

The Effect Of Sales Growth And Leverage On Profit Growth With Profitability As An Intervening Variable

A'aliyah Khoirun Nisa¹, Irma Indira², Achmad Farid Dedyansyah³, Aranta Prista Dilasari⁴.

^{1,2,3,4}Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan (Universitas)

E-mail : aaliyahkhoirunnisa18@gmail.com¹, irmaindira@ahmaddahlan.ac.id²,
fariddedyansyah@ahmaddahlan.ac.id³, aranta.ahmaddahlan@gmail.com⁴

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of sales growth and leverage on profit growth, with profitability as a mediating variable, in manufacturing companies within the retail sub-sector listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2021-2023 period. The research sample was selected using the purposive sampling technique, resulting in 13 companies that met the criteria, with a total of 39 financial statement data points over three years of observation. The analytical methods employed include descriptive statistical analysis, measurement model evaluation (outer model), structural model evaluation (inner model), and hypothesis testing using SmartPLS 3 software.

The study's results indicate that sales growth has a negative effect on profit growth. Conversely, leverage and profitability have a positive effect on profit growth. On the other hand, sales growth was found to have a positive effect on profitability, while leverage has no effect on profitability. Furthermore, profitability is not effective in mediating the relationship between sales growth and leverage on profit growth in manufacturing companies within the retail sub-sector listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2021-2023 period.

Keywords: Sales Growth, Leverage, Profit Growth, Profitability.

Pengaruh Sales Growth Dan Leverage Terhadap Pertumbuhan Laba Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan dan leverage terhadap pertumbuhan laba, dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi, pada perusahaan manufaktur sub-sektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021-2023. Sampel penelitian diperoleh melalui teknik purposive sampling, menghasilkan 13 perusahaan yang memenuhi kriteria dengan total 39 data laporan keuangan selama tiga tahun pengamatan. Metode analisis yang digunakan meliputi analisis statistik deskriptif, evaluasi model pengukuran (outer model), evaluasi model struktural (inner model), serta pengujian hipotesis menggunakan perangkat lunak SmartPLS 3.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh negatif terhadap pertumbuhan laba. Sebaliknya, leverage dan profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap pertumbuhan laba. Di sisi lain, pertumbuhan penjualan ditemukan memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas, sementara leverage tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Profitabilitas juga tidak efektif dalam memediasi hubungan antara pertumbuhan penjualan dan leverage terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan manufaktur sub-sektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023.

Kata Kunci : Pertumbuhan penjualan, *Leverage*, Pertumbuhan laba, Profitabilitas.

PENDAHULUAN

Peran pasar modal dalam mendukung aktivitas investasi keuangan sangat memengaruhi pertumbuhan ekonomi Indonesia saat ini. Pasar modal berfungsi sebagai wadah di mana dana dapat dialirkan dari pihak yang memiliki lebih banyak dana ke pihak yang membutuhkan. Pasar modal menggantikan bank dalam pengambilan keputusan dan penghimpunan dana bagi investor dan masyarakat. Pasar modal membantu emiten mengumpulkan dana dari masyarakat untuk mendukung investasinya.

Untuk menjamin rasa aman terhadap investasi menjadi alasan utama mengapa investor harus menggunakan pasar modal. Untuk memilih saham perusahaan mana yang akan mereka pilih, investor membutuhkan informasi tentang pergerakan harga saham. Menurut Cates 1998 (Asmara, 2022), menyebutkan bahwa untuk menilai saham dengan benar, investor harus melihat informasi yang akurat tentang kinerja keuangan, manajemen, kondisi ekonomi makro, dan topik lainnya. Selain itu, investor sering memanfaatkan data seperti volume perdagangan saham, pengumuman masalah yang tepat, dan sebagainya. Selain itu, para investor sangat membutuhkan informasi tentang laba per saham yang dihasilkan oleh perusahaan di pasar modal. (Yosaphat Widya Asmara, 2007)

Gambar 1 laba per lembar saham Perusahaan manufaktur sub sektor retail periode 2021-2023



Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (Olah Data)

