

**PENGARUH *LEVERAGE*, PERTUMBUHAN  
PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN  
TERHADAP PROFITABILITAS  
(Studi Empiris Pada Perusahaan *Food and beverage*  
Periode 2020–2024)**



**SKRIPSI**

Oleh :

**TRENDY TRI RACHMAT**

NPM. 2162201072

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU  
2026**

**PENGARUH *LEVERAGE*, PERTUMBUHAN  
PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP  
PROFITABILITAS  
(Studi Empiris Pada Perusahaan *Food and beverage* Periode  
2020–2024**



**SKRIPSI**

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu**

Oleh :

**TRENDY TRI RACHMAT**

NPM. 2162201072

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU  
2026**

**PERSETUJUAN SKRIPSI  
PENGARUH *LEVERAGE*, PERTUMBUHAN  
PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP  
PROFITABILITAS  
(Studi Empiris Pada Perusahaan *Food and beverage* Periode  
2020–2024**



**SKRIPSI**

Oleh :

**TRENDY TRI RACHMAT**

**NPM. 2162201072**

Disetujui Oleh :  
Pembimbing

**Dinal Eka Pertiwi, S.E, M,Ak**

**NIDN : 0208059101**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



**Furqonti Ramdiah, SE, M.M**

**NIDN / 02.080473.01**

**PENGESAHAN PENGUJI SKRIPSI  
PENGARUH *LEVERAGE*, PERTUMBUHAN  
PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP  
PROFITABILITAS  
(Studi Empiris Pada Perusahaan *Food and beverage* Periode  
2020–2024**

Dipertahankan di depan dewan penguji skripsi fakultas ekonomi dan bisnis

universitas muhammadiyah bengkulu

guna memperoleh gelar Sarjana

Hari : Sabtu

Tanggal : 7 Maret 2026

**SKRIPSI**

Oleh :

**TRENDY TRI RACHMAT**

NPM. 2162201072

Dewan Penguji :

1. Dr.Ahmad Junaidi, SE., M.Si

Ketua

(.....)

2. Hesti Setiorini, S.Akt., M.Ak

Anggota

(n.n. Prof. ....)

3. Dinal Eka Pertiwi, SE., M.Ak

Anggota

(.....)

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



**Furgonti Ranidiah, S.E., M.M.**

NIDN. 0208047301



### SERTIFIKASI

Saya trendy tri rachmat menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya saya sendiri dan atas bimbingan dosen pembimbing. Karya ini belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar sarjana pada program studi akuntansi fakultas ekonomi atau pada program studi lainnya. Karena karya ini milik saya, maka segala sesuatu yang berhubungan dengan skripsi ini menjadi tanggung jawab saya.

Bengkulu, 7 Maret, 2026

Penulis



TRENDY TRI RACHMAT

NPM. 2162201072

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

“Tumbuh di atas hinaan, kuat karena doa orang tua. Maaf beribu maaf jika adek sering menyusahkan dalam perjalanan ini, namun terima kasih telah menjadi alasan untuk tidak menyerah. Untuk kakak yang selalu menopang, dan untukmu yang mengulurkan tangan saat masa sulitku, bantuanmu bukan sekadar memori, tapi jejak yang membekas selamanya. Pembuktian terbaik adalah keberhasilan, bukan penjelasan.”

### **PERSEMBAHAN**

“Skripsi ini adalah air mata yang menjelma menjadi bahagia, kupersembahkan untuk Bapak, Ibu, dan Kakak atas sabar yang tak bertepi meski aku sering menyusahkan, serta untuk satu nama yang pernah mengulurkan tangan di saat aku hampir menyerah; bantuanmu adalah jejak yang abadi dalam nadiku.”

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: “Pengaruh *LEVERAGE*, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan *Food and beverage* Periode 2020-2024”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Dr. Susiyanto, M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
2. Ibu Furqonti Ranidiah, SE., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
3. Ibu Dinal Eka Pertiwi, S.E., M.Ak. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, ilmu, dan kesabarannya dalam membimbing penulis hingga skripsi ini selesai.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
5. Kedua Orang Tua Tercinta dan Kakak, sebagai pilar kekuatan utama penulis. Terima kasih atas doa yang tidak pernah putus, dukungan moril maupun materil, serta kesabaran yang luar biasa dalam mendampingi langkah penulis. Maaf jika selama ini penulis sering kali menyusahkan.

