu hal ini memperlihatkan dari ketiadaan terjadinya heteroskedastisitas pada sebuah model regresi liniernya.

Tabel 6 : Nilai *Durbin Watson* untuk Uji Autokorelasi

| Model Summary | | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | ,601 ^a | ,361 | ,321 | 15,51221 | 1,170 |

Mengacu pada [table 6](#) hasil hitung statistic dari *Durbin-Watsonnya* (D-W) pada model regresinya ini senilai 1,170 karena nilai Durbin –Watson model regresi $DW (1,170) < dL < (1,3433)$, hal ini mengatakan bahwa ketiadaan dari adanya autokorelasi.

Tabel 7 : Hasil Pengujian Analisis Regresi Linier Berganda

| Coefficients | | | | | | |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|--------|------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | |
| | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 | (Constant) | -12,193 | 6,127 | | -1,990 | ,055 |
| | DAR | ,526 | ,138 | ,541 | 3,800 | ,001 |
| | PERTUMBUHAN PENJUALAN | ,243 | ,171 | ,203 | 1,423 | ,164 |

Mengacu pada [table 7](#), bentuk dari persamaan regresinya adalah seperti berikut:

$$Y = -12,193 + 0,526 X_1 + 0,243 X_2 + e$$

Nilai konstantanya (a) dalam model regresinya ini adalah -12,193 jika variabel ROA (Y) tidak terpengaruh dari variabel leveragennya serta tumbuhnya nilai penjualan yang memiliki nilai nol, maka rata-rata ROAnya akan bernilai -12,193 dengan koef. Regresinya senilai 0,526 yang memberi sebuah gambaran bahwa tiap variabelnya bernilai konstan, sehingga tiap kenaikan *leveragennya* akan mengikuti sebuah tingkatan dari ROA di sebuah usaha milik seseorang sejumlah 0,526 begitu sebaliknya. Nilai koef. Regresi dari pertumbuhan nilai penjualan senilai 0,243 yang mengartikan hubungan searah antara pertumbuhan nilai penjualan dengan probabilitasnya (ROA). Nilai ini mengatakan bahwa jika tiap variabelnya memiliki sifat yang konstan, maka tiap kenaikan 1 satuan pada pertumbuhan nilai jual akan dibarengi dengan kenaikan ROAnya dari sebuah usaha milik seseorang senilai 0,243 begitupun sebaliknya.

5) Analisis Determinasi

Tabel 8 : Pengaruh rasio leverage dan pertumbuhan penjualan terhadap ROA

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | ,601 ^a | ,361 | ,321 | 15,51221 |

Mengacu pada [table 8](#) hasil hitung-hitungan memakai software SPSS dari olahan data memperlihatkan bahwa nilai R koefisiensi Korelasinya dari hubungan antar leverage serta tumbuhnya nilai penjualan kepada profitabilitasnya senilai 0,601% berkategori sedang ([sugiyono, 2012:250](#)). Hasil nilai dari korelasinya untuk pengaruhnya dari pada tingkat rasio leverage serta pertumbuhan nilai penjualannya kepada ROA secara simultan punya nilai korelasi senilai 0,361 dengan koefisiensi determinasinya (R Square) senilai 36,1%, hal ini mengartikan bahwa ROA mampu terpengaruh oleh Leverage serta pertumbuhan nilai penjualan senilai 36,1% sedangkan sisanya 63,9% mampu terpengaruh oleh faktor lainnya.

6) Uji Simultan (Uji t)

Tabel 9 : Hasil Uji t
Coefficients

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. |
|--------------------------|-----------------------------|------------|-----------------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | | | |
| (Constant) | -12,193 | 6,127 | | -1,990 | ,055 |
| 1 DAR | ,526 | ,138 | ,541 | 3,800 | ,001 |
| PERTUMBUHAN PENJUALAN | ,243 | ,171 | ,203 | 1,423 | ,164 |

Mengacu pada [table 9](#) uji t di atas maka diperoleh:

Nilai sig. pada variabel X₁ leverage (DAR) kepada rasio profitabilitasnya Y yaitu 0,001 < 0,005 serta nilai t_{hitung} 3,800 > 2,037, hal ini mengartikan bahwa variabel leveragenya punya pengaruh yang positif serta signifikan pada profitabilitas dari usaha milik seseorang. Untuk itu penerimaan hipotesis pertama.

