
ANALISIS PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, UKURAN PERUSAHAAN, DAN *DEBT TO ASSET RATIO* TERHADAP *RETURN ON ASSET* PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BURSA EFEK INDONESIA

Eric Susanto

email: ericsusanto749@gmail.com

Program Studi Akuntansi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widya Dharma Pontianak

ABSTRAK

Kajian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan *debt to asset ratio* terhadap *return on asset*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan keuangan tahunan auditan. Analisis data menggunakan program *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) versi 25. Objek penelitian yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2016 sampai 2020 yang berjumlah 194 perusahaan. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dan diperoleh sampel sebanyak 134 perusahaan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian mendapatkan bahwa pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *return on asset*, sedangkan *debt to asset ratio* memiliki pengaruh negatif terhadap *return on asset*.

KATA KUNCI: Pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, *debt to asset ratio*, *return on asset*

PENDAHULUAN

Return on asset merupakan salah satu jenis rasio profitabilitas yang sering digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam hal memperoleh laba dari aset yang digunakan. *Return on asset* menggambarkan hubungan antara laba yang diperoleh dengan jumlah aset suatu perusahaan. *Return on asset* akan menilai kemampuan perusahaan berdasarkan keuntungan masa lalu agar bisa dimanfaatkan pada masa atau periode selanjutnya. Faktor-faktor di dalam penelitian ini yang diduga dapat memengaruhi *return on asset* suatu perusahaan adalah pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan *debt to asset ratio*.

Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh yang strategis bagi perusahaan karena pertumbuhan penjualan ditandai dengan peningkatan pangsa pasar yang akan berdampak pada peningkatan penjualan dari perusahaan sehingga akan meningkatkan laba dari

perusahaan. Dengan mengetahui seberapa besar pertumbuhan penjualan, perusahaan dapat memprediksi seberapa besar laba yang akan didapatkan.

Perusahaan yang lebih besar akan memiliki fleksibilitas yang lebih tinggi untuk memperoleh dana. Hal ini dikarenakan perusahaan yang ukurannya lebih besar cenderung memiliki akses yang lebih banyak untuk mendapatkan pendanaan dari berbagai sumber. Dimana dana tersebut sangat diperlukan untuk membantu kegiatan operasional perusahaan yang akan meningkatkan produktivitas perusahaan sehingga laba perusahaan akan meningkat juga.

Nilai hutang yang semakin besar, nilai aset perusahaan akan mengalami peningkatan sehingga dapat membiayai segala aktivitas bisnis dengan tujuan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Penggunaan hutang dalam investasi adalah sebagai tambahan untuk mendanai aset perusahaan yang diharapkan dapat meningkatkan keuntungan yang akan diperoleh oleh perusahaan, karena aset perusahaan digunakan untuk menghasilkan laba.

KAJIAN PUSTAKA

Profitabilitas merupakan salah satu dari kelompok jenis rasio keuangan yang biasanya disebut dengan rasio profitabilitas. Kasmir (2012: 196) menyatakan bahwa rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan atau menilai kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan. Sementara itu menurut Fahmi (2011: 135), “rasio profitabilitas adalah rasio yang mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi”.

Setiap perusahaan akan berusaha untuk meningkatkan profitabilitasnya karena semakin tinggi tingkat rasio profitabilitas suatu perusahaan, maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan suatu perusahaan. Profitabilitas dalam penelitian ini diproksikan dengan rumus *return on asset*.

Menurut Fahmi (2011: 137), “*return on investment* (ROI) atau pengendalian investasi yang sering juga disebut dengan *return on asset* (ROA) merupakan rasio yang mengukur sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan”. Di sisi lain, menurut Kasmir

(2012: 201), “*return on asset* merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aset yang digunakan dalam perusahaan”. *Return on asset* juga merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya.

Menurut Kasmir (2012: 202), *return on asset* dapat diukur dengan cara membagi laba bersih setelah pajak dengan total aset. Adapun rumus *return on asset* adalah:

$$\text{Return on Asset} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

Penjualan merupakan hal harus diperhatikan di suatu perusahaan, perusahaan tidak akan berjalan dengan lancar ketika strategi penjualannya tidak efektif. Semakin besar penjualan maka semakin besar profitabilitas suatu perusahaan. Menurut Mappanyuki & Sari (2017: 140) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi akan membutuhkan lebih banyak investasi pada berbagai elemen aset, baik aset tetap maupun aset lancar.