Berdasarkan data yang ditampilkan, kinerja Alfamidi mengalami fluktuasi pada tahun 2021 mencapai 93,56 ditahun 2022 terjadi penurunan hingga 13,48 dan pada tahun 2023 mengalami peningkatan sebesar 16,73. Kondisi fluktuasi juga terjadi pada PT Adiperkasa tbk yang dimana ditahun 2021 laba dari Perusahaan tersebut sebesar 27, tahun 2022 pendapatan dari laba Perusahaan tersebut menunjukkan kenaikan signifikan mencapai angka 128, akan tetapi tahun 2023 mengalami penurunan hingga 114. Sementara itu, pada Perusahaan PT supra boga Lestari yang menunjukkan konsisten dalam kinerja yang mengalami kenaikan laba pertahunnya, tahun 2021 pendapatan keuntungan sebesar 52, tahun 2022 kenaikan hingga 53, dan tahun 2023 pendapatan laba yang konsisten mengalami kenaikan mencapai angka 77. Kondisi fluktuatif juga terjadi pada PT Sumber Alfaria Trijaya yang dimana tahun 2021 laba dari Perusahaan tersebut sebesar 46,38, tahun 2022 pendapatan laba mengalami kenaikan mencapai hingga angka 68,78, akan tetapi pada tahun 2023 kinerja dari Perusahaan tersebut mengalami penurunan signifikan hingga 38,84.

Pertumbuhan laba adalah rasio yang menunjukkan jumlah uang yang dihasilkan untuk setiap lembar saham biasa, pemegang saham dan manajemen perusahaan biasanya sangat tertarik untuk melihat bagaimana pertumbuhan laba menunjukkan kinerja perusahaan.(Lukman Syamsuddin, 2016). Jika perusahaan dapat mempertahankan pertumbuhan laba yang tinggi, investor akan lebih percaya pada perusahaan, yang pada akhirnya dapat mendorong kenaikan harga saham. Peningkatan signifikan dalam

pertumbuhan laba akan menarik minat investor untuk berinvestasi. (Darmadji, T., & Fakhruddin, 2015)

Analisis terhadap pertumbuhan penjualan perusahaan juga tidak kalah penting, karena laju pertumbuhan perusahaan dapat mempengaruhi kemampuannya dalam mempertahankan laba dan membiayai peluang-peluang mendatang. Jika tingginya peningkatan penjualan, ini mencerminkan peningkatan keuntungan, dan akhirnya dapat menyebabkan peningkatan pada Pertumbuhan laba. Pertumbuhan penjualan adalah perubahan nilai penjualan yang terjadi setiap tahun. Jika pertumbuhan akan penjualan mengalami peningkatan tiap tahunnya, maka perseroan dianggap mempunyai prospek menguntungkan kedepannya. Dengan begitu, kenaikan harga saham biasanya sejalan dengan pertumbuhan penjualan. Husnan, 2015 dalam penelitian. (Pratiwi et al., 2022)

Menurut (Desyana et al., 2023), Perusahaan yang melakukan usaha dan melihat peluang mampu memperoleh profit dari aktivitas operasi yang memperlihatkan jika pengoptimalan kinerja keuangan akan menghasilkan kualitasnya informasi berkenaan profit. Pertumbuhan lab membuktikan kapabilitas perseroan dalam mempertahankan ekonomi yang stabil serta manajemen yang mencapai profit yang ditarget yang telah ditetapkan. Meskipun demikian, hubungan antara pertumbuhan laba dan *leverage* sangat kompleks. *Leverage*, yang menunjukkan bagaimana perusahaan menggunakan utang, dapat memengaruhi pertumbuhan laba.

Menurut (Branif Dirda Maulana, 2022), modal pada perseroan tidak hanya didapatkan pada bentuk pendanaan mandiri perseroan tetapi dapat didapatkan dari utang. *Leverage*, yang umumnya diukur dengan membagi total utang pada modal, memainkan peran penting dalam menentukan profitabilitas perusahaan. *Leverage* yang berlebihan dapat memberikan dampak sebaliknya pada Profitabilitas. Ketika perusahaan mengambil utang dalam jumlah besar, risiko keuangan juga meningkat karena beban bunga yang harus dibayar menjadi lebih tinggi. Jika pendapatan perusahaan tidak cukup untuk menutupi biaya bunga, laba bersih akan tergerus, yang pada akhirnya menurunkan Profitabilitas.