Nilai sig. pada variabel X₂ pertumbuhan nilai penjualan kepada rasio profitabilitasnya Y yaitu 0,164 < 0,005 serta nilai t_{hitung} 1,423 < 2,037, hal ini menyatakan bahwa variabel pertumbuhan nilai penjualan punya pengaruh yang positif serta signifikan pada profitabilitas dari usaha milik seseorang. Untuk itu penerimaan hipotesis kedua.

7) Uji Parsial (Uji-F)

Tabel 10 : Uji F
ANOVA^a

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| Regression | 4350,998 | 2 | 2175,499 | 9,041 | ,001 ^b |
| 1 Residual | 7700,116 | 32 | 240,629 | | |
| Total | 12051,114 | 34 | | | |

Mengacu pada [table 10](#) bahwa F_{hitung} 9,041 > F_{tabel} 3,28 serta hasil signifikansi dari uji F adalah bernilai 0,001 < 0,05, hal ini mengartikan bahwa secara simultan variabel leveragenya (DAR) serta tumbuhnya nilai penjualan memiliki sebuah pengaruh yang signifikan kepada profitabilitasnya (ROA).

Pembahasan

a. Pengaruh rasio leverage (DAR) terhadap profitabilitas (ROA)

Nilai signifikansi dari variabel X₁ leverage (DAR) kepada rasio profitabilitasnya Y yaitu 0,001 < 0,005 serta nilai t_{hitung} 3,800 > 2,037, hal ini menyatakan bahwa variabel leveragenya punya pengaruh yang positif serta signifikan pada profitabilitas dari usaha milik seseorang. Untuk itu penerimaan hipotesis pertama.

Hasil penelitian yang menunjukkan arah positif dan signifikan menunjukkan bahwa seberapa besar perbandingan dari sebuah penjumlahan utang dengan keseluruhan aktiva. Jika rasio yang ada tinggi maka dana yang mengalami perulangan akan makin kesulitan dalam usaha milik seseorang untuk mendapatkan penambahan sebuah pinjaman dikarenakan khawatirnya sebuah usaha milik seseorang yang nantinya tidak sanggup untuk menutupi hutangnya dengan memakai aktiva yang ia miliki, begitu sebaliknya.

Hal ini diperkuat oleh [Niken Hastuti \(2010\)](#) bahwa variabel leveragenya memiliki sebuah pengaruh kepada profitabilitasnya. Hasil yang sama oleh [Anisa Sulistyowati \(2011\)](#) bahwa leveragenya punya pengaruh kepada profitabilitasnya.

b. Pengaruh rasio pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas (ROA)

Nilai signifikansi dari variabel X_2 pertumbuhan nilai penjualan kepada rasio profitabilitasnya Y yaitu $0,164 < 0,005$ serta nilai $t_{hitung} 1,423 < 2,037$, hal ini menyatakan bahwa variabel pertumbuhan nilai penjualan punya pengaruh yang positif serta signifikan pada profitabilitas dari usaha milik seseorang. Untuk itu penerimaan hipotesis kedua.

Nilai Jual diwajibkan untuk dapat menutupi sebuah pembiayaan sehingga akan terjadi peningkatan pada keuntungannya, namun tumbuhnya nilai penjualan yang terjadi pada usaha milik seseorang ini adalah ditambahnya aktiva dan juga tingginya angka biaya seperti halnya gaji, imbalan, serta upah bagi seorang karyawannya, biaya bahan baku, pembiayaan bahan yang dipasarkan serta adanya iklan dan juga tingkat depresi pada nilai penukaran rupiah akibatnya naiknya pembiayaan untuk bahan baku yang impor, hal ini mengakibatkan tingginya angka probabilitas yang berharap untuk tidak tercapai dikarenakan tumbuhnya nilai penjualan belum sanggup untuk menutup biaya yang dikeluarkannya.