6. Seseorang yang istimewa, yang telah hadir memberikan bantuan tulus dan semangat di masa-masa sulit.
7. Teman-teman Rendi ,Rio, Hafis, Cunik, Rian, Galih , terima kasih atas semangat, canda tawa, dan solidaritasnya selama ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Akuntansi.

Bengkulu, 7 Februari 2026

Penulis,



**TRENDY TRI RACHMAT**  
NPM.2162202072

## ABSTRAK

PENGARUH *LEVERAGE*, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGE* PERIODE 2020 - 2024

OLEH :

Trendy Tri Rachmat<sup>1</sup>

Dinal Eka Pertiwi, S.E, M, Ak<sup>2</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *LEVERAGE*, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Assets* (ROA) pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan sifat asosiatif. Data diperoleh dari laporan keuangan tahunan melalui teknik *purposive sampling* yang menghasilkan sampel sebanyak 10 perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, *LEVERAGE* (DER) berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA ( $p = 0,002$ ). Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA ( $p = 0,000$ ). Ukuran perusahaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA ( $p = 0,001$ ). Secara simultan, ketiga variabel independen tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas dengan nilai koefisien determinasi sebesar 72%. Hal ini mengindikasikan bahwa manajemen modal, efisiensi penjualan, dan skala aset secara bersama-sama menjadi faktor krusial dalam meningkatkan kinerja keuangan perusahaan di sektor makanan dan minuman pasca-pandemi.

**Kata Kunci:** *LEVERAGE*, Pertumbuhan penjualan, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Return on Assets* (ROA)

## ABSTRACT

THE EFFECT OF *LEVERAGE*, *SALES GROWTH*, AND *FIRM SIZE* ON PROFITABILITY IN *FOOD AND BEVERAGE* COMPANIES FOR THE PERIOD 2020-2024

Supervisor:

Trendy Tri Rachmat<sup>1</sup>

Dinal Eka Pertiwi, S.E, M, Ak<sup>2</sup>

This study aims to evaluate the impact of *LEVERAGE*, *Sales Growth*, and *Firm Size* on profitability, proxied by *Return on Assets* (ROA), in *food and beverage* companies listed on the Indonesia Stock Exchange between 2020 and 2024. The research employs a quantitative associative approach. Secondary data were gathered from annual financial reports using a purposive sampling technique, resulting in a final sample of 10 companies.

The empirical results demonstrate that, partially, *LEVERAGE* (DER) has a positive and significant effect on ROA ( $p = 0.002$ ). *Sales Growth* exhibits a positive and significant influence on ROA ( $p = 0.000$ ). Similarly, *Firm Size* shows a positive and significant impact on ROA ( $p = 0.001$ ). Simultaneously, the three independent variables significantly affect profitability, with a coefficient of determination of 72%. These findings suggest that effective capital management, sales efficiency, and economies of scale collectively play a vital role in enhancing the financial performance of the *food and beverage* sector in the post-pandemic .

**Keywords:** *LEVERAGE*, *Sales Growth*, *Firm Size*, Profitability, *Return on Assets* ROA

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	8
1.3. Batasan Masalah .....	9
1.4. Rumusan Masalah.....	10
1.5. Tujuan Penelitian .....	10
1.6. Manfaat Penelitian .....	11
BAB II STUDI PUSTAKA .....	13
2.1. Landasan Teori .....	13
2.1.1. Teori Agensi .....	13
2.1.2 Teori Struktur Modal.....	14
2.2. Profitabilitas .....	15
2.2.1. Pengertian Profitabilitas.....	15
2.2.2 <i>Return on Assets (ROA)</i> .....	16
2.2.3 <i>Return on Equity (ROE)</i> .....	16
2.2.4 <i>Net Profit Margin (NPM)</i> .....	16
2.3. <i>LEVERAGE</i> .....	17
2.3.1 Pengertian <i>LEVERAGE</i> .....	17
2.3.2 <i>Deb To Equity Ratio (DER)</i> .....	18
2.3.3 <i>Deb To Asset Ratio (DAR)</i> .....	18
2.3.4 <i>Long-Term Debt to Equity Ratio</i> .....	18
2.3.5 <i>Times Interest Earned (TIE)</i> .....	19
2.4. Petumbuhan Penjualan.....	20
2.4.1 Pengertian <i>Pertumbuhan Penjualan</i> .....	20
2.4.2 <i>Sales Growth Rate</i> .....	20
2.4.3 <i>Compound Annual Growth Rate (CAGR)</i> .....	21
2.4.4 <i>Volume Growth</i> .....	21
2.5. Ukuran Perusahaan .....	23