Peningkatan kapasitas produksi melalui penggunaan utang yang dilakukan untuk mengimbangi tingginya tingkat penjualan dapat berdampak langsung pada Profitabilitas perusahaan. Ketika penjualan meningkat secara signifikan, perusahaan membutuhkan dana tambahan untuk memperbesar produksi, yang seringkali diperoleh melalui *Leverage* (hutang). ketika Profitabilitas meningkat, perusahaan mampu mendapatkan profitbersih yang lebih besar, dan ini dapat meningkatkan jumlah profit yang diperoleh serta dibagikan pada investor dalam bentuk Pertumbuhan laba. (Nasir, 2021),

Pertumbuhan penjualan yang tinggi mencerminkan peningkatan pendapatan, yang dimana pada akhirnya dapat menyebabkan peningkatan pada Pertumbuhan laba. Pertumbuhan penjualan adalah peningkatan nilai penjualan setiap tahun. Jika penjualan dapat meningkat setiap tahun, perusahaan dapat dianggap memiliki prospek yang baik untuk masa depan. Namun, profitabilitas terkait dengan kapabilitas perseroan untuk memperoleh profit dari kegiatan penjualan. Profitabilitas dapat menunjukkan seberapa efisien suatu perusahaan, seperti modal, aset yang dimilikinya, dan sebagainya. (Pratiwi et al., 2022),

Penelitian (Putri & Riduwan, 2021), membuktikan jika *leverage* memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan laba. Hal ini membuktikan jika tingginya *debt to equity ratio* akan menghasilkan peningkatan pertumbuhan laba karena bisnis akan menggunakan lebih banyak hutang untuk pendanaan, meningkatkan pertumbuhan laba. Guna meningkatkan ekuitas diperlkan adanya pertimbangan utang, karena utang mampu berdampak pada profitabilitas. (Zuni Rochmawati & Yuniningsih, 2022)

Subsektor retail perusahaan manufaktur adalah subjek penelitian ini. Hal ini disebabkan fakta bahwa ritel memiliki peran strategis dalam meningkatkan perekonomian Indonesia. Pasar ritel Indonesia dianggap memiliki potensi yang cukup besar dalam konteks global. Industri pengolahan mempunyai dampak kaitan kontribusi pada GDP. (kppu.go.id)

TINJAUAN PUSTAKA

Signaling Theory

Teori pensinyalan (*Signaling Theory*) adalah sebuah konsep yang membahas reaksi pihak eksternal perseroan, seperti investor pada info yang dipublikasikan oleh perseroan. Informasi itu umumnya diberitahukan dengan pelaporan keuangan yang diterbitkan oleh perseroan setiap periode. Agar info menjadi efektif, haruslah sesuai, relevan, dan dapat dipahami, maupun dipublikasikan sesuai timeline, sehingga bisa digunakan oleh pelaku pasar modal untuk melakukan analisis lebih lanjut (Andrean, 2019). Teori pensinyalan ini pertama kali dikembangkan oleh Ros pada tahun 1997, dan bertujuan untuk menjabarkan tujuan dorongan perseroan guna penyampaian informasi mengenai laporan keuangan internal pada pihak eksternal.

Pertumbuhan Laba

Pertumbuhan laba adalah rasio yang menunjukkan jumlah uang yang dihasilkan untuk setiap lembar saham biasa, pemegang saham dan manajemen perusahaan biasanya sangat tertarik untuk mengamati pertumbuhan laba sebagai indikator kinerja bisnis. (Lukman Syamsuddin, 2016). Besar kecilnya laba yang dicatat dalam laporan keuangan menunjukkan kinerja laba per saham. Salah satu cara untuk menilai keberhasilan manajemen dalam menghasilkan keuntungan bagi pemilik perusahaan adalah dengan melihat pertumbuhan laba, yang mendorong investor untuk berinvestasi, yang pada akhirnya akan meningkatkan harga saham perusahaan.

Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan adalah perubahan nilai penjualan yang terjadi setiap tahun. Jika pertumbuhan penjualan meningkat setiap tahun, maka perusahaan dianggap mempunyai peluang mendatang. Dengan begitu, tingginya harga saham sejalan dengan tingginya penjualan. Husnan, 2015 dalam penelitian (Pratiwi et al., 2022). Apabila pertumbuhan penjualan tinggi, ini dapat mencerminkan peningkatan pendapatan, yang dimana pada akhirnya dapat menyebabkan peningkatan pada Pertumbuhan laba. Investor, sebagai penanam modal, menginvestasikan dana mereka dengan tujuan guna mendapatkan pemasukan pada modal yang diinvestasikan .