Pertumbuhan penjualan juga merupakan indikator yang menunjukkan permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Laju pertumbuhan penjualan dalam suatu perusahaan akan memengaruhi kemampuan perusahaan dalam mempertahankan keuntungan untuk mendanai kesempatan-kesempatan pada masa yang akan datang.

Menurut Widhi & Suarmanayasa (2021: 268), “pertumbuhan penjualan mencerminkan kemampuan perusahaan dari waktu ke waktu”. Perusahaan dapat disebut berhasil dalam menjalankan strateginya apabila tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan semakin tinggi. Semakin tinggi penjualan maka semakin tinggi profitabilitas yang akan didapat suatu perusahaan. Dengan mengetahui penjualan dari tahun sebelumnya, perusahaan dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada. Pertumbuhan penjualan memiliki peranan yang penting dalam manajemen modal kerja.

Menurut Pagano dan Schvardi (2003) dalam Putra dan Badjra (2015: 3) pertumbuhan penjualan ditandai dengan peningkatan *market share* yang akan berdampak pada peningkatan penjualan dari perusahaan sehingga akan meningkatkan profitabilitas dari perusahaan. Dengan mengetahui seberapa besar pertumbuhan penjualan, maka perusahaan dapat memprediksi seberapa besar laba yang akan diperoleh.

Menurut Mappanyuki & Sari (2017: 142), rasio pertumbuhan penjualan dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{(\text{Penjualan Periode } t - \text{Penjualan Periode } t-1)}{\text{Penjualan Periode } t=1}$$

Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi struktur pada suatu pendanaan di perusahaan (Nainggolan *et al.*, 2022: 949). Perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang lebih besar mempunyai pengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan yang lebih besar memiliki beberapa keuntungan kompetitif, antara lain kekuatan pasar dimana perusahaan besar dapat menetapkan harga yang tinggi untuk produknya, adanya skala ekonomi yang berdampak pada peningkatan profitabilitas dari perusahaan.

Ukuran perusahaan umumnya dibagi dalam 3 kategori yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah, dan perusahaan kecil. Menurut Rasyid, Rahmiati & Youlandari (2014: 107) menyatakan bahwa ukuran perusahaan dapat ditentukan berdasarkan banyaknya jumlah pegawai yang digunakan perusahaan untuk melakukan aktivitas operasi perusahaan, nilai penjualan atau pendapatan yang diperoleh perusahaan dan jumlah total aset yang dimiliki perusahaan. Nilai total aset dapat mengindikasikan besar kecilnya modal yang ditanam dan jumlah penjualan mengindikasikan besar kecilnya perputaran uang pada perusahaan.

Menurut Samosir (2018: 52) menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki akses yang lebih mudah ke pasar modal. Karena kemudahan untuk berhubungan dengan pasar modal, maka perusahaan besar memiliki fleksibilitas lebih tinggi untuk memperoleh dana yang sangat diperlukan untuk melaksanakan kesempatan investasi yang menguntungkan. Dengan demikian, kesempatan untuk meningkatkan profitabilitas pada perusahaan besar lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan kecil.

Sidauruk dan Fadilah (2020: 87) mendefinisikan ukuran perusahaan sebagai skala atau nilai yang dapat mengklasifikasikan suatu perusahaan ke dalam kategori besar atau kecil berdasarkan total aset, semakin besar total aset menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek baik dalam jangka waktu yang relatif panjang. Semakin besar total aset mengindikasikan semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan yang besar akan mencerminkan tinggi rendahnya aktivitas operasi perusahaan sehingga perusahaan dengan ukuran yang besar diharapkan mampu meningkatkan skala ekonomi dan mengurangi biaya pengumpulan dan pemrosesan informasi.

Menurut Schmuck dalam Giriyani & Diyani (2019: 133), ukuran perusahaan dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Dalam memperoleh laba yang maksimal tentu perusahaan memerlukan dana yang tidak sedikit, dana yang dibutuhkan oleh perusahaan dapat diperoleh dengan beberapa cara, salah satunya berasal dari pinjaman kepada pihak luar (utang). *Debt to asset ratio* adalah salah satu rasio keuangan yang menggambarkan hubungan antara hutang perusahaan terhadap aset perusahaan.

Menurut Kasmir (2012: 156), "*debt to asset ratio* merupakan rasio hutang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total hutang dengan total aset atau seberapa besar aset perusahaan dibiayai oleh hutang atau seberapa besar hutang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aset". Apabila rasionya tinggi maka pendanaan dengan hutang semakin banyak dan perusahaan akan semakin sulit untuk memperoleh tambahan pinjaman karena dikhawatirkan perusahaan tidak mampu menutupi hutang-hutangnya dengan aset yang dimilikinya. Demikian pula apabila rasionya rendah maka menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil aset perusahaan yang dibiayai dengan hutang.

Menurut Fahmi (2011: 127), "*debt to asset ratio* disebut juga rasio yang melihat perbandingan utang perusahaan, yaitu diperoleh dari perbandingan total utang dibagi dengan total aset". Total utang tersebut mencakup semua kewajiban lancar dan hutang jangka panjang. Pada dasarnya, kreditur cenderung lebih memilih *debt to asset ratio* yang rendah karena semakin rendah rasio *debt to asset ratio* maka akan semakin besar jaminan bagi kreditur ketika terjadi likuidasi.

Debt to asset ratio menekankan pada peran penting pendanaan utang bagi perusahaan dengan menunjukkan presentase aset perusahaan yang didukung oleh pendanaan utang. Menurut Ifada & Inayah (2017: 4), "*debt to asset ratio* menunjukkan besarnya hutang perusahaan untuk membiayai aset dalam menjalankan aktivitas operasionalnya". Pada saat *debt to asset ratio* yang dimiliki oleh perusahaan tinggi, tapi total aset perusahaan tidak mengalami perubahan ini berarti hutang perusahaan semakin besar. Jumlah hutang yang semakin besar ini menunjukkan risiko keuangan atau tingkat kegagalan perusahaan untuk membayarkan hutangnya juga akan semakin tinggi.

Menurut Harjito dan Martono (2011: 59), *debt to Asset Ratio* dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Debt\ to\ Asset\ Ratio = \frac{Total\ Hutang}{Total\ Aset}$$

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Karena sifatnya sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui data empiris yang terkumpul. Rumusan hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

H₁: Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap *return on asset*.

H₂: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *return on asset*.

H₃: *Debt to asset ratio* berpengaruh positif terhadap *return on asset*.

METODE PENELITIAN

Objek dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menggunakan bentuk penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan metode analisis dokumen. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan keuangan tahunan auditan perusahaan yang dikumpulkan melalui *website www.idx.co.id*. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia dengan 194 perusahaan. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* untuk menentukan sampel. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 134 perusahaan. Penulis menggunakan bantuan *Software statistical Product and Service Solutions (SPSS)* versi 25.

PEMBAHASAN

1. Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	670	-2,6410	8,3024	,039364	,3598622
Pertumbuhan Penjualan	670	-1,0000	8,3710	,048404	,5592420
Ukuran Perusahaan	670	22,6411	33,5026	28,585671	1,6092185
DAR	670	,0019	8,2077	,572417	,6348012
Valid N (listwise)	670				

Sumber: Data Olahan SPSS 25, 2021

Tabel 1 merupakan tabel statistik deskriptif dari variabel *return on asset*, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan *debt to asset ratio* pada perusahaan manufaktur selama periode 2016 hingga 2020. Variabel Y yaitu *return on asset* memiliki

jumlah n valid sebesar 670 dengan nilai minimum sebesar negatif 2,6410 dan maksimum sebesar 8,3024. Variabel *return on asset* memiliki rata-rata sebesar 0,039364 dengan standar deviasinya sebesar 0,3598622. Variabel pertumbuhan penjualan memiliki jumlah data sebesar 670 dan memiliki nilai minimum sebesar negatif 1 dan nilai maksimum sebesar 8,3710. Variabel pertumbuhan penjualan memiliki nilai rata-rata sebesar 0,048404 dengan standar deviasi sebesar 0,5592420. Variabel ukuran perusahaan memiliki jumlah n valid sebesar 670 dengan nilai minimum sebesar 22,6411 dan maksimum sebesar 33,5026. Variabel ukuran perusahaan memiliki rata-rata sebesar 28,585671 dengan standar deviasinya sebesar 1,6092185. Variabel *debt to asset ratio* memiliki jumlah n valid sebesar 670 dengan nilai minimum sebesar 0,0019 dan maksimum sebesar 8,2077. Variabel ukuran perusahaan memiliki rata-rata sebesar 0,572417 dengan standar deviasinya sebesar 0,6348012.

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi. Pengujian normalitas menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal dengan menggunakan *one sample Kolmogorov Smirnov test* yang dikarenakan jumlah sampel sangat besar. Menurut Gujarati & Porter (2015: 128) apabila jumlah sampel sangat besar atau lebih dari 100, asumsi normalitas dapat diabaikan. Pengujian multikolinearitas menunjukkan tidak terdapat korelasi antar variabel bebas dengan menggunakan *variance inflation factor*. Pengujian heteroskedastisitas menunjukkan tidak terjadi ketidaksamaan variance dalam satu pengamatan dengan menggunakan uji *park*. Pengujian autokorelasi menunjukkan bahwa penelitian tidak terdapat permasalahan autokorelasi atau tidak terdapat korelasi kuat antar variabel penelitian. Pengujian autokorelasi menggunakan *run test*.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 2
Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,189	,065		-2,911	,004
Pertumbuhan Penjualan	,079	,017	,178	4,621	,000
Ukuran Perusahaan	,009	,002	,156	4,043	,000
DAR	-,072	,012	-,240	-6,220	,000

a. Dependent Variable: ROA

Sumber: Data Olahan, 2021

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa persamaan regresi linear berganda yang terbentuk antara lain:

$$Y = -0,189 + 0,079X_1 + 0,009X_2 - 0,072X_3 + \epsilon$$

Nilai konstanta sebesar negatif 0,189 artinya jika nilai variabel independen bernilai 0 maka *return on asset* akan memiliki nilai negatif sebesar 0,189. Koefisien regresi variabel pertumbuhan penjualan bernilai positif sebesar 0,079. Koefisien regresi variabel ukuran perusahaan bernilai positif sebesar 0,009 dan koefisien regresi variabel *debt to asset ratio* bernilai negatif sebesar 0,072.

4. Uji Koefisien Korelasi Berganda dan Koefisien Determinasi

Tabel 3
Uji Koefisien Korelasi Berganda dan Koefisien determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,343 ^a	,118	,114	,0844391

Sumber: Data Olahan SPSS 25, 2021

Berdasarkan Tabel 3, diketahui bahwa nilai *adjusted r square* adalah sebesar 0,114. Hal ini menggambarkan bahwa kemampuan pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan *debt to asset ratio* dalam memberikan penjelasan perubahan terhadap variabel *return on asset* sebesar 11,4 persen, sedangkan sisanya sebesar 88,6 persen dapat dijelaskan oleh variabel lain yang berada di luar penelitian ini. Nilai *standard error of the estimate* dalam penelitian ini adalah sebesar 0,0844391 yang berarti besarnya kesalahan yang dapat terjadi dalam memprediksi *return on asset* adalah sebesar 0,0844391.

5. Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan atau tidak antara variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Uji F sering disebut sebagai uji kelayakan model.

Tabel 4
Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	,570	3	,190	26,663	,000 ^b
Residual	4,264	598	,007		
Total	4,834	601			

a. Dependent Variable: ROA

b. Predictors: (Constant), DAR, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan

Sumber: Hasil Olahan SPSS 25, 2021

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan *debt to asset ratio* terhadap *return on asset* adalah sebesar 0,000. Nilai tersebut kurang dari 0,05 yang artinya bahwa model penelitian yang dibangun layak dan dapat dilanjutkan untuk pengujian selanjutnya.

6. Uji t dan Pengaruh

a. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap *Return on Asset*

Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui bahwa variabel pertumbuhan penjualan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 dengan koefisien regresi arah positif sebesar 0,079 yang berarti pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap *return on asset*.

b. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Return on Asset*

Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui bahwa variabel pertumbuhan penjualan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 dengan koefisien regresi arah positif sebesar 0,009 yang berarti ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *return on asset*.

c. Pengaruh *Debt to Asset Ratio* terhadap *Return on Asset*.

Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui bahwa variabel *debt to asset ratio* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 dengan koefisien regresi arah

negatif sebesar 0,072 yang berarti ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *return on asset* dan menolak hipotesis tiga.

PENUTUP

Berdasarkan uraian analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan mengenai pengaruh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan *debt to asset ratio* terhadap *return on asset* pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia, maka dapat diketahui bahwa pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *return on asset*. Di sisi lain, *debt to asset ratio* berpengaruh negatif terhadap *return on asset*.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini masih ada keterbatasan dalam penelitian ini. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang memengaruhi *return on asset* terdiri dari tiga variabel, yaitu pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan *debt to asset ratio*. Di sisi lain, masih banyak variabel-variabel lain yang memiliki pengaruh terhadap *return on asset* yang tidak dimasukkan dalam pembahasan penelitian ini.

Adanya keterbatasan penelitian yang telah diuraikan, maka Penulis memberikan saran kepada peneliti berikutnya sebaiknya dapat menambah atau menggunakan variabel independen lainnya seperti *Curret Ratio*, *Total Asset Turnover*, *Debt to Equity Ratio*, *Net Profit Margin*. Hal tersebut mengingat dalam pengujian koefisien determinasi, model regresi yang diterapkan hanya memiliki kemampuan sebesar 11,4 persen dalam menjelaskan perubahan terhadap *return on asset*. Faktor-faktor lainnya sebesar 88,6 persen dipengaruhi oleh variabel-variabel independen lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi, Irham. (2011). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Widya Dharma Pontianak. (2021). *Pedoman Penulisan Skripsi*. Pontianak: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Widya Dharma Pontianak.
- Giriyani, N.L.P.W. & Diyani, L.A. (2019). Pengaruh *Cash Conversion Cycle*, Likuiditas dan *Firm Size* Terhadap Profitabilitas. *Profita: Komunikasi Ilmiah Akuntansi dan Perpanjangan*, 12(1), 130-143.

-
- Gujarati, D.N. & Porter, D.C. (2015). Dasar-dasar Ekonometrika (judul asli: *Basic Econometrics*). Diterjemahkan oleh Eugenia Mardanugraha, Sita Wardhani, dan Carlos Mangunsong. Jakarta: Salemba Empat.
- Harjito, A. & Martono. (2011). *Manajemen keuangan Edisi Ke 2*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Ifada, L.M. & Inayah, N. (2017). Analisis Pengaruh Tingkat *Leverage* Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi pada Perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI Tahun 2011-2013). *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 12(1), 19-36.
- Kasmir. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Mappanyuki, R. & Sari, M. (2017). The Effect of Sales Growth Ratio, Inventory Turn Over Ratio, Growth Opportunity to Company's Profitability (Survey in Indonesia's Stocks Exchange). *International Journal of Management and Applied Science*, 3(3), 139-147.
- Nainggolan, M.N., Sirait, A., Nasution, O.N., Astuty, F. (2022), Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, *Leverage* terhadap Profitabilitas pada sektor *Food and Beverage* dalam Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(1), 948-963.
- Putra, A.A.W.Y. & Badjra, I.B. (2015). Pengaruh *Leverage*, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(7), 2052-2067.
- Rasyid, R., Rahmiati, & Youlandari, T.P. (2014). Pengaruh Modal Kerja, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* Operasi Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan *Food and Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 3(2), 103-120.
- Samosir, F.C. (2018). Effect of Cash Conversion Cycle, Firm Size, and Firm Age to Profitability. *Journal of Applied Accounting and Taxation*, 3(1), 50-57.
- Sidauruk, T.D. & Fadilah, S.N. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, dan Kualitas Audit Terhadap Penghindaran Pajak pada Perusahaan Manufaktur Periode 2016-2018. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Ekonomi*, 2(5), 86-102.
- Widhi, N.N. & Suarmanayasa, N.I. (2021). Pengaruh *Leverage* dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Subsektor Tekstil dan Garmen. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 11(2), 267-275.

www.idx.co.id