2.5.1 Pengetian Ukuran Perusahaan.....	23
2.5.2 <i>Firm Size</i> (Logaritma Natural Total Aset).....	23
2.6. Penelitian Terdahulu .....	25
2.7. Kerangka Konseptual.....	27
2.8. Definisi Operasional.....	28
2.9. Hipotesis .....	29
2.9.1. Pengaruh <i>LEVERAGE</i> Terhadap Profitabilitas.....	29
2.9.2. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas.....	30
2.9.3. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas .....	31
2.9.4. Pengaruh Simultan <i>LEVERAGE</i> ,Perumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan, Terhadap Profitabilitas .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	34
3.2. Metode Penelitian .....	34
3.3. Populasi dan Sampel .....	35
3.3.1. Populasi .....	35
3.3.2. Sampel .....	36
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5. Teknik Analisis Data.....	37
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	37
3.6 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.6.1 Uji Normalitas .....	37
3.6.2 Uji Multikolinearitas.....	38
3.6.3 Uji Heteroskedastisitas.....	38
3.7 Uji Hipotesis.....	40
3.7.1 Uji Statistik t.....	40
3.7.2 Uji Statistik f.....	42
3.7.3 Koefisien Determinasi .....	42

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Hasil Penelitian .....	51
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	51
4.1.2 Analisis Deskriptif .....	51
4.1.3 Uji Asumsi Klasik .....	52
4.1.3.1 Uji Normalitas .....	52
4.1.3.2 Uji Multikolinearitas .....	53
4.1.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	54
4.1.3.4 Uji Autokorelasi .....	55
4.1.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....	56
4.1.5 Uji Hipotesis .....	57
4.1.5.1 Uji t (Parsial) .....	57
4.1.5.2 Uji F (Simultan) .....	58
4.1.5.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	59
4.2 Pembahasan .....	60
4.2.1 Pengaruh Leverage terhadap Profitabilitas .....	60
4.2.2 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas .....	61
4.2.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas .....	62
4.2.4 Pengaruh Leverage, Pertumbuhan Penjualan, dan UkuranPerusahaan terhadap Profitabilitas .....	63
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan .....	65
5.2 Saran .....	66
DAFTAR PUSTAKA .....	67