Leverage

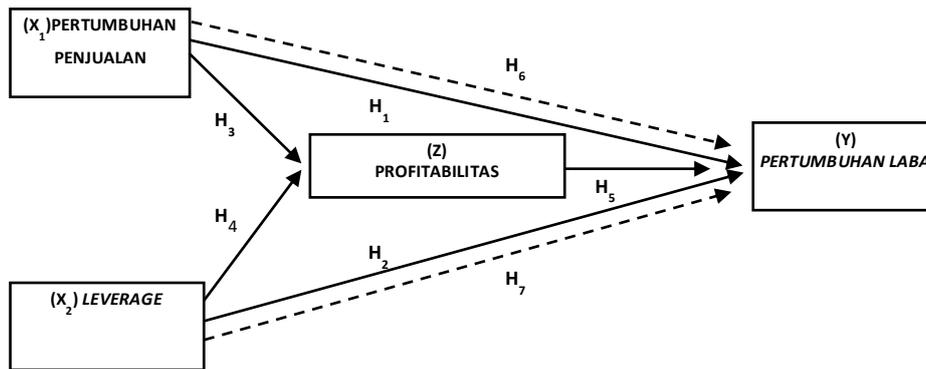
Leverage didefinisikan sebagai seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar sesuai dengan kemampuan modalnya, menunjukkan kemampuan perusahaan untuk membayar utang jangka panjang. Pembiayaan dengan utang berdampak pada perusahaan karena utang memiliki beban yang tetap. Oleh karena itu, sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui seberapa besar *leverage* mereka untuk menghindari kebangkrutan. Sejauh mana ekuitas pemilik dapat menutupi hutang perusahaan kepada pihak luar diukur dengan Debt to Equity Ratio (DER). (Indira et al., 2024)

Profitabilitas

Rasio profitabilitas berfungsi sebagai indikator untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan selama periode tertentu. Rasio ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana perusahaan mampu menciptakan laba dalam kurun waktu tertentu sekaligus mengukur efektivitas manajemen dalam mengelola kegiatan operasional perusahaan. (Hery, 2016).

Kerangka Teori Penelitian

Gambar 2. Kerangka Teori Pemikiran



METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data yang diperoleh dari populasi yang terdiri atas 31 perusahaan manufaktur dalam sub-sektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021–2023. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode *purposive sampling* sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya (Sugiyono, 2022). Berdasarkan kriteria tersebut, sebanyak 13 perusahaan manufaktur sub-sektor ritel dipilih sebagai sampel, dengan cakupan data selama tiga tahun, sehingga menghasilkan total 39 unit observasi. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan yang tersedia di situs resmi Bursa Efek Indonesia. Pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur dan dokumentasi. Untuk analisis data, penelitian ini memanfaatkan perangkat lunak SmartPLS 3, yang meliputi analisis deskriptif, pengujian Outer Model, Inner Model, serta pengujian hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif bertujuan untuk menggambarkan data yang telah dikumpulkan dengan menggunakan nilai-nilai seperti minimum, maksimum, *mean*, jumlah, dan standar deviasi (Ghazali, 2014). Data tersebut diolah menggunakan SmartPLS 3. Berikut adalah penyajian dari hasil analisis statistik deskriptif.

Tabel 1
Hasil analisis statistik deskriptif

| | N | Min | Max | Mean | S Deviation |
|----------------------------|----|----------|---------|--------|-------------|
| Pertumbuhan penjualan (X1) | 39 | -72.000 | 370.000 | 27.103 | 62.565 |
| Leverage (X2) | 39 | -103.000 | 286.000 | 59.051 | 90.828 |

| | | | | | |
|----------------------|----|------------|-----------|-----------|-----------|
| Pertumbuhan laba (Y) | 39 | -8.195.000 | 9.206.000 | 1.652.077 | 4.736.485 |
| Profitabilitas (Z) | 39 | -604.000 | 523.000 | -5.667 | 174.712 |

Sumber : hasil penelitian 2024 (olah data smartPLS 3)

Pada tabel 1 hasil analisis statistik deskriptif meunjukkan bahwa penelitian ini melibatkan 39 data yang valid. Variabel pertumbuhan penjualan memiliki nilai minimum -72.000, maksimum 370.000, rata-rata 27.103, dan standar deviasi 62.565. variabel *Leverage* memiliki nilai minimum -103.000, maksimum 286.000, rata-rata 59.051, dan standar deviasi 90.828. Variabel Pertumbuhan Laba memiliki nilai minimum -8.195.000, maksimum 9.206.000, rata-rata 1.652.077, dan standar deviasi 4.736.485. variabel profitabilitas memiliki nilai minimum -604.000, maksimum 523.000, rata-rata -5.667, dan standar deviasi 174.712.

