

**ANALISIS PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN LEVERAGE  
TERHADAP PROFITABILITAS (STUDI PADA PERUSAHAAN  
SUB SEKTOR KOSMETIK YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK  
INDONESIA TAHUN 2012-2018)**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai  
Derajat Sarjana Ekonomi



**Disusun Oleh :**

**DESYI**

**17111024310220**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI, HUKUM, POLITIK DAN PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR**

**2020**

**Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Profitabilitas  
(Studi pada Perusahaan Sub Sektor Kometik yang Terdaftar di Bursa Efek  
Indonesia Tahun 2012-2018)**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai  
Derajat Sarjana Ekonomi



**Disusun Oleh :**

**DESYI**

**17111024310220**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI, HUKUM, POLITIK DAN PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR  
2020**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN LEVERAGE  
TERHADAP PROFITABILITAS (STUDI PADA PERUSAHAAN  
SUB SEKTOR KOSMETIK YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK  
INDONESIA 2012-2018)**

Oleh:

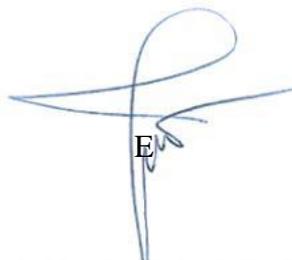
**Desyi**

**17111024310220**

Samarinda, 29 Juni 2020

Telah disetujui oleh:

Pembimbing,



**Mursidah Nurfadilah, S.E., M.M**

**NIDN.15077401**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

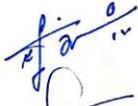
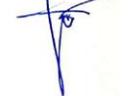
**ANALIS PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN LEVERAGE  
TERHADAP PROFITABILITAS (STUDI PADA PERUSAHAAN SUB  
SEKTOR KOSMETIK YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK  
INDONESIA TAHUN 2012-2018)**

Yang disiapkan dan disusun oleh:

Nama : Desyi  
NIM : 17111024310220  
Program Studi : Manajemen Keuangan

Telah dipertahankan didepan penguji pada tanggal 14 Juli 2020 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna mencapai derajat Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.

Susunan Penguji:

Penguji I : 1. Ermi Utami, S.E., M.M (  )  
NIDN. 1101018802  
Penguji II : 2. Mursidah Nurfadilah, S.E., M.M (  )  
NIDN. 0015077401

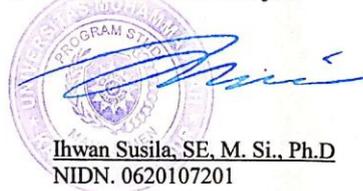
Mengetahui,

Dekan  
Fakultas Ekonomi, Hukum, Politik dan Psikologi



Prof. Dr. Muhammad Wahyuddin, M.S  
NIDN. 0604075802

Ketua  
Program Studi Manajemen



Ihwan Susila, SE, M. Si., Ph.D  
NIDN. 0620107201

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Desyi  
NIM : 17111024310220  
Program Studi : S1 Manajemen  
Surel : desyirawan@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatas namakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Samarinda, 29 Juni 2020

Yang Membuat Pernyataan,



METERAI  
TAMPIL  
7715AHF937333505  
6000  
RUPIAH

Desyi

v

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Alhamdulillahirobbil'alamin puji syukur saya ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan ridho dan hidayah-Nya kepada saya dan dengan segala limpahan rahmat-Nya saya mendapat kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan karya ilmiah dalam bentuk proposal skripsi dengan judul **“Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan dan *Leverage* terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)”**. Penulisan proposal skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Keuangan pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.

Saya sangat menyadari sepenuhnya bahwa didalam menyelesaikan proposal skripsi ini telah banyak mendapat bantuan serta dukungan dari berbagai pihak dengan tulus dan ikhlas hati. Secara khusus dan teristimewa penulis mengungkapkan rasa terima kasih yang tidak terhingga kepada kedua orang tua saya yang sangat saya sayangi dan cintai yaitu ayahanda **Mulkan** serta ibunda **Masnah** yang telah mengasuh, membimbing, memberikan dukungan baik moral maupun materil serta memberikan kasih sayang yang tiada ternilai yang selalu mendoakan saya dengan setulus hati dan ikhlas sehingga saya dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan baik.

Peyusunan proposal skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara materil maupun spriritual, sehingga saya dapat menyelesaikan tepat waktu. Pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Setiaji selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.
2. Bapak Prof. Dr. Muhammad Wahyuddin selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Hukum, Politik dan Psikologi Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.
3. Bapak Ihwan Susila, S.E., M. Si., Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.
4. Ibu Mursidah Nurfadillah, S.E,M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan saya dalam penyusunan proposal skripsi ini.
5. Ibu Ermi Utami, S.E,.M.M selaku Dosen Penguji Proposal Skripsi yang telah meluangkan waktu membimbing dan mengarahkan saya dalam perbaikan penyusunan proposal skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan pegawai beserta staff biro Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.
7. Mansyur, Irawan dan Siti Fatimah saudara kandung saya yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan motivasi kepada saya.

8. Sahabat terbaik saya yaitu : Yunita Rahmawati, Risma Dwi Sandra, Hadri, Eddy Kurniawan, Denni Malik, Fatma Andrajat, Desri, Eden, Sarah Christiani, Elma Fitri Analia, Ayu Wulandari, Herlina, Sulmiani, Ayuningtias, Nevitalia, Kak Misfahul Jannah, dan seluruh teman bimbingan skripsi yang telah memberikan dukungan, semangat serta motivasi kepada saya dalam penyusunan proposal skripsi ini.