Hal ini diperkuat oleh [Elfianto Nugroho \(2011\)](#) bahwa variabel tumbuhnya nilai penjualan tidak memiliki sebuah pengaruh kepada profitabilitasnya. Hasil yang sama oleh [Niken Hastuti \(2010\)](#) juga bahwa tumbuhnya nilai penjualan tidak punya pengaruh kepada profitabilitasnya, begitu juga dengan [Anisa Sulistyowati \(2011\)](#) bahwa tumbuhnya nilai penjualan tidak punya pengaruh kepada profitabilitasnya

c. Pengaruh rasio leveragenya serta pertumbuhan sebuah nilai penjualan kepada profitabilitasnya (ROA)

Mengacu pada tabel bahwa $F_{hitung} 9,041 > F_{tabel} 3,28$ serta hasil signifikansi dari uji F adalah bernilai $0,001 < 0,05$, hal ini menyatakan bahwa secara simultan variabel leveragenya (DAR) serta pertumbuhan nilai penjualan memiliki sebuah pengaruh yang signifikan kepada profitabilitasnya (ROA) di sebuah usaha milik seseorang pada sektor sebuah kosmetik yang tercatat pada bursa efek di Negara Indonesia

Leverage merupakan sebuah faktor yang berpengaruh pada profitabilitas dikarenakan *leverage* dipakai untuk tambahan modal dari usaha milik seseorang dalam peningkatan sebuah keuntungan. *Leverage* dalam penelitian ini menggunakan rasio DAR. Profitabilitas merupakan sebuah tingkatan yang harus dicapai di tiap usaha milik seseorang. Ketiadaan dari sebuah profitabilitas, menimbulkan ketidak bertahanan sebuah bisnis yang dijalankan untuk jangka panjangnya. Pengukuran profitabilitas amat penting dilakukan, hal ini mampu diukur dengan memakai pendapatan serta pengeluaran.

Tumbuh kembangnya usaha milik seseorang akan mampu ternikmati dalam pengambilan sebuah keuntungan di sebuah investasi yang punya prospek yang sedikit buruk. Makin tingginya angka terjual yang diharapkan maka makin tingginya profitabilitas pada usaha milik seseorang. Tingginya tingkat penjualan dengan dibarengi oleh tingginya hasil operasi akan semakin bertambahnya angka kepercayaan di pihak yang ada di luar kepada usaha milik seseorang. Dengan kepercayaan yang sudah tinggi dari seorang investor maka proporsi dari pada hutang akan semakin meningkat pula dengan modal sendiri.

Hasil ini didukung oleh [Cintya Dewi Farhana \(2016\)](#), [Tenie Yuliyanti Putri \(2015\)](#) serta [Serly Vidi Junawati \(2015\)](#), yang menyatakan bahwa *leverage* serta pertumbuhan nilai penjualan memiliki sebuah pengaruh yang positif kepada profitabilitasnya.

4. KESIMPULAN

Leverage secara parsial punya pengaruh yang amat positif serta signifikan kepada profitabilitasnya (ROA) pada usaha milik seseorang di sektor kosmetik yang tercatat pada Bursa sebuah Efek di Negara Indonesia, dengan Nilai sig. pada variabel X_1 *leverage* (DAR) kepada rasio profitabilitasnya Y yaitu $0,001 < 0,005$ serta nilai $t_{hitung} 3,800 > 2,037$, hal ini mengartikan bahwa variabel leveragenya punya pengaruh yang positif serta signifikan pada profitabilitas dari usaha milik seseorang. Untuk itu penerimaan hipotesis pertama.

Pertumbuhan penjualan secara parsial tidak punya pengaruh yang signifikan kepada Profitabilitasnya pada usaha milik seseorang di sektor kosmetik yang tercatat pada Bursa sebuah Efek di Negara Indonesia dengan Nilai sig. pada variabel X_2 Pertumbuhan nilai penjualan kepada rasio profitabilitasnya Y yaitu $0,164 < 0,005$ serta nilai $t_{hitung} 1,423 < 2,037$, hal ini menyatakan bahwa variabel Pertumbuhan nilai penjualan punya pengaruh yang positif serta signifikan kepada profitabilitas dari usaha milik seseorang. Untuk itu penerimaan hipotesis kedua.

leverage serta pertumbuhan dari nilai penjualan memiliki sebuah pengaruh yang positif kepada profitabilitasnya dengan tabel bahwa $F_{hitung} 9,041 > F_{tabel} 3,28$ serta hasil signifikansi dari uji F yaitu bernilai $0,001 < 0,05$, hal ini menyatakan bahwa secara simultan variabel leveragenya (DAR) serta pertumbuhan dari nilai penjualan memiliki sebuah pengaruh yang signifikan kepada profitabilitasnya (ROA) di sebuah usaha milik seseorang pada sektor sebuah kosmetik yang tercatat pada bursa efek di Negara Indonesia.

SARAN

Perusahaan sebaiknya memperkuat peningkatan nilai leveragenya pada hasil sebuah penelitian yang memberi gambaran bahwa leveragenya mampu mengalami peningkatan profitabilitasnya supaya usaha milik seseorang mampu mendapatkan profit yang maksimal. Untuk peningkatan profitabilitas sebuah usaha milik seseorang, maka pihak perusahaan ada baiknya mengolah penggunaan sebuah asset serta kewajibannya supaya lebih efektif serta efisien sehingga mampu meminimalisir adanya resiko keuangan, guna menarik sebuah investor serta seorang masyarakat guna penanaman sebuah modal. Dalam penelitian berikutnya diharapkan peneliti mampu mempertimbangkan sebuah kemungkinan yang mampu mempengaruhi variabel lain serta dapat dipakai dalam pengukuran pengaruh kepada profitabilitasnya.

Perusahaan ada baiknya melihat kenaikan dari angka pertumbuhan nilai penjualan serta melihat margin yang didapatkannya dikarenakan tiap usaha milik seseorang punya pertumbuhan sebuah nilai penjualan yang amat tinggi namun bisa saja memperoleh keuntungan minim.

Kepada pihak manajemen di sebuah usaha milik seseorang hendaknya mengkonstantakan tingkat kestabilannya dari leverage serta pertumbuhan sebuah nilai penjualan yang secara baik dan juga efisien guna menghasilkan profitabilitas yang sesuai dengan harapan dari usaha milik seseorang.

REFERENSI

- Cintya Dewi Farhana, Gede Putu Agus Jana Susila, I Wayan Suwendra. 2016. Pengaruh Perputaran Persediaan dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Pada PT Ambara Madya Sejati Di Singaraja Tahun 2012-2014. E-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha. Volume 4. Tahun 2016.
- Elfianto Nugroho. 2011. Analisis Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, Perputaran Modal Kerja, Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Pada BEI Pada Tahun 2005-2009). Semarang. Universitas Diponegoro.
- Gladys Suryaputra dan Yulius Jogi Christiawan. 2016. Pengaruh Manajemen Modal Kerja, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Properti dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2010-2014. Business Accounting Review. Vol. 4. No. 1. Januari 2016. 493-504.
- Kasmir. 2014. Analisis Laporan Keuangan (1st ed.) : Rajawali Pers. Jakarta
- Nugroho, Elfianto. 2011. Analisis Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, Perputaran Modal Kerja, Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar pada BEI pada Tahun 2005 – 2009). Jurnal Ekonomi Volume 1 Nomor 7. Universitas Diponegoro.
- Serly Vidi Junawati. 2015. Pengaruh Modal Kerja Serta Pertumbuhan Penjualan Kepada Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Tekstil dan Garmen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Skripsi. Bogor. Universitas Pakuan
- Tenie Yulianti Putri. 2015. Pengaruh Likuiditas, Leverage, Pertumbuhan Penjualan, serta Perputaran sebuah Modal Kerja kepada Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Otomotif dan juga Komponen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). Skripsi. Bandung. Universitas Pasundan