**Analisis Outer Model
Uji Reabilitas & Validitas**

Tabel 2
Construct Reability and Validity

| | <i>Cronbach's Alpha</i> | <i>Rho_A</i> | <i>Composite Realibility</i> | <i>Average Varlance Extracted (AVE)</i> |
|-----------------------------------|-------------------------|--------------|------------------------------|---|
| Pertumbuhan Penjualan (X1) | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 |
| <i>Leverage (X2)</i> | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 |
| Pertumbuhan Laba (Y) | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 |
| Profitabilitas (Z) | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 |

Sumber : hasil penelitian 2024 (olah data smartpls 3)

Dari tabel 2 *construct reability and validity* diperoleh hasil $1,000 > \alpha$ (0,7) untuk kolom *composite reability* pada semua variabel. Itu artinya variabel laten dalam penelitian ini memiliki keandalan atau reabilitas yang baik. Nilai *evarage variance extracted* (AVE) untuk semua variabel adalah $1,000 > \alpha$ (0,5) maka dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator dalam penelitian ini memiliki validitas konvergen yang baik.

Analisis Model Structural (Inner Model)

Koefisien Determinasi (R-Square)

Pengujian ini dipakai guna mengulas ketepatan dugaan sebuah model yang sebutan lainnya guna mengulas bagaimana sebuah variasi nilai variabel independent dimodel jalur.

Tabel 3
Koefisien Determinasi (R² Square)

| | <i>R Square</i> | <i>R Square Adjusted</i> |
|-------------------------|-----------------|--------------------------|
| Pertumbuhan Laba | 0,2847 | 0,2234 |
| Profitabilitas | 0,1166 | 0,0676 |

Sumber : hasil penelitian 2024 (olah data smartpls 3)

Berdasarkan pengujian dari *inner model*, Hasil uji R² Pertumbuhan Laba sebesar 0,2847 atau 28,4% dipengaruhi Pertumbuhan Penjualan (X1) dan *Leverage* (X2), sehingga dapat dikatakan bahwa R² pada variabel pertumbuhan laba adalah lemah. Sedangkan hasil uji R² Profitabilitas sebesar 0,1166 atau 11,6% dipengaruhi Pertumbuhan Penjualan (X1) dan *Leverage* (X2), sehingga pada hasil ini dapat dikatakan bahwa R² pada variabel Profitabilitas adalah lemah.

F- Square

R-Square ialah indikator yang dimanfaatkan guna mengevaluasi sejauh mana pengaruh relatif variabel eksogen pada endogen.

Tabel 4
F Square

| | Pertumbuhan Penjualan (X1) | Leverage (X2) | Pertumbuhan Laba (Y) | Profitabilitas (Z) |
|-----------------------------------|-----------------------------------|----------------------|-----------------------------|---------------------------|
| Pertumbuhan Penjualan (X1) | | | 0,0985 | 0,0454 |
| Leverage (X2) | | | 0,1007 | 0,0779 |
| Pertumbuhan Laba (Y) | | | | |
| Profitabilitas (Z) | | | 0,0704 | |

Sumber : hasil penelitian 2024 (olah data smartpls 3)

Melalui table tersebut, dapat dilihat dampak X1 pada Y sejumlah 0,0985 diasumsikan ada dampak yang rendah dari eksogen pada endogen. Variabel X1 pada Z bernilai sejumlah 0,454 diasumsikan ada dampak tinggi dari eksogen pada endogen. Variabel X2 pada Y bernilai sejumlah 0,1007 diasumsikan ada dampak yang sedang dari eksogen pada endogen. Variabel X2 pada Z bernilai sejumlah 0,077 diasumsikan ada dampak rendah dari eksogen pada endogen. Bagi kaitan Z pada Y bernilai 0,0704, diasumsikan ada dampak rendah antar eksogen pada endogen.

Pengujian hipotesis
Pengaruh Langsung (*Direct Effect*)

Tabel 5
Hasil Uji Hipotesis (*P-Value*)

| | Path coefficients | T Statistics (IO/STDEVI) | P Value |
|--|--------------------------|---------------------------------|----------------|
| Pertumbuhan Penjualan (X1) -> Pertumbuhan Laba (Y) | -0,2720 | 1,6103 | 0,1080 |
| <i>Leverage</i> (X2) -> Pertumbuhan Laba (Y) | 0,2793 | 2,1730 | 0,0303 |
| Pertumbuhan Penjualan (X1) -> Provitabilitas (Z) | -0,2006 | 2,2984 | 0,0220 |
| <i>Leverage</i> (X2) -> Profitabilitas (Z) | 0,2629 | 1,7474 | 0,0812 |
| Profitabilitas (Z) -> Pertumbuhan Laba (Y) | 0,2387 | 2,2916 | 0,0223 |

Sumber : hasil penelitian 2024 (olah data smartpls 3)

Menurut hasil analisis uji hipotesis yang disajikan, H1 memiliki nilai koefisien jalur sebesar -0,2720, nilai t-statistic sebesar 1,6103 atau lebih kecil dari 1,96, dan nilai P sebesar 0,1080 atau lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, diketahui bahwa pertumbuhan laba (Y) tidak dipengaruhi oleh pertumbuhan jalur (X1), sehingga H2 ditolak. H2 memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,2793, nilai t-statistic sebesar 2,1730 selanjutnya, pada H3, nilai rasio jalan sebesar -0,2006, nilai t-statistic sebesar 2,2984 atau lebih besar dari 1,96, dan nilai P-value sebesar 0,0220 atau lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, diketahui bahwa Pertumbuhan Penjualan (X1) mempengaruhi Profitabilitas (Z), sehingga H4 diterima. Pada H4, nilai rasio jalan sebesar 0,2629, nilai t-statistic sebesar 1,7474 atau lebih kecil dari 1,96, dan nilai P-

Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Tabel 6
Hasil Specific Indirect Effects (P-Value Mediasi)

| | <i>Path coefficients</i> | <i>T Statistics (IO/STDEVI)</i> | <i>P Value</i> |
|---|--------------------------|---------------------------------|----------------|
| Pertumbuhan Penjualan (X1) - > Pertumbuhan Laba (Y) - >Profitabilitas (Z) | -0,0479 | 1,3826 | 0,1674 |
| <i>Leverage</i> (X2) -> Pertumbuhan Laba (Y) -> Profitabilitas (Z) | 0,0628 | 1,2916 | 0,1971 |

Sumber : hasil penelitian 2024 (olah data smartpls 3)

Pada H6 memiliki nilai, yang berarti bahwa Pertumbuhan Penjualan (X1) tidak memiliki pengaruh terhadap Pertumbuhan Laba (Y) melalui Profitabilitas (Z). Di sisi lain, H7 memiliki nilai koefisien jalan 0,0628, nilai t-statistic 1,2916 atau kurang dari 1,96, dan nilai P-value 0,1971 atau lebih dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Pertumbuhan Penjualan (X2) tidak memiliki pengaruh terhadap Pertumbuhan Laba (Y)

PEMBAHASAN

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Pertumbuhan Laba

Dengan nilai coefficient jalan -0,2720, nilai t-statistic 1,6103 kurang dari 1,96, dan nilai P-value 0,1080 lebih dari 0,05, hasil pengujian hipotesis melalui coefficient jalan ditunjukkan pada tabel 3.6. Hasilnya menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan laba. Ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ridwan & Fajar, 2020), yang menemukan bahwa tidak ada pengaruh antara pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan laba karena pertumbuhan penjualan yang meningkat akan disertai dengan peningkatan biaya operasional seperti biaya ATK dan pembungkus.

Pengaruh *Leverage* Terhadap Pertumbuhan Laba

Dengan nilai path coefficient sebesar 0,2793, nilai t-statistic sebesar 2,1730 lebih besar dari 1,96, dan nilai P-value sebesar 0,0303 lebih kecil dari 0,05, pengujian hipotesis melalui nilai jalur ditunjukkan pada tabel 5. Hal ini sesuai dengan penelitian seperti (Tasdin, 2022), (Hendarwati & Syarifudin, 2021), (Putri & Riduwan, 2021) yang menjelaskan bahwa ada pengaruh antara leverage dan peningkatan keuntungan. Hal ini

disebabkan oleh fakta bahwa rasio hutang ke equity masih membantu memenuhi kebutuhan aktifitas perusahaan. Dengan demikian, ketika suatu perusahaan memiliki banyak aktifitas, perusahaan tersebut akan menambah hutang untuk memenuhi kebutuhan aktifitasnya, yang berdampak pada peningkatan laba.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis melalui *path coefficient* menunjukkan bahwa pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas dengan nilai *Path coefficients* sebesar -0,2006, nilai t-statistic sebesar 2,2984 > 1,96 dan nilai *P-Value* sebesar 0,0220 < 0,05. Hasil tersebut dapat disimpulkan ada pengaruh antara Pertumbuhan Penjualan dengan Profitabilitas. Maka hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ema Yuliani et al., 2024), (Nainggolan et al., 2022) yang menjelaskan bahwa ada pengaruh antara Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas. Hal ini, dikarenakan Semakin tinggi penjualan perusahaan, maka semakin baik kinerja yang diperoleh oleh perusahaan tersebut

Pengaruh Leverage Terhadap Profitabilitas

Dengan nilai *path coefficient* -0,2006, nilai t-statistic 2,2984 lebih besar dari 1,96, dan nilai P-value 0,0220 kurang dari 0,05, hasil pengujian hipotesis melalui nilai jalan ditunjukkan pada tabel 3.6. Dengan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas. Penemuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh (Sutanto, 2021), dan (Nasir, 2021), yang juga menemukan bahwa ada pengaruh antara Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas. Hal ini karena kinerja perusahaan sebanding dengan penjualan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pertumbuhan Laba

Dengan nilai *path coefficient* 0,2387, nilai t-statistic 2,2916 lebih besar dari 1,96, dan nilai P-value 0,0223 lebih kecil dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara profitabilitas dan pertumbuhan laba. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Solomon et al., 2024), (Nugraha & Riharjo, 2022) . Ini karena profitabilitas meningkatkan keuntungan jika dikombinasikan dengan pengelolaan biaya yang efektif, manajemen utang yang sehat, peningkatan efisiensi operasional, penjualan dengan margin keuntungan yang lebih tinggi, dan investasi yang efektif untuk meningkatkan produktivitas bisnis.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Pertumbuhan Laba Dimediasi Profitabilitas

Berdasarkan hasil analisis hipotesis mediasi yang disajikan pada, ditemukan bahwa pengaruh Leverage terhadap Pertumbuhan Laba melalui Profitabilitas sebagai variabel mediasi menunjukkan nilai *path coefficients* sebesar -0,0479, nilai t-statistik sebesar 1,3826 (lebih kecil dari 1,96), dan nilai P-Value sebesar 0,1674 (lebih besar dari 0,05). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas tidak berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara Pertumbuhan Penjualan dan Pertumbuhan Laba. Hasil ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya oleh (Paradila et al., 2019), (Amelia & Anhar, 2019), yang menyatakan bahwa Profitabilitas tidak dapat memediasi hubungan antara Pertumbuhan Penjualan dan Pertumbuhan Laba.

Pengaruh Leverage Terhadap Pertumbuhan Laba Dimediasi Profitabilitas

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis mediasi yang disajikan, diperoleh bahwa pengaruh Leverage terhadap Pertumbuhan Laba melalui Profitabilitas sebagai variabel mediasi memiliki nilai *path coefficient* sebesar 0,0628, nilai *t-statistic* sebesar 1,2916 (kurang dari 1,96), dan nilai *p-value* sebesar 0,1971 (lebih besar dari 0,05). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas tidak berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara Leverage dan Pertumbuhan Laba. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Octaviany et al., 2019). yang juga menyatakan bahwa Profitabilitas tidak dapat memediasi pengaruh Leverage terhadap Pertumbuhan Laba. Dengan demikian, penambahan variabel Profitabilitas tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap kemampuan Leverage dalam meningkatkan Pertumbuhan Laba.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan manufaktur sub-sektor ritel selama periode 2021-2023. Namun, leverage terbukti memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan laba. Selain itu, pertumbuhan penjualan menunjukkan pengaruh signifikan terhadap profitabilitas, sedangkan leverage tidak memberikan pengaruh terhadap profitabilitas. Profitabilitas, di sisi lain, berkontribusi positif terhadap pertumbuhan laba. Namun demikian, profitabilitas tidak mampu berperan sebagai variabel mediasi yang efektif dalam hubungan antara pertumbuhan penjualan dan leverage terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan manufaktur sub-sektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, F., & Anhar, M. (2019). Pengaruh Struktur Modal Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Stei Ekonomi*, 28(01), 44–70. <https://doi.org/10.36406/Jemi.V28i01.260>
- Branif Dirda Maulana, Y. R. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Profitabilitas. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*.
- Darmadji, T., & Fakhruddin, H. M. (2015). *Pasar Modal Di Indonesia*. Salemba Empat.
- Desyana, G., Gowira, D., & Jennifer, M. (2023). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Laba, Dan Profitabilitas Terhadap Kualitas Laba: Studi Pada Perusahaan Basic Materials Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 5(3), 1139–1152. <https://doi.org/10.24036/Jea.V5i3.908>
- Ema Yuliani, Marlina Widiyanti, & Andriana, I. (2024). Pengaruh Perputaran Modal Kerja Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Dengan Likuiditas Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Subsektor Pertambangan Logam Mineral Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(4), 4453–4472. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V6i4.940>
- Ghazali. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (Pls)*.
- Hendarwati, P., & Syarifudin, A. (2021). Pengaruh Likuiditas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pertumbuhan Laba. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 21–38.

- Hery. (2016). *Analisis Laporan Keuangan Integrated And Comprehensive Edition*. Grasindo.
- Indira, I., Nisa, L., Dedyansyah, A. F., & Salukh, A. (2024). *Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh Leverage Pada Tax Avoidance*. 10, 256–264.
- Lukman Syamsuddin. (2016). *Manajemen Keuangan Perusahaan*.
- Nainggolan, M. N., Sirait, A., Nasution, O. N., & Astuty, F. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Melalui Rasio Roa Pada Sektor Food & Beverage Dalam Bei Periode 2015-2019. *Owner*, 6(1), 948–963. <https://doi.org/10.33395/Owner.V6i1.440>
- Nasir, M. J. A. (2021). Pengaruh Leverage, Pertumbuhan Penjualan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas. *Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi*, 18(2), 261. <https://doi.org/10.31315/Be.V18i2.5642>
- Nugraha, B. A., & Riharjo, I. B. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Laba, Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(12), 1–24.
- Nurhasanah, N., Jufrizen, J., & Tupti, Z. (2022). Pengaruh Etika Kerja, Budaya Organisasi Dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 245–261. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V5i1.618>
- Octaviany, A., Hidayat, S., & Miftahudin. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Urnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan Volume 3 No. 1 Edisi Maret 2019 Issn: 2549-3477 E-Issn: 2623-1077* <https://ejurnal.stimi.org>. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 30–36.
- Paradila, V. R. I., Wijaya, A. L., & Widiasmara, A. (2019). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Size Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015 - 2017). *Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi I*, 617–635.
- Pratiwi, I., Hanum, A. N., & Nurcahyono. (2022). Pengaruh Earning Per Share, Total Assets Turnover, Pertumbuhan Penjualan Dan Debt Equity Ratio Terhadap Harga Saham. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan, Dan Portofolio*, 02(02), 39–50.
- Putri, W. R. A., & Riduwan, A. (2021). Pengaruh Rasio Likuiditas, Leverage Dan Aktivitas Terhadap Pertumbuhan Laba. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(9), 1–23.
- Ridwan, M., & Fajar, C. M. (2020). Analisis Pertumbuhan Penjualan, Gross Profit Margin, Dan Shrinkage Terhadap Pertumbuhan Laba. *Jurnal Sain Manajemen*, 2(2), 20.
- Solomon, R., Sihombing, Z., Tutik, D. W., Firdaus, T., Maruli, S., Pandiangan, T., Indonesia, U. P., Unggulan, P., & Mandiri, C. (2024). *Analysis Of Liquidity, Solvency, Activity, Growth And Profitability Ratios On Earning Per Share Of Pt. Bank Bri Tbk In 2018-2021*. 7, 8085–8093.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*.

- Sutanto, C. (2021). Literature Review: Pengaruh Inflasi Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Dan Return Saham. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 589–603. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.567>
- Tasdin, A., Jasman, J., & Asriany. (2022). Pengaruh Leverage Operasi Dan Leverage Keuangan Terhadap Laba Per Lembar Saham Pada Industri Manufaktur Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021. *Journal Of Management & Business*, 6(1), 458–466. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3691>
- Yosaphat Widya Asmara. (2007). *Pengaruh Perubahan Laba Per Lembar Saham Terhadap Perubahan Harga Saham (Studi Empiris Pada Perusahaan Tekstil Yang Listing Di Bursa Efek Jakarta)*.
- Zuni Rochmawati, & Yuniningsih, Y. (2022). Profitabilitas Memediasi Likuiditas Dan Leverage Terhadap Kebijakan Dividen Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Dan Konsumsi. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 8(3), 327–338. <https://doi.org/10.29303/jseh.v8i3.68>