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

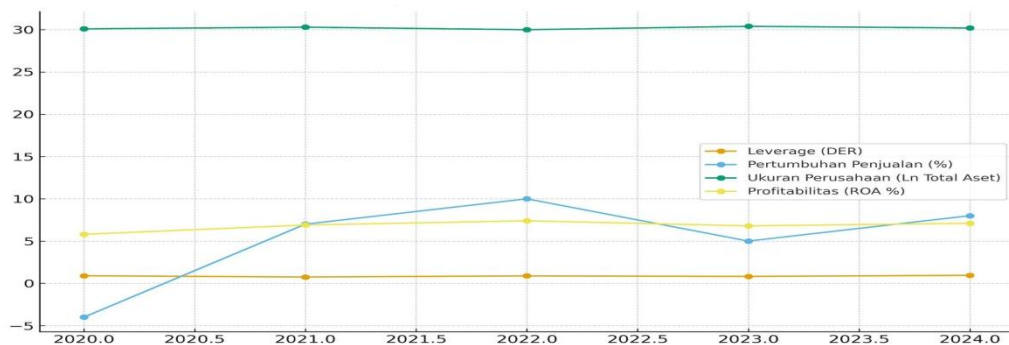
### **1.1 Latar Belakang**

Di tengah arus globalisasi dan integrasi ekonomi dunia yang semakin pesat, pelaku bisnis kini dihadapkan pada tantangan yang kian rumit dan persaingan yang semakin ketat. Perusahaan tidak hanya dituntut untuk menjaga kelangsungan operasional, tetapi juga harus mampu berkembang secara berkesinambungan. Salah satu tolok ukur utama dalam menilai kinerja serta keberhasilan perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya adalah tingkat Profitabilitas. Profitabilitas sendiri merefleksikan seberapa baik perusahaan dalam menghasilkan keuntungan serta mengelola sumber daya secara optimal (Agustin 2022). Selain itu, Profitabilitas menjadi landasan penting dalam proses pengambilan keputusan strategis, mulai dari penetapan kebijakan investasi, ekspansi usaha, hingga pembagian dividen (Lawrence J. Gitman 2015).

Pertumbuhan ekonomi memegang peranan krusial dalam menganalisis proses pembangunan ekonomi suatu negara. Secara umum, pertumbuhan ekonomi dapat diartikan sebagai perkembangan dalam satu aspek yang diukur melalui peningkatan output dan pendapatan. Dalam konteks ini, kenaikan pendapatan nasional tercermin pada nilai Produk Domestik Bruto (PDB). Realisasi pertumbuhan ekonomi dapat dilihat dari bertambahnya produksi barang industri, jumlah institusi pendidikan, pembangunan infrastruktur, ekspansi sektor jasa, serta peningkatan produksi barang modal. Setiap negara berupaya semaksimal

mungkin untuk mendorong dan mendukung pertumbuhan ekonomi melalui berbagai strategi terbaik. Indonesia, sebagai salah satu negara berkembang, juga terus berusaha meningkatkan pertumbuhannya demi memberikan manfaat bagi masyarakat serta memperbaiki tingkat kesejahteraan. Namun, upaya tersebut tidak selalu berjalan mulus, terutama setelah pandemi Covid-19 yang melanda pada akhir tahun 2019 dan memberikan dampak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Berikut ini adalah data PDB Indonesia dari tahun 2020 hingga 2024.

**Tabel 1.1 Perubahan *LEVERAGE*, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, dan profitabilitas (2020-2024)**



Berdasarkan Tabel 1.1 dan grafik perubahan *LEVERAGE*, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, serta profitabilitas pada perusahaan *Food and beverage* periode 2020–2024, dapat dilihat bahwa seluruh variabel penelitian mengalami pola pergerakan yang tidak stabil dari tahun ke tahun. Kondisi ini menunjukkan bahwa kinerja perusahaan tidak berada dalam keadaan yang konsisten meningkat, sehingga penting untuk dianalisis faktor-faktor yang memengaruhinya.

Pada tahun 2020, *LEVERAGE* perusahaan berada pada angka 0,90 dan kemudian menurun cukup signifikan pada tahun 2021 menjadi 0,75. Namun pada tahun 2022 *LEVERAGE* kembali meningkat ke angka 0,88, menurun lagi pada tahun 2023 menjadi 0,82, lalu naik kembali pada tahun 2024 menjadi 0,95. Pola naik-turun tersebut menunjukkan bahwa struktur pendanaan perusahaan *Food and beverage* tidak stabil dan dipengaruhi oleh kondisi operasional serta kebutuhan modal yang berubah-ubah.

Pertumbuhan penjualan juga menunjukkan fluktuasi yang jelas. Pada tahun 2020 pertumbuhan penjualan bernilai -4% akibat pandemi yang menyebabkan penurunan aktivitas ekonomi. Tahun 2021 dan 2022 mengalami peningkatan menjadi 7% dan 10% seiring pemulihan ekonomi nasional. Namun pada tahun 2023 kembali turun menjadi 5%, sebelum meningkat kembali menjadi 8% pada tahun 2024. Perubahan ini menggambarkan bahwa permintaan konsumen dan kondisi pasar tidak selalu bergerak konsisten. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Erniza, dkk. (2025) dalam *Jurnal Ilmiah Akuntansi* yang menyatakan bahwa meskipun pemulihan ekonomi nasional secara makro telah kembali ke level 5% pada 2022-2023, sektor penjualan tetap mengalami fluktuasi signifikan akibat tantangan pasar yang bersifat struktural dan dinamis pasca-pandemi. Fenomena ini menegaskan bahwa angka pertumbuhan penjualan sangat sensitif terhadap perubahan perilaku belanja masyarakat dan stabilitas ekonomi global.