Dengan kerendahan hati, saya menyadari sepenuhnya bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna baik isi maupun bahasanya karena keterbatasan kemampuan dan pengalaman saya, karena itu saya memohon maaf atas segala kesalahan dan hal-hal yang kurang berkenan dihati pembaca.

Kritik dan saran yang membangun sangat saya harapkan demi kesempurnaan proposal skripsi ini. Akhir kata saya ucapkan terima kasih dan semoga proposal skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi saya dan rekan rekan mahasiswa/I serta para pembaca sekalian.

*Wassalamualaikum Wr. Wb*

Samarinda, 29 Juni 2020

**DESYI**  
**17111024310220**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis dan menguji pengaruh ukuran perusahaan dan leverage terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purpose sampling. Untuk itu penulis mengambil data laporan keuangan dari 5 perusahaan sub sektor kosmetik periode 2012-2018 untuk menjadi sampel dalam penelitian ini. Uji Hipotesis dalam penelitian ini adalah Regresi Linier Berganda menggunakan SPSS 25. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Profitabilitas (*Return on Assets*) dan untuk variabel independen yaitu Ukuran perusahaan (*size*) dan *Leverage (Debt to Assets Ratio)*. Hasil penelitian ini menunjukkan ukuran perusahaan dan leverage berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas secara simultan melalui uji F, dan melalui uji t secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas sedangkan leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Dan melalui pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan leverage mempunyai pengaruh 81,7% terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2018

**Kata kunci :** Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine, analyze and test the effect of company size and leverage on profitability in cosmetics sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange. This type of research is a quantitative research. Determination of the sample in this study using purpose sampling techniques. For this reason, the authors took financial statement data from 5 companies of the cosmetics sub-sector for the period 2012-2018 to be the sample in this study. The Hypothesis Test in this study is Multiple Linear Regression using SPSS 25.0. The dependent variable in this study is Profitability (Return on Assets) and for independent variables is Firm Size (Size) and Leverage (Debt to Assets Ratio). The result of this study indicate that firm size and leverage have a significant effect on profitability simultaneously through the F test, and through the t test partially, firm size has a significant effect on profitability while leverage has a significant effect on profitability, and through testing the coefficient of determination shows that firm size and leverage have an effect of 81,7% on profitability in cosmetics sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2012-2018.*

*Keyword : Firm Size, Leverage, Profitability*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS .....</b>	<b>9</b>
A. Profitabilitas .....	9
B. Ukuran Perusahaan.....	14
C. Leverage.....	18
D. Faktor-faktor yang mempengaruhi Profitabilitas .....	22
E. Penelitian Terdahulu .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
A. Lokasi Penelitian.....	32
B. Jenis penelitian.....	32
C. Populasi dan Sampel .....	32
D. Teknik Pengumpulan Data.....	34
E. Definisi dan Operasional Variabel.....	34
F. Alat Analisis Data .....	37

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	43
B. Deskripsi Variabel Penelitian.....	53
C. Analisis Data .....	59
D. Pembahasan.....	70
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>76</b>
A. Kesimpulan .....	76
B. Keterbatasan Penelitian.....	77
C. Saran.....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>82</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel II.1 : Kriteria Ukuran Perusahaan.....	16
Tabel II.2 : Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel III.1 : Sampen Penelitian.....	34
Tabel III.2 : Operasional Variabel.....	37
Tabel III.3 : Pengujian Durbin Watson.....	39
Tabel IV.1 : Profitabilitas (ROA).....	53
Tabel IV.2 : Ukuran Perusahaan (Size).....	55
Tabel IV.3 : <i>Leverage</i> (DAR).....	57
Tabel IV.4 : Statistik Deskriptif .....	58
Tabel IV.5 : Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel IV.6 : Hasil Uji Autokorelasi.....	64
Tabel IV.7 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
Tabel IV.8 : Uji Simultan (Uji F).....	68
Tabel IV.9 : Uji Parsial (Uji t).....	68
Tabel IV.10 : Koefisien Determinasi ( <i>R Square</i> ).....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 : Kerangka Pikir.....	30
Gambar IV.1 : Profitabilitas (ROA).....	54
Gambar IV.2 : Hasil Uji Normalitas.....	60
Gambar IV.3 : Grafik Histogram Uji Normalitas.....	61
Gambar IV.4 : Uji Heterokdidastisitas.....	65

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar sampel perusahaan.....	81
Lampiran 2 : Hasil olah data Ukuran Perusahaan ( <i>Size</i> ).....	82
Lampiran 3 : Hasil olah data <i>Leverage (Debt to Assets Ratio)</i> .....	84
Lampiran 4 : Hasil olah data Profitabilitas ( <i>Return on Assets</i> ).....	86
Lampiran 5 : Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	88
Lampiran 6 : Hasil Uji Normalitas.....	88
Lampiran 7 : Grafik Histogram Hasil Uji Normalitas.....	89
Lampiran 8 : Hasil Uji Multikolinearitas.....	89
Lampiran 9 : Hasil Uji Autokorelasi.....	90
Lampiran 10 : Hasil Uji Heterokdidastisitas.....	90
Lampiran 11 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	91
Lampiran 12 : Hasil Uji F (Uji simultan).....	91
Lampiran 13 : Hasil Uji t (Uji parsial).....	91
Lampiran 14 : Hasil Uji Koefisien Determinasi ( <i>R Square</i> ).....	92

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perekonomian global saat ini bisa di katakan sedang tidak stabil, mengingat saat ini perang dagang yang masih berlangsung yaitu antara Tiongkok dengan Amerika Serikat yang sangat mempengaruhi perekonomian dunia dan secara tidak langsung juga ikut berdampak bagi perekonomian Indonesia serta mengakibatkan persaingan usaha yang sangat ketat. Hal ini akan mendorong perusahaan meningkatkan produktivitas dalam bidang produksi, pemasaran dan strategi perusahaan bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan ditengah persaingan ekonomi global yang semakin ketat.

Perusahaan dituntut untuk meningkatkan kerja dan inovasi produk, maka perusahaan membutuhkan dana yang lebih. Ini lah salah satu faktor perusahaan untuk masuk ke bursa efek atau yang biasa disebut dengan *Go Public*. Salah satu perusahaan *Go Public* yang memiliki persaingan yang cukup ketat yaitu perusahaan yang berada pada sub sektor kosmetik. Melihat beberapa tahun terakhir dapat dikatakan bahwa diantara sektor-sektor industri lainnya di Indonesia, sub sektor kosmetiklah yang pertumbuhannya paling dinamis.

Industri kosmetik nasional mencatatkan kenaikan pertumbuhan 20 % atau empat kali lipat dari pertumbuhan ekonomi nasional pada tahun 2017. Kenaikan pertumbuhan hingga *double digit* ini didorong oleh permintaan besar dari pasar domestik dan ekspor seiring dengan tren yang sedang ramai di kalangan masyarakat yang mulai memperhatikan penampilan dengan memilih produk perawatan tubuh sebagai kebutuhan utama.

Saat ini produk kosmetik sudah menjadi kebutuhan primer bagi kaum wanita yang merupakan target utama dari industri kosmetik. “Selain itu dengan seiring perkembangan zaman, industri kosmetik juga mulai berinovasi pada produk kosmetik pria dan anak-anak”, kata Menteri Perindustrian (Manperin) Airlangga Hartato di Jakarta Senin, 3 Maret 2018.

Kementerian Perindustrian Airlangga, telah menempatkan industri kosmetik sebagai sektor andalan sebagaimana tertuang dalam Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) 2015-2035. Industri kosmetik didalam negeri bertambah sebanyak 153 perusahaan pada 2017 sehingga saat ini jumlahnya mencapai lebih dari 760 perusahaan. Dari total tersebut, sebanyak 95% industri kosmetik nasional merupakan sector industri kecil dan menengah (IKM) dan sisanya industri skala besar ([kemenperin.go.id](http://kemenperin.go.id) 20 Maret 2018).

Sub sektor perusahaan kosmetik merupakan bagian dari salah satu sektor manufaktur barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang bergerak dalam produksi kosmetik, wangi-wangian, perawatan rambut, serta perawatan tubuh. Terdapat enam perusahaan yang bergabung menjadi anggota di Bursa Efek Indonesia dengan waktu yang tidak bersamaan pada sub sektor kosmetik tersebut, yaitu diantaranya adalah PT. Akasha Wira Internasional Tbk dengan kode ADES, PT. Martina Berto Tbk dengan kode MBTO, PT. Mustika Ratu Tbk dengan kode MRAT, PT. Mandon Indonesia dengan kode TCID, PT. Unilever Indonesia Tbk dengan kode UNVR.

Sehubungan dengan aktivitas perusahaan yang merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari fungsi keuangan dimana fungsi keuangan merupakan salah satu fungsi penting dalam perusahaan untuk menjalankan kegiatan operasional perusahaan. Dalam mengelola fungsi keuangan salah satu unsur yang perlu diperhatikan adalah seberapa besar perusahaan mampu memenuhi kebutuhan dana yang akan digunakan untuk kegiatan operasinya dan mengembangkan usahanya.

Pendanaan ini bisa bersumber dari dana sendiri, modal saham maupun dengan hutang baik hutang jangka pendek maupun hutang jangka panjang. Kondisi finansial dan perkembangan perusahaan yang sehat akan mencerminkan efisiensi dalam kinerja perusahaan menjadi tuntutan utama untuk bisa bersaing dengan perusahaan lainnya.

Dalam persaingan antar perusahaan ada suatu tolak ukur yang menjadi bahan pertimbangan untuk menentukan profitabilitas pada suatu perusahaan, variabel penentu tersebut adalah ukuran perusahaan. Perusahaan sendiri dibagi menjadi 2 kategori, perusahaan berskala besar dan perusahaan berskala kecil. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi profitabilitas suatu perusahaan. Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal.

Jika kita lihat banyak sekali faktor yang dapat mempengaruhi profitabilitas pada suatu perusahaan selain dari ukuran perusahaan, *Leverage* juga memiliki pengaruh besar terhadap Profitabilitas pada suatu perusahaan, karena *leverage* bisa digunakan perusahaan untuk meningkatkan modal perusahaan dalam rangka meningkatkan keuntungan. *Leverage* adalah penggunaan aset dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham “,(Agus, 2010). Jika perusahaan menggunakan lebih banyak hutang dibanding modal sendiri maka tingkat utang akan menurun karena beban bunga yang harus ditanggung juga semakin meningkat. Hal ini akan mempengaruhi turunnya profitabilitas. Jika proporsi *leverage* tidak diperhatikan oleh perusahaan maka hal tersebut akan mengakibatkan turunnya profitabilitas karena penggunaan hutang menimbulkan beban bunga yang bersifat tetap.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan atau laba dalam hubungan dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri, (sartono 1998). Jumlah bersih sering dibandingkan dengan ukuran perusahaan, *leverage* dan kondisi keuangan lainnya seperti penjualan, aktiva, ekuitas pemegang saham, besarnya laba juga digunakan untuk menilai kinerja perusahaan. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan, digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas. Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada dilaporan keuangan, tujuan agar terlihat perkembangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu baik penurunan atau kenaikan (D. Kasmir & Persada, 2012).

Kupasan mengenai variabel ukuran perusahaan yang dilakukan Sunarto dan Budi (2005) mengemukakan hasil yaitu ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas, tetapi penelitian dari Oktariani (2014) hasilnya adalah ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Penelitian mengenai variable leverage yang dilakukan oleh Syarif Dienan Yahya (2011) mendapatkan hasil bahwa leverage berpengaruh positif terhadap profitabilitas tetapi penelitian yang dilakukan oleh Sunarto (2005) memperoleh hasil yaitu leverage tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

Berdasarkan permasalahan di atas, serta pengembangan dari penelitian sebelumnya dapat dikatakan bahwa Ukuran Perusahaan dan *Leverage* berperan penting bagi pihak internal maupun eksternal perusahaan. Oleh karena itu, penulis ingin mengetahui mengenai kinerja perusahaan dengan meneliti apakah ada pengaruh Ukuran Perusahaan (*Size*) dan *Leverage (Return on Asset)* terhadap Profitabilitas. Jika variabel tersebut saling berpengaruh maka dapat membantu perusahaan dalam mengambil keputusan. Maka, penulis ingin melakukan penelitian dalam sebuah karya tulis ilmiah berbentuk skripsi dengan judul **“Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”**

## **B. Rumusan Masalah**

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tingkat profitabilitas pada sebuah perusahaan. Faktor faktor tersebut dapat diukur dengan rasio keuangan yaitu di antaranya adalah: rasio ukuran perusahaan, dan rasio utang . Rasio ini dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari masing masing variable tersebut terhadap profitabilitas.

1. Apakah ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap ROA (*Return On Assets*) pada perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah *leverage* (*Debt to Assets Ratio*) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap ROA (*Return on Assets*) pada perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah ukuran perusahaan (*size*) dan *leverage* (*Debt to Assets Ratio*) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap ROA (*Return On Assets*) pada perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat di ambil tujuan penelitian dari masalah tersebut adalah:

1. Untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap ROA (*Return on Assets*) pada perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2. Untuk mengetahui apakah *leverage (Debt to Assets Ratio)* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap ROA (*Return On Assets*) pada perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan (*size*) dan *leverage (Debt to Assets Ratio)* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap ROA (*Return On Assets*) pada perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Apa saja manfaat dari penelitian ini :

1. Bagi Manajemen Perusahaan: Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat menghasilkan konsep mengenai perhitungan serta penerapan rasio keuangan Ukuran Perusahaan dan *Leverage* terhadap Profitabilitas pada perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Bagi Investor: Sebagai bahan pertimbangan / pengambilan keputusan untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut.

3. Bagi Akademis dan Penulis: Penelitian ini dapat memberikan bukti empiris mengenai pengelolaan serta perhitungan rasio keuangan terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan dapat menjadi tambahan ilmu pengetahuan sebagai pengaplikasian teori teori yang selama ini dipelajari selama perkuliahan serta dapat dijadikan bahan referensi dalam membuat penelitian yang berkaitan dengan Ukuran Perusahaan, *Leverage*, terhadap Profitabilitas.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS**

#### **A. Profitabilitas**

Secara umum profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan keuntungan. Menurut (Agus, 2010:122) “Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri”. Dengan demikian setiap perusahaan akan selalu berusaha untuk meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka kelangsungan hidup perusahaan tersebut akan lebih terjamin. Menurut Kasmir (2008), menerangkan bahwa tujuan dan manfaat penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak eksternal perusahaan yakni :

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Sedangkan manfaat rasio profitabilitas yaitu :

1. Analisis kemampuan menghasilkan laba ditunjukkan untuk mendeteksi penyebab timbulnya laba atau rugi yang dihasilkan oleh suatu objek informasi dalam periode akuntansi tertentu.

2. Profitabilitas dapat dimanfaatkan untuk menggambarkan kriteria yang sangat diperlukan dalam menilai sukses suatu perusahaan.
3. Profitabilitas merupakan suatu alat untuk membuat proyeksi laba perusahaan karena menggambarkan korelasi antara laba dan jumlah modal yang ditanamkan.
4. Profitabilitas merupakan suatu alat pengendalian bagi manajemen, profitabilitas dapat dimanfaatkan oleh pihak internal untuk menyusun target, budget, koordinasi, evaluasi hasil pelaksanaan operasi perusahaan dan dasar pengambilan keputusan.

1. Jenis jenis Profitabilitas

Menurut Kasmir (2010) jenis jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan adalah sebagai berikut :

- a. Profit Margin on Sales

Profit margin on sales atau ratio profit margin atau margin laba atas penjualan merupakan salah satu rasio yang digunakan yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Cara pengukuran rasio ini adalah dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Rasio ini dikenal dengan *Profit Margin*.

Menurut Harapan (2009), semakin besar rasio ini semakin baik karena dianggap kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba. Terdapat dua rumusan untuk mencari profit margin yaitu:

## (a) Margin Laba Kotor

$$\textit{Profit margin on sales} = \frac{\text{Penjualan} - \text{harga pokok penjualan}}{\text{Penjualan}}$$

Margin laba kotor menunjukkan laba yang relatif terhadap perusahaan, dengan cara penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan. Rasio ini merupakan cara untuk penetapan harga pokok penjualan.

## (b) Margin Laba Bersih

$$\textit{Net Profit Margin on Sales} = \frac{\text{Earnings After Interest and Tax}}{\text{Sales}}$$

Margin laba bersih merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan. Rasio ini menunjukkan pendapatan bersih penjualan perusahaan. Rasio ini menunjukkan pendapatan bersih penjualan perusahaan. Apabila *rasio profit margin on sales* maupun *Net profit margin* tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu, sebaliknya jika rasionya rendah menandakan penjualan yang terendah untuk tingkat biaya tertentu, atau kombinasi dari kedua hal tersebut. Rasio yang rendah bisa menunjukkan ketidak efisien manajemen.

b. *Return on Assets (ROA)*

Return on Assets (ROA) adalah risiko keuntungan bersih setelah pajak terhadap jumlah asset secara keseluruhan. Rasio ini merupakan suatu ukuran untuk menilai seberapa tingkat pengembalian (%) dari asset yang dimiliki. Apabila rasio ini tinggi berarti menunjukkan adanya efisiensi yang dilakukan oleh pihak manajemen.

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

Kasmir (2015:201) ROA/ROI merupakan ratio yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. Maka ROA juga merupakan suatu ukuran tentang efektifitas manajemen dengan mengelola investasinya.

Agus Sartono Sartono (2012:123) Return on investment atau return on assets menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan.

c. *Return on Equity (ROE)*

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Modal Sendiri}}$$

Sartono (2012:124) ROE yaitu mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan. Rasio ini juga dipengaruhi oleh besar kecilnya utang perusahaan, apabila proporsi utang makin besar maka rasio ini juga akan semakin besar.

Agus Harjito dan Martono ( 2014:61) Return on Equity sering disebut rentabilitas modals sendiri dimaksudkan untuk mengukur seberapa banyak keuntungan yang menjadi hak pemilik modal sendiri.

d. *Return On Investment* (ROI)

$$\text{Return On Investment} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

*Return on investment* merupakan rasio profitabilitas yang dihitung dari laba bersih setelah dikurangi pajak terhadap total aktiva. *Return on investment* berguna untuk mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan terhadap jumlah aktiva secara keseluruhan yang tersedia pada perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin baik kondisi suatu perusahaan.

e. *Earning per share* (EPS)

$$\text{Earning per share} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak} - \text{Dividen Saham Preferen}}{\text{Jumlah saham yang biasa beredar}}$$

Earning per share merupakan rasio profitabilitas yang menilai tingkat kemampuan per lembar saham dalam menghasilkan laba untuk perusahaan. Manajemen perusahaan pemegang saham biasa dan calon pemegang saham sangat memperhatikan earning per share karena menjadi indikator keberhasilan perusahaan.

## **B. Ukuran Perusahaan**

### a. Pengertian Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat dikatakan sebagai besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai *equity*, nilai perusahaan ataupun hasil nilai total aktiva dari suatu perusahaan (Y. Riyanto, 2001).

Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi profitabilitas suatu perusahaan. Karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik dari pihak internal maupun eksternal.

Traxler & Huemer (2007) mengemukakan ukuran perusahaan sebagai berikut : *“Firm size is the criterion most frequently use for demarcating membership domains, something which underscores the relevance of this criterion as a divide in business interest”*.

Ukuran perusahaan merupakan salah satu variable yang paling sering digunakan untuk menjelaskan pengungkapan social perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan cerminan total asset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, berarti asset yang dimiliki perusahaan pun semakin besar dan dana yang dibutuhkan perusahaan untuk mempertahankan kegiatan operasionalnya pun semakin banyak.

Semakin besar ukuran perusahaan akan mempengaruhi keputusan manajemen dalam memutuskan pendanaan apa yang akan digunakan oleh perusahaan agar keputusan pendanaan dapat mengoptimalkan profitabilitas perusahaan.

b. Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Undang-Undang No. 20 (2008) mengklasifikasikan ukuran perusahaan kedalam empat kategori, pengklasifikasian ukuran perusahaan tersebut didasarkan pada total asset yang dimiliki dan total penjualan tahunan perusahaan tersebut, yaitu :

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasi, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.

3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasi, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
4. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yaitu yang meliputi usaha nasional milik Negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Kriteria ukuran perusahaan yang diatur dalam Undang-Undang No. 20 (2008) adalah

**Tabel 2.1 Kriteria Ukuran Perusahaan**

Ukuran Perusahaan	Kriteria	
	Asset (Tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha)	Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal 50 Juta	Maksimal 300 Juta
Usaha Kecil	>50 Juta-500 Juta	>300 Juta-2.5 M
Usaha Menengah	>10 Juta-10 M	2.5 M-50 M
Usaha Besar	>10 M	>50 M

c. Jenis-jenis Ukuran Perusahaan

Menurut Jogiyanto (2007) pengukuran perusahaan adalah sebagai berikut :

“Ukuran aktiva digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva’

Menurut Harapan (2007:23) pengukuran ukuran perusahaan adalah :

“Ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural ( $\ln$ ) dari rata-rata total aktiva (total asset) perusahaan. Penggunaan total aktiva berdasarkan pertimbangan bahwa total aktiva mencerminkan ukuran perusahaan dan diduga mempengaruhi ketepatan waktu”.

Menurut Rudangga & Sudiarta (2016) :

“Ukuran perusahaan dapat dinyatakan dengan total asset yang dimiliki oleh perusahaan. Dalam ukuran perusahaan terdapat tiga variabel yang dapat menentukan ukuran perusahaan yaitu total asset, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Karena variabel itu dapat menentukan besarnya suatu perusahaan”.

Size = Log Total Aktiva

Menurut Taliyang (2011) dan Lina (2013) Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan logaritma natural total asset. Skala pengukurannya adalah skala rasio. Pengukuran variabel ukuran perusahaan adalah sebagai berikut :

Ukuran Perusahaan =  $\ln$  Total Aktiva

Berdasarkan uraian di atas menunjukkan bahwa untuk menentukan ukuran perusahaan digunakan dengan ukuran aktiva yang diukur sebagai logaritma dan total aktiva.

### C. Leverage

Leverage menjadi indikasi efisiensi kegiatan bisnis perusahaan, serta pembagian resiko usaha antara pemilik perusahaan dan para pemberi pinjaman atau kreditur. Sebagian pos utang jangka pendek, menengah dan panjang menanggung biaya bunga. Contoh utang dengan beban bunga adalah kredit dari bank dan lembaga keuangan yang lain. Semakin kecil jumlah pinjaman berbunga semakin kecil pula beban bunga kredit yang ditanggung perusahaan. Dengan demikian dipandang dari segi beban bunga, perusahaan tersebut lebih efisien operasi bisnisnya. Apabila beban biaya operasional yang lain wajar, dengan beban bunga pinjaman kecil diharapkan profitabilitas perusahaan meningkat (Sutojo & Kleinsteuber, 2004).

Rasio *Leverage* adalah rasio-rasio yang dimaksudkan untuk mengukur sampai berapa jauh aktiva perusahaan dibiayai dengan utang (B. Riyanto, 1995). Untuk mengukur seberapa besar perbandingan total utang dengan total aset, digunakan rumus :

$$\text{Rasio leverage} = \frac{\text{Total utang}}{\text{Total aset}}$$

#### a. Tujuan dan Manfaat Rasio Leverage

Penggunaan rasio leverage yang baik akan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan guna menghadapi segala kemungkinan yang akan terjadi, namun semua kebijakan ini tergantung dari tujuan perusahaan secara keseluruhan.

Berikut adalah beberapa tujuan perusahaan menggunakan rasio leverage menurut Kasmir (2013), diantaranya :

1. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditur).
2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga).
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dan modal.
4. Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang.
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva.
6. Untuk menilai atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
7. Untuk menilai berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki.

b. Jenis-jenis Rasio Leverage

Menurut Tampubolon (2013:41) rasio leverage digunakan untuk menjelaskan penggunaan hutang untuk membiayai sebagian dari pada aktiva korporasi. Menurut Utari et al., (2014:61) rasio leverage diklasifikasikan sebagai berikut :

1. *Debt to Asset Ratio*, yaitu total hutang dibagi total aset.
2. *Debt to Equity Ratio*, yaitu total hutang dibagi total ekuitas.
3. *Long Term Debt to Equity Ratio*, yaitu hutang jangka panjang dibagi ekuitas.

4. *Time Interest Earned Ratio*, yaitu laba sebelum bunga dan pajak dibagi bunga.
5. *Fixed Payment Covarage Ratio*, yaitu laba sebelum bunga dan pajak ditambah pembayaran sewa, dibagi bunga ditambah pembayaran sewa ditambah (pembayaran angsuran hutang ditambah dividen saham istimewa) kali  $[1/1 - \text{pajak}]$ .

Berikut penjelasan mengenai jenis jenis rasio leverage :

1. Debt to Asset Ratio (DAR)

$$\text{Debt Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aktiva}}$$

Agus Sartono (2012:121) Semakin tinggi rasio ini maka semakin besar rasio yang dihadapi, dan investor akan meminta tingkat keuntungan yang semakin tinggi. Rasio yang tinggi juga menunjukkan proporsi modal sendiri yang rendah untuk membiayai aktiva.

2. Debt to Equity Ratio (DER)

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Modal Sendiri}}$$

Sartono (2012) *Debt to Equity Ratio* (DER) merupakan perbandingan antara seluruh hutang perusahaan baik hutang jangka panjang maupun jangka pendek dengan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi DER menunjukkan semakin besar total utang terhadap total ekuitasnya.

*Debt to equity ratio* digunakan untuk mengukur total shareholders' equity yang dimiliki perusahaan.

### 3. Time Interest Earned Ratio

$$\textit{Time Interest Earned Ratio} = \frac{\text{Laba sebelum bunga dan pajak}}{\text{Beban Bunga}}$$

Sartono (2012) Time interest earned ratio, adalah rasio antara laba sebelum bunga dan pajak (EBIT) dengan beban bunga. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan memenuhi beban tetapnya berupa bunga, atau mengukur seberapa jauh laba dapat berkurang tanpa perusahaan mengalami kesulitan karena tidak mampu membayar bunga.

### 4. Fixed Charge Coverage

$$\textit{Fixed Charge Coverage} = \frac{\text{EBIT+Bunga+Pembayaran Sewa}}{\text{Bunga+Pembayaran Sewa}}$$

Sartono (2012) Fixed charge coverage ratio, mengukur berapa besar kemampuan perusahaan untuk menutup beban tetapnya termasuk pembayaran dividen saham preferen, bunga, angsuran pinjaman dan sewa. Karena tidak jarang perusahaan menyewa aktivitya dari perusahaan lising dan harus membayar angsuran tertentu.

## 5. Debt Service Coverage

$$\text{Debt Service Coverage} = \frac{\text{Laba sebelum bunga dan pajak}}{\text{Bunga+Sewa+Angsuran Pokok Pinjaman}} \\ \text{(1-tarif pajak)}$$

Sartono (2012) Debt service coverage, mengukur kemampuan perusahaan memenuhi beban tetapnya termasuk angsuran pokok pinjaman. Jadi sama dengan leverage yang lain, hanya dengan memasukan angsuran pokok pinjaman.

### D. Faktor-faktor yang mempengaruhi Profitabilitas

Ada beberapa cara untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor-faktor yang dapat mempengaruhi profitabilitas suatu perusahaan, dapat menggunakan rasio keuangan. Rasio keuangan yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

#### 1. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas

Ukuran perusahaan atau size dari sebuah perusahaan dapat juga dilihat dari beberapa hal, seperti struktur organisasi, jumlah karyawan, aset perusahaan, dan jumlah saham yang beredar. Menurut teori critical, semakin besar skala perusahaan maka profitabilitas juga akan meningkat, karena dengan adanya sumber daya yang besar, maka perusahaan dapat melakukan investasi baik untuk aktiva lancar maupun aktiva tetap dan juga memenuhi permintaan produk. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ambarwati (2015) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas.

Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Setiadewi & Purbawangsa (2015) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi total aset yang menunjukkan harta yang dimiliki perusahaan mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut tergolong dalam perusahaan yang besar. Dan sebaliknya jika total aset perusahaan semakin rendah perusahaan tersebut tergolong dalam perusahaan kecil. Perusahaan dengan aset yang besar maka akan menggunakan sumber daya yang ada semaksimal mungkin untuk memperoleh keuntungan usaha yang maksimal dan perusahaan dengan aset yang kecil tentu akan menghasilkan keuntungan sesuai dengan aset yang relatif kecil.

## 2. Pengaruh Leverage Terhadap Profitabilitas

Leverage merupakan kebijakan yang penting bagi perusahaan terutama bagi manajer keuangan dalam kebijakannya guna meningkatkan profit yang akan dihasilkan oleh perusahaan. Debt to Equity Ratio merupakan alat untuk mengukur besar kecilnya penggunaan utang jangka panjang dibandingkan dengan modal sendiri (Sudana, 2015). Rasio Leverage, bertujuan untuk mengukur sejauh mana kebutuhan keuangan perusahaan dibelanjai dengan dana pinjaman, kelipatan keuntungan dalam menutup beban bunga (time interest earned), kemampuan keuntungan dalam menutup beban tetap (fixed charge coverage) (Jumingan, 2006).

Penggunaan hutang sebagai alternatif pendanaan bagi perusahaan dapat juga membantu meningkatkan kinerja perusahaan sehingga perusahaan mampu menghasilkan laba yang di inginkan. Hal tersebut menunjukkan bahwa leverage memiliki pengaruh baik terhadap profitabilitas karena jumlah laba yang dihasilkan oleh perusahaan lebih banyak dibandingkan jumlah beban tetap (biaya bunga) dalam hal ini adalah pendapatan sebelum dikurangi oleh bunga dan pajak sehingga mampu menghasilkan keuntungan bersih yang di inginkan oleh perusahaan, hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ni Gst. A. Pt. Silika Prastika (2013). Namun sebaliknya leverage juga dapat berdampak merugikan bagi perusahaan karena jika leverage perusahaan semakin tinggi atau beban tetap (biaya bunga) lebih besar dibandingkan dengan laba yang diperoleh oleh perusahaan, maka perusahaan akan mengalami kesulitan dalam mendapatkan laba yang diharapkan dan kesulitan dalam menjalankan kegiatan usahanya, serta hal ini juga sangat merugikan bagi para pemegang saham karena EPS yang diperoleh menurun dan juga kreditur perusahaan, dengan kata lain semakin besar beban tetap (biaya bunga) yang harus dikeluarkan perusahaan, semakin besar kemungkinan perusahaan mengalami kesulitan keuangan yang mengarah ke kebangkrutan (Sugiarto, 2009:94).

## E. Penelitian Terdahulu

Pada dasarnya penelitian mengenai profitabilitas bukanlah penelitian yang pertama kali dilakukan. Penelitian ini dilakukan karena terinspirasi oleh peneliti sebelumnya, namun dengan teknik dan variable yang berbeda. Beberapa penelitian terdahulu meneliti tentang profitabilitas sebuah perusahaan dapat dilihat dari tabel berikut ini :

**Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti/ Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Anam & Dwi (2015)	Pengaruh Struktur Aset,Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Kebijakan Hutang	Dependen : -Kebijakan -Hutang  Independen: -Struktur Aset, -Ukuran Perusahaan -Pertumbuhan Perusahaan	1. Struktur aset berpengaruh terhadap kebijakan hutang 2. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kebijakan hutang 3. Pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap kebijakan hutang
2	Saridan Abun danti (2014)	Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan dan <i>Leverage</i> Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan	Dependen : -Profitabilitas ( <i>Return On Assets</i> ) -Nilai Perusahaan  Independen : -Pertumbuhan Perusahaan - <i>Leverage</i>	1. Pertumbuhan perusahaan ( <i>growth</i> ) terhadap profitabilitas berpengaruh positif signifikan pada sektor perusahaan food and beverages 2. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas pada sektor perusahaan food and beverage 3. Pertumbuhan perusahaan ( <i>growth</i> ) terhadap nilai perusahaan berpengaruh

			positif signifikan pada sektor perusahaan food and beverage
			4. Pertumbuhan perusahaan ( <i>growth</i> ) terhadap nilai perusahaan terhadap profitabilitas
3	Andreani Caroline Barus, Leliani (2013)	<p>Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Profitabilitas (ROA)</li> </ul> <p>Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Current Ratio (CR)</li> <li>-Total Asset Turnover (TATO)</li> <li>-Debt Ratio (DR)</li> <li>-Debt to Equity Ratio (DER)</li> <li>-Pertumbuhan Penjualan</li> <li>-Ukuran Perusahaan</li> </ul>	<p>1. Secara simultan CR, TATO, DER, DR, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas perusahaan</p> <p>2. Secara parsial hanya TATO, DR dan Ukuran Perusahaan yang berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas perusahaan</p> <p>3. Sedangkan CR, DER dan Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas perusahaan</p>
4	Setia dewi & Purbawan gsa, (2015)	<p>Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Profitabilitas (ROA)</li> <li>-NilaiPerusaaan (PBV)</li> </ul> <p>Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Ukuran Perusahaan</li> <li>-Leverage</li> </ul>	<p>1. Menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan leverage berpengaruh tidak signifikan secara statistik terhadap profitabilitas, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh tidak</p>

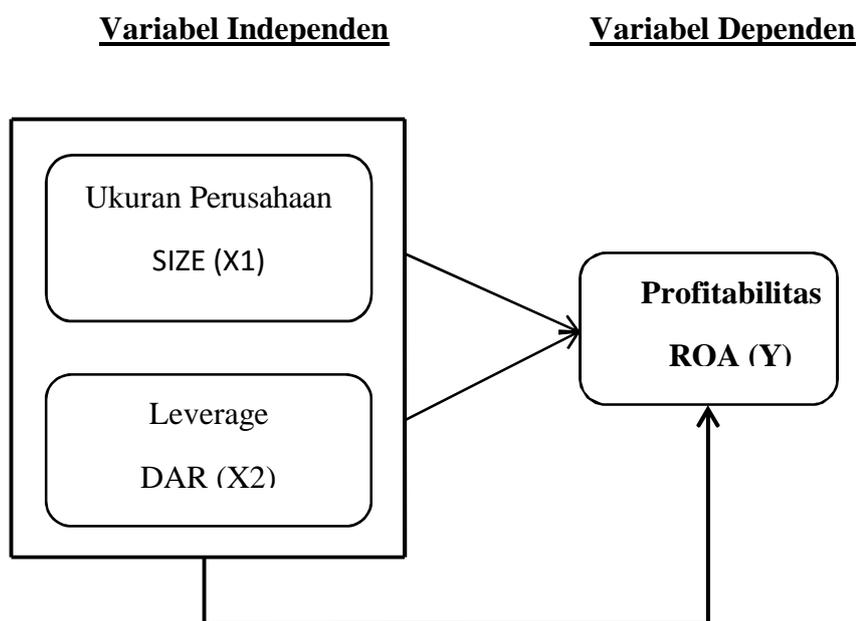
				signifikan terhadap <i>leverage</i>
				2. Ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan secara statistik terhadap nilai perusahaan, sedangkan leverage dan profitabilitas mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan
<b>5</b>	Purba & Yadnya (2015)	Pengaruh ukuran perusahaan dan Leverage Terhadap profitabilitas dan pengungkapan Corporate Social Responsibility	Dependen : - Profitabilitas (ROE) - Corporate Social Responsibility  Independen : - Ukuran Perusahaan - <i>Leverage</i>	1. Ukuran perusahaan mempengaruhi secara positif terhadap profitabilitas 2. <i>Leverage</i> mempengaruhi secara positif terhadap profitabilitas 3. Ukuran perusahaan mempengaruhi secara positif terhadap <i>Leverage</i> 4. Ukuran perusahaan mempengaruhi secara positif terhadap penerapan tanggung jawab sosial perusahaan 5. <i>Leverage</i> mempengaruhi secara positif terhadap penerapan tanggung jawab sosial perusahaan.
<b>6</b>	Ambarwati (2015)	Pengaruh Modal Kerja, Likuiditas, dan Ukuran	Dependen : - Profitabilitas (ROA)	1. Secara pasial modal kerja berpengaruh positif signifikan

		Perusahaan terhadap Profitabilitas	Independen : - Modal Kerja - Likuiditas - Aktivitas - Ukuran Perusahaan	terhadap profitabilitas. 2. Likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas. 3. Aktivitas berpengaruh positif signifikan terhadap Profitabilitas. 4. Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Profitabilitas. 5. Secara simultan modal kerja, likuiditas, aktivitas dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.
7	Ratnasari (2016)	Pengaruh Leverage, Likuiditas, Ukuran perusahaan Terhadap Profitabilitas pada perusahaan Otomotif di BEI	Dependen : - Profitabilitas (ROA)  Independen : - Leverage - Likuiditas - Ukuran Perusahaan	1. Leverage berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas (ROA) 2. Likuiditas berpengaruh tidak signifikan terhadap profitabilitas (ROA) 3. Ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap profitabilitas (ROA)
8	Widya Astriana Sari (2017)	Pengaruh Modal Kerja, Ukuran Perusahaan, Likuiditas Terhadap Profitabilitas pada perusahaan	Dependen : - Profitabilitas (ROE)  Independen : - Modal Kerja - Ukuran	1. Modal kerja berpengaruh positif tