

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

**Putri Kintani Mashuri<sup>1</sup>, Arief Tri Hardiyanto<sup>2</sup>, dan Haqi Fadillah<sup>3</sup>, Akhsanul Khaq<sup>4</sup>**

Universitas Pakuan, Bogor, Indonesia

Email korespondensi: [putrikintani19@gmail.com](mailto:putrikintani19@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap profitabilitas, pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas di sektor *auto components* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah 17 perusahaan dan sampel yang digunakan adalah 6 perusahaan. Metode Analisis Regresi Data Panel dengan alat analisis Eviews 12. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap profitabilitas, pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas, dan *leverage* dan pertumbuhan penjualan secara bersama-sama berpengaruh terhadap profitabilitas.

**Kata Kunci : *Leverage, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas***

**ABSTRACT**

*This study is to determine the effect of leverage on profitability, the effect of sales growth on profitability in the auto components sector listed on the Indonesia Stock Exchange in 2018-2023. Sampling was done using purposive sampling techniques. The population in this study is 17 companies and the sample used is 6 companies. Panel Data Regression Analysis Method with Eviews analysis tool 12. The results of this study show that leverage affects profitability, sales growth affects profitability, and leverage and sales growth together affect profitability.*

**Keywords: *Leverage, Sales Growth, Profitability***

## PENDAHULUAN

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

Indonesia merupakan pasar otomotif terbesar di Asia Tenggara dan salah satu industri yang memiliki potensi berkembang dalam meningkatkan nilai ekspor serta kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Berdasarkan hal tersebut pada sektor otomotif ini manajemen perusahaan dituntut dapat meningkatkan kinerja di segala bidang dan mengelola sumber daya yang dimiliki secara efektif dan efisien untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan semakin efektif perusahaan dalam menjalankan operasinya sehingga mampu meningkatkan keuntungan yang optimal (Shintya, 2020).

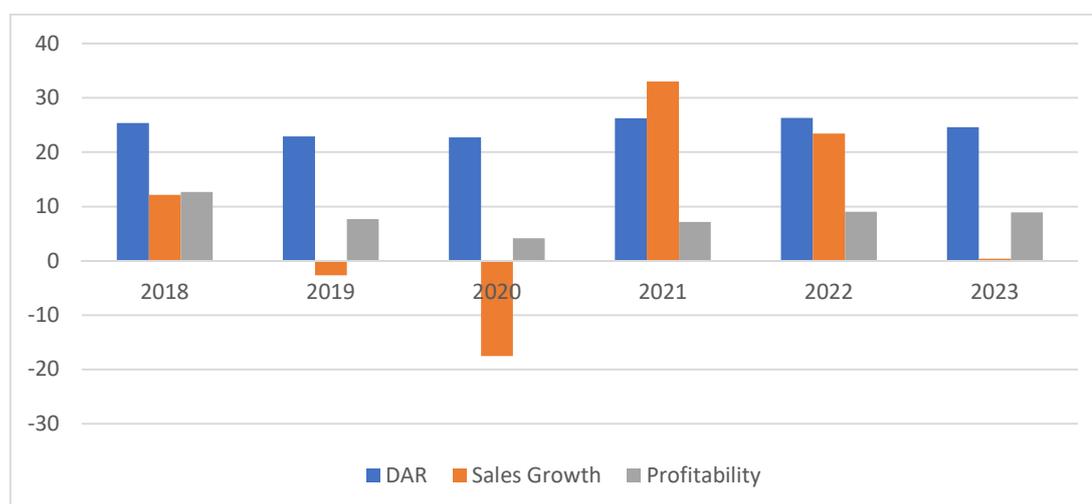
Menurut Kasmir (2019) menyatakan bahwa Profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan atau laba dalam satu periode tertentu. Rasio ini juga dapat memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen perusahaan yang dapat di tunjukkan dari laba yang diperoleh dari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

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

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

**Tabel 1. Data Leverage, Sales Growth, dan Profitabilitas**

Variabel	2018	2019	2020	2021	2022	2023
DAR (%)	25,35	22,91	22,75	26,26	26,34	24,62
Sales Growth (%)	12,14	-2,68	-17,54	33,04	23,43	0,40
ROA (%)	12,67	7,68	4,17	7,16	9,05	8,90

**Gambar 1 Rata-Rata Debt to Assets Ratio, Sales growth, Profitabilitas**

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan tahun 2018-2023 leverage perusahaan *auto components* adanya gap yang terjadi pada tahun 2020. Dimana *leverage* mengalami peningkatan sebesar 0,56% tetapi profitabilitas mengalami penurunan sebesar 3.51%.

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan tahun 2018-2023 pertumbuhan penjualan perusahaan *auto components* adanya gap yang terjadi pada tahun 2020. Dimana pertumbuhan penjualan mengalami penurunan sebesar -14,86% yang diikuti dengan penurunan profitabilitas profitabilitas sebesar 3,51%.

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

## KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### Leverage

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

### **Pertumbuhan Penjualan**

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

### **Profitabilitas**

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

### **Pengaruh *Leverage* terhadap Profitabilitas**

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

H1 : *Leverage* berpengaruh terhadap profitabilitas.

### **Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas**

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

Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh yang strategis bagi perusahaan karena pertumbuhan penjualan ditandai dengan peningkatan market share yang akan berdampak pada pertumbuhan penjualan perusahaan sehingga akan meningkatkan profitabilitas perusahaan (Widhi, 2021). Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fransisca dan Widjaja (2019) bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap profitabilitas, dimana perusahaan yang memiliki penjualan tinggi dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. Penelitian serupa dilakukan oleh Sukadana dan Triaryati (2018) bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Semakin

tingginya profit yang akan diperoleh, sehingga dapat mendorong tingkat profitabilitas perusahaan. Berdasarkan analisis dan temuan diatas, maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

H2 : Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas

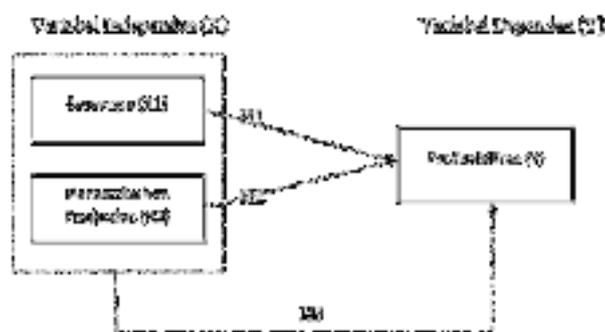
### **Pengaruh *Leverage* dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas**

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

H3 : *Leverage* dan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas

### **Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang dikemukakan, maka kerangka pemikiran mengenai Pengaruh Leverage dan pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas di Sektor Auto Components yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2023 digambarkan berikut ini.



**Gambar 2 Kerangka Pemikiran**

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

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

### **Metode Penarikan Sampel**

Sampel dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan metode purposive sampling, alasan pemilihan sampel dengan menggunakan teknik purposive sampling karena tidak semua sampel memiliki kriteria

yang sesuai dengan yang telah penulis tentukan. Sampel yang digunakan 6 perusahaan dari 17 perusahaan *auto components* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2023. Metode pengolahan data menggunakan analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi data panel dan uji hipotesis (analisis koefisien determinasi dan uji koefisien regresi secara parsial).

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil statistik pada tabel 2 menunjukkan bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 6 sampel data dan jangka waktu pengambilan sampel sebanyak 6 tahun penelitian, maka  $N = 36$ .

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

1. Variabel dependen profitabilitas yang diukur dengan Return on Assets (ROA) mempunyai rata-rata 8,231944 yang berarti rata-rata perusahaan mampu meningkatkan profitabilitas namun kecil. Nilai tertinggi ROA sebesar 30,65000 dan nilai terendahnya sebesar 0,010000 hal itu berarti terdapat perusahaan yang memiliki profitabilitas cukup besar. Variasi dari variabel ROA dijelaskan dengan standar deviasi sebesar 6,630336. Nilai mean variabel dependen profitabilitas lebih besar dari standar deviasi, sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata dari seluruh data pada variabel profitabilitas mampu menggambarkan seluruh variabel dengan baik.
2. Variabel independen pertama yaitu leverage diukur menggunakan Debt to Asset Ratio (DAR) menunjukkan bahwa nilai tertinggi sebesar 49,42000 dan nilai terendah sebesar 6,650000. Nilai tertinggi variabel leverage (DAR) dimiliki oleh PT. Astra International Tbk pada tahun 2018 dan nilai terendah dimiliki PT. Multi Prima Sejahtera Tbk tahun 2019. Nilai mean variabel independen leverage lebih besar dari standar deviasi, sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata dari seluruh data pada variabel independen leverage mampu menggambarkan seluruh variabel dengan baik.
3. Variabel independen kedua yaitu pertumbuhan penjualan diukur menggunakan Sales Growth (SG) menunjukkan bahwa nilai tertinggi sebesar 85,01000 dan nilai terendah sebesar -32,48000. Nilai tertinggi variabel Pertumbuhan Penjualan (SG) dimiliki oleh PT Indospring Tbk pada tahun 2021 dan nilai terendah dimiliki PT Mitra Pinasthika Mustika Tbk tahun 2020. Nilai mean variabel independen pertumbuhan penjualan lebih kecil dari standar deviasi, sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata dari seluruh data pada variabel independen pertumbuhan penjualan kurang mampu menggambarkan seluruh variabel dengan baik.

**Tabel 2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif**

	ROA	DAR	SG
Mean	8.231944	24.61444	8.13111
Median	6.140000	24.48000	6.750000
Maximum	30.65000	49.42000	85.01000
Minimum	0.010000	6.650000	-32.48000

Std. Dev.	6.630336	12.01914	22.35352
-----------	----------	----------	----------

(Sumber : Hasil Pengolahan data dengan Eviews 12, Tahun 2024)

**Uji Pemilihan Model Regresi Data Panel**

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

**Uji Chow**

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

**Tabel 3 Hasil Analisis Uji Chow**

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	7.271914	(5,28)	0.0002
Cross-section Chi-square	29.962120	5	0.0000

Sumber: Data diolah dengan Eviews 12 (2024)

Berdasarkan tabel 3 diperoleh hasil nilai probabilitas Cross-section Chi-Square  $< 0,05$  yaitu sebesar 0,0000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima yang artinya model yang dipilih Fixed Effect Model.

**Uji Hausman**

Dalam uji hausman apabila nilai Cross-section random  $< a$  0,05, maka *Fixed Effect Model* yang dipilih maka  $H_0$  ditolak, sebaliknya apabila nilai Cross-section random  $> a$  0,05, maka *Random Effect Model* yang dipilih maka  $H_1$  ditolak.

**Tabel 4 Hasil Analisis Uji Hausman**

Test Summary	Chi-sq. statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	0.748449	2	0.6878

Sumber: Data diolah dengan Eviews 12 (2024)

Berdasarkan tabel 4 diperoleh hasil nilai probabilitas Cross-section random  $> 0,05$  yaitu sebesar 0,6878. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima yang artinya model yang dipilih adalah Random Effect Model.

**Uji Langrange Multiplier**

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

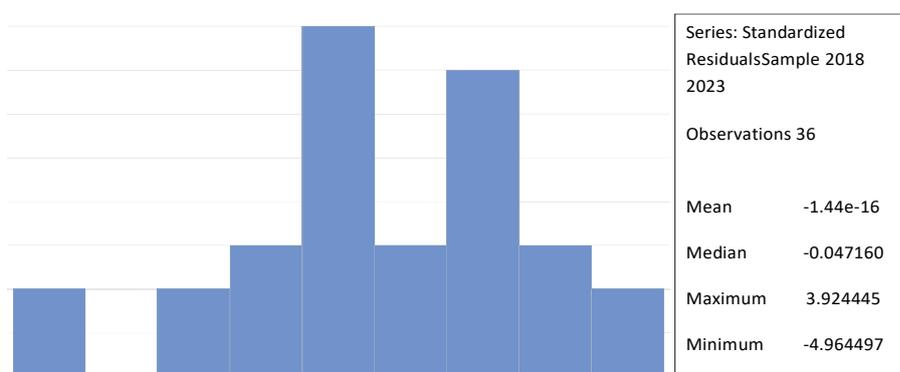
**Tabel 5 Hasil Analisis Uji Langrange Multiplier**

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

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

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

### Uji Normalitas

**Gambar 3 Hasil Normalitas Kolmogrov-smirnov Test**

(Sumber: Hasil pengolahan dengan Eviews 12, Tahun 2024)

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

### Uji Multikolinearitas

**Tabel 6 Hasil Uji multikolinearitas**

	DAR	Pertumbuhan Penjualan
DAR	1.000000	0.021734
Pertumbuhan Penjualan	0.021734	1.000000

(Sumber : Hasil Pengolahan data dengan Eviews 12, tahun 2024)

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

### Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

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

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

### Uji Autokolerasi

**Tabel 7 Hasil Uji Autokolerasi**

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

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai Durbin-Watson yaitu sebesar 1.910050. Sementara dari tabel DW dengan nilai signifikansi 0,05 dengan jumlah  $n = 36$  dan  $k = 2$  diperoleh nilai DL sebesar 1,3537 dan nilai DU sebesar 1,5872. Apabila dihitung dengan menggunakan rumus  $DL < DW < 4 - DU$  atau  $(1.3537 < 1.910050 < 2.4128)$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada model regresi.

### Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 8 Hasil Regresi Berganda**

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

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

$$HSIt = \alpha + \beta_1 DARIt + \beta_2 SGIt + e_{it}$$

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

Berdasarkan persamaan Regresi tersebut, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

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

### Uji Hipotesis

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

#### Uji Parsial (Uji t)

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

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

menunjukkan bahwa sales growth memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas. *Total Asset Turnover* (X4) terhadap Peringkat Obligasi (Y)

### **Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji f)**

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

### **Koefisien determinasi R<sup>2</sup>**

Berdasarkan tabel 5 di atas diperoleh uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dengan nilai R-squared sebesar 0,342774, artinya 34,27% variasi Profitabilitas dapat dipengaruhi oleh leverage dan pertumbuhan penjualan. Sedangkan 65,73% Profitabilitas dapat dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

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

### **Hasil dan Pembahasan**

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

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

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

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

#### ***Pengaruh Pertumbuhan Penjualan yang diproksikan oleh Sales Growth terhadap Profitabilitas***

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

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian oleh Sukadana dan Triaryati (2018), Fransisca dan Widjaja (2019), Khasanah (2021), Yulianti (2020) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas. Serta tidak sesuai dengan penelitian oleh Kusumawati (2022), Wikardi dan Wiyarni (2017), Anggarsari (2018) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

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

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

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

#### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian Leverage yang diproksikan oleh Debt to Asset Ratio berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas, yang berarti setiap kenaikan leverage akan mempengaruhi langsung penurunan profitabilitas. Artinya apabila perusahaan tidak dapat memanfaatkan utangnya dengan baik maka akan mengakibatkan terancamnya keberlangsungan perusahaan, begitu juga sebaliknya apabila

perusahaan dapat mengoptimalkan utangnya dengan baik, maka keberlangsungan hidup perusahaan akan semakin lama dan semakin menjauhnya ancaman kebangkrutan bagi perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian Pertumbuhan Penjualan yang diproksikan oleh Sales Growth berpengaruh dan signifikan terhadap Profitabilitas. Bahwa setiap kenaikan pertumbuhan penjualan akan meningkatkan profitabilitas. Artinya pertumbuhan penjualan yang lebih tinggi menciptakan sinyal positif bagi perusahaan dalam peningkatan pendapatan dan semakin menjauhi tingkat kebangkrutan.

Berdasarkan hasil uji F, menunjukkan bahwa seluruh variabel independen (Debt to Asset Ratio dan Sales Growth). Secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas pada Perusahaan Sektor Auto Components yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2023.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Afiezan et, al. (2020). *Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Leverage terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur sektor Dagang Besar yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018*. Vol. 14. No. 2. 209-220.
- Anggarsari, L. (2018). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Likuiditas, Perputaran Modal Kerja dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas (Sektor Industri Barang dan Konsumsi) Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2016*. Jurnal Ilmu Manajemen. 6 (4). 542-549.
- Anisa, T. D.M. dan Febyansyah, A. (2024). *Pengaruh Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas*. Vol. 8. No. 1. 2621-5306.
- Aziz, R. A. N. (2021). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif dan Komponen Yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2021)*. Jurnal Akuntansi.
- Bahri. (2020). *Metodologi Penelitian Bisnis-Lengkap Dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Andi.
- Brigham dan Houston. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Salemba Empat.
- Ekawijaya, A. (2020). *Pengaruh Leverage, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Rokok yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018)*.
- Fransisca, E. dan Widjaja, I. (2019). *Pengaruh Leverage, Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur*.
- Hery. (2018). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Jumratin et,al. (2022). *Pengaruh Debt to Asset Ratio (DAR) dan Debt to Equity Ratio (DER) terhadap Return on Assets (ROA) pada Perusahaan Sub Sektor Semen yang terdaftar di BEI*. Jebaman: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi. Vol.1 No. 5, September 2023, Hal. 599-607.
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Khasanah, U. A. (2021). *Pengaruh Leverage dan Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas Perusahaan Plastik dan Kemasan*.
- Kusumadewi, R. N. (2022). *Pengaruh Leverage, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas*.
- Maulita, D. dan Tania, I. (2018). *Pengaruh Debt To Equity ratio (DER), Debt To Asset Ratio (DAR), Dan Long Term Debt To Equity (LDER) Terhadap Profitabilitas. (studi pada perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI periode 2011-2016)*. Ejournal Lppm unsera: Jurnal Akuntansi 5 (2). 132-137.

- Shintya, M. N. (2020). *Analisis pengaruh Leverage dan pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*.
- Sukadana, I. K.A. dan Triaryati, N. (2018). *Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Food and Beverage BEI*. E-Jurnal Manajemen. 7 (11). 6239-6268. E-Jurnal Manajemen. 7 (11). 6239-6268.
- Tania, A. dan Dewi, S. P. (2022). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur*. Jurnal Multiparadigma Akuntansi. Vol. IV. No. 1. 301-309. Widhi, N.N. dan Suarmanayasa, I. N. (2021). *Pengaruh Leverage dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Subsektor Tekstil dan Garmen*. Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika. Vol. 11 No. 2. 2599-2651.
- Wikardi, L. D. dan Wiyani, N. T. (2017). *Pengaruh Debt Equity Ratio, Firm Size, Inventory Turnover, Asset Turnover dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas Perusahaan makanan dan minuman yang Terdaftar di BEI periode 2011-2015*. Jurnal Online Insan Akuntansi.2 (1). 99-118.
- Yulianti, R. (2020). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2018*. Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi dan Keuangan2 (1). 8-15.