Ukuran perusahaan yang diukur dengan Ln total aset juga mengalami perubahan meskipun tidak terlalu besar. Tahun 2020 ukuran perusahaan berada

pada angka 30,1 lalu naik menjadi 30,3 di tahun 2021. Tahun 2022 kembali turun menjadi 30,0, naik lagi ke 30,4 di tahun 2023, dan sedikit menurun ke 30,2 pada tahun 2024. Fluktuasi ini menunjukkan adanya perubahan investasi, depresiasi aset, serta aktivitas pengembangan perusahaan. Fenomena ini sejalan dengan penelitian Saputra & Lestari (2025) yang menyatakan bahwa fluktuasi nilai aset dalam periode tersebut mencerminkan kebijakan revaluasi dan efisiensi belanja modal sebagai strategi entitas dalam menjaga stabilitas operasional di tengah ketidakpastian ekonomi. Dinamika pada angka Ln total aset tersebut membuktikan bahwa perusahaan secara aktif melakukan penyesuaian struktur aset guna merespons kondisi pasar yang dinamis.

Profitabilitas yang diukur menggunakan ROA pun memperlihatkan pola yang tidak stabil. Pada tahun 2020 ROA berada pada angka 5,8% dan naik ke 6,9% di tahun 2021 serta ke 7,4% pada tahun 2022. Namun profitabilitas mengalami penurunan pada 2023 ke angka 6,8%, sebelum kembali meningkat menjadi 7,1% pada tahun 2024. Pergerakan naik-turun ini mengindikasikan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba tidak selalu meningkat meskipun penjualan dan aset mengalami perubahan. Fenomena ini sejalan dengan temuan Pratama & Handayani (2025) dalam *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan* yang menyatakan bahwa ketidakstabilan ROA mencerminkan adanya tekanan pada efisiensi operasional di mana pertumbuhan aset tidak selalu dibarengi dengan efisiensi biaya yang optimal. Hal ini mempertegas bahwa manajemen perusahaan menghadapi tantangan besar dalam menjaga margin laba di tengah kondisi pasar yang fluktuatif selama lima tahun terakhir.

Secara keseluruhan, fenomena fluktuasi pada *LEVERAGE*, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan profitabilitas menunjukkan bahwa kinerja keuangan perusahaan *Food and beverage* tidak sepenuhnya stabil dalam lima tahun terakhir. Kondisi ini menjadi alasan penting dilakukannya penelitian untuk mengetahui bagaimana *LEVERAGE*, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan *Food and beverage* pada periode 2020–2024.

Profitabilitas adalah kesanggupan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau Laba melalui tingkat penjualan, aset dan modal saham yang tertentu. Perolehan laba yang mampu dihasilkan perusahaan dapat menjamin kelangsungan usaha dan mampu bersaing dalam dunia usaha. Keberhasilan suatu usaha tidak hanya dipandang dari besaran laba yang mampu dihasilkan oleh perusahaan, namun hal ini juga dapat dihubungkan dengan jumlah modal yang digunakan dalam mendapatkan laba yang dimaksud Wibowo, (2021). Sedangkan menurut penelitian lain menjelaskan bahwa Profitabilitas pada umumnya digunakan untuk mengukur besaran laba yang bisa didapatkan perusahaan pada sebuah waktu serta untuk memperbandingkan ataupun membuat penilaian posisi laba perusahaan dari tahun terdahulu dan masa kini sehingga menjadi acuan untuk investor dalam melakukan penilaian atas perusahaan dengan melakukan evaluasi kinerja perusahaan juga mengamati pengembangan laba perusahaan dari masa ke masa (Afrianti dan Purwaningsih 2022).

*LEVERAGE* merupakan kemampuan perusahaan terhadap penggunaan

aset dari dana pinjaman untuk menghasilkan return (pengembalian) yang baik. *LEVERAGE* dapat menjadi bahan pertimbangan untuk investor dan kreditur dalam menilai investasi mereka. Timbulnya *LEVERAGE* disebabkan oleh kegiatan operasional perusahaan yang menggunakan aktiva dan sumber dana yang dapat menimbulkan beban tetap, dimana beban tetap tersebut adalah aktiva tetap yang dapat menimbulkan biaya penyusutan dan hutang yang dapat menimbulkan bunga Wibowo, (2021). *LEVERAGE* yang besar mengidentifikasi risiko perusahaan yang besar membuat kreditur seringkali meletakkan perhatian pada besaran risiko tersebut. Hal ini membuat manajemen menurunkan risiko perusahaan melalui upaya untuk penstabilan tingkatan keuangan yang dimiliki perusahaan melalui beragam cara, guna meminimalisir risiko yang kemungkinan terjadi (Afrianti dan Purwaningsih 2022).

Menurut Pagano dan Schivardi, (2017) yang terdapat di artikel. Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh yang strategis bagi perusahaan karena pertumbuhan penjualan ditandai dengan peningkatan market share yang akan berdampak pada peningkatan penjualan dari perusahaan sehingga akan meningkatkan profitabilitas dari perusahaan (Pagano dan Schivardi, 2017).

Penjualan merupakan salah satu sumber pendapatan perusahaan. Perusahaan pastinya menginginkan pertumbuhan penjualannya tetap stabil atau bahkan meningkat dari tahun ke tahun. Pertumbuhan penjualan adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu. Semakin tingginya penjualan bersih yang dilakukan oleh perusahaan dapat mendorong semakin tingginya profit kotor yang mampu diperoleh, sehingga dapat mendorong

semakin tingginya profitabilitas perusahaan. Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh yang strategis bagi perusahaan karena pertumbuhan penjualan ditandai dengan peningkatan market share yang akan berdampak pada peningkatan penjualan dari perusahaan sehingga akan meningkatkan profitabilitas dari perusahaan, Jika pertumbuhan penjualan perusahaan tetap stabil atau bahkan meningkat, dan biaya- biaya dapat dikendalikan, maka profit yang diperoleh akan meningkat. Jika profit meningkat, maka profit yang akan diperoleh investor juga dapat meningkat (Sukadana dan Triaryati 2018).

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain. Besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi kemampuan dalam menanggung risiko yang mungkin timbul dari berbagai situasi yang dihadapi perusahaan (Fitri Prasetyorini 2013). Ukuran perusahaan merupakan besar atau kecilnya perusahaan dilihat dari total aktiva perusahaan pada neraca akhir tahun. Dalam hal ukuran perusahaan dilihat dari total assets yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Jika perusahaan memiliki total asset yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan aset yang ada diperusahaan tersebut. Kebebasan yang dimiliki manajemen ini sebanding dengan kekhawatiran yang dilakukan oleh pemilik aset-asetnya. Jumlah aset yang besar akan menurunkan nilai perusahaan jika dinilai dari sisi pemilik perusahaan. Jika dilihat dari sisi manajemen, kemudahan yang dimilikinya dalam mengendalikan perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan (Anggraini, Oktaviany, dan

Nirwana 2025).

Menurut Wibowo, (2021), (Afrianti dan Purwaningsih 2022), *LEVERAGE* berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Sedangkan menurut penelitian lain yaitu penelitian Nainggolan et al., (2022) dan Yufila Sari, (2019) menyatakan bahwa *LEVERAGE* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.

Menurut (Sukadana dan Triaryati 2018) dan (Sukadana dan Triaryati 2018) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap profitabilitas sedangkan menurut penelitian (Sembiring 2020) dan Penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Badjra (2020) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

Menurut Fitri Prasetyorini, (2013) dan Anggraini *et al.*, (2025) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas sedangkan menurut penelitian (Sukadana dan Triaryati 2018) dan (Nainggolan et al. 2022) bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

Berdasarkan fenomena dan *research gap* yang telah dipaparkan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh *LEVERAGE*, Pertumbuhan penjualan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan *Food and beverage* Periode 2020-2023**”

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Masih terdapat fluktuasi Profitabilitas pada perusahaan *food and beverage* di Indonesia sepanjang periode 2020-2023, meskipun sektor ini secara agregat menunjukkan pertumbuhan, yang mengindikasikan adanya tantangan dalam menjaga kestabilan dan kesinambungan kinerja keuangan perusahaan.
2. Tingkat *LEVERAGE* yang dimiliki perusahaan pada sektor makanan dan minuman menimbulkan risiko finansial yang signifikan, namun pengaruh *LEVERAGE* terhadap profitabilitas perusahaan masih belum konsisten dan menjadi perdebatan dalam hasil-hasil penelitian sebelumnya.
3. Pertumbuhan penjualan yang dicapai oleh perusahaan *food and beverage* belum semuanya mampu mengonversi secara optimal menjadi peningkatan profitabilitas, menunjukkan adanya kemungkinan gap dalam pengelolaan efisiensi operasional serta efektivitas strategi bisnis.
4. Ukuran perusahaan yang berbeda-beda di sub sektor makanan dan minuman diidentifikasi dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam menciptakan laba, tetapi pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas masih menjadi polemik karena adanya hasil penelitian yang saling bertentangan.

### **1.3 Batasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih terfokus dan terarah, maka penelitian dibatasi pada hal-hal berikut:

1. Objek penelitian ini dibatasi pada perusahaan industri makanan dan minuman (*Food and Beverage*) yang termasuk dalam sektor Barang Konsumen Primer (*Consumer Non-Cyclicals*) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020–2024, dengan kriteria perusahaan telah mempublikasikan laporan keuangan secara konsisten selama periode pengamatan.

2. Variabel independen dalam penelitian ini dibatasi pada tiga faktor internal, yaitu: *LEVERAGE* (diukur menggunakan rasio *Debt to Equity Ratio* – DER), Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*), Ukuran Perusahaan (*Firm Size*, yang diukur dengan logaritma natural total aset).
3. Variabel dependen yang digunakan adalah Profitabilitas, yang diukur dengan menggunakan *Return on Assets* (ROA).
4. Data yang digunakan adalah data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan tahunan yang dipublikasikan di situs resmi BEI atau website resmi masing-masing perusahaan.

#### 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *LEVERAGE* berpengaruh terhadap Profitabilitas pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2020–2023?
2. Apakah Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Profitabilitas pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2020–2023?
3. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Profitabilitas pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2020–2023?
4. Apakah *LEVERAGE*, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap Profitabilitas pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2020–2023?

#### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumus masalah yang telah di uraikan, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk membuktikan pengaruh *LEVERAGE* terhadap Profitabilitas perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2020–2024.
2. Untuk membuktikan pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2020–2024.
3. Untuk membuktikan pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2020–2024.
4. Untuk membuktikan pengaruh *LEVERAGE*, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan secara simultan terhadap Profitabilitas perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2020–2024.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat kepada berbagai pihak, antara lain:

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu pengetahuan di bidang akuntansi keuangan, khususnya terkait dengan faktor-faktor yang memengaruhi Profitabilitas perusahaan. Dengan menguji pengaruh *LEVERAGE*, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas di sektor *food and beverage* pada periode 2020-2024, penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika Profitabilitas dalam konteks industri dan periode waktu tertentu

### **2. Manfaat Praktis**

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi manajemen perusahaan, khususnya di sektor *food and beverage*, dalam merumuskan strategi keuangan yang lebih efektif terkait pengelolaan *LEVERAGE*, peningkatan penjualan, dan optimalisasi Ukuran Perusahaan untuk mencapai Profitabilitas yang berkelanjutan. Hasil penelitian ini juga dapat membantu perusahaan dalam mengambil keputusan strategis terkait investasi, ekspansi usaha, hingga pembagian dividen.

b. Bagi Investor

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi investor dalam menilai potensi Profitabilitas perusahaan di sektor *food and beverage*. Dengan memahami pengaruh *LEVERAGE*, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas, investor dapat membuat keputusan investasi yang lebih informatif dan terarah.

c. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk pengembangan teori dan penelitian selanjutnya di bidang akuntansi dan manajemen keuangan. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa dan peneliti lain yang tertarik dengan topik serupa, khususnya mengenai determinan Profitabilitas perusahaan di sektor industri spesifik.

d. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai kondisi Profitabilitas perusahaan di sektor *food and beverage* selama periode

2020-2024, yang meliputi masa krisis dan pemulihan ekonomi. Informasi ini dapat digunakan oleh regulator dalam merumuskan kebijakan yang mendukung stabilitas dan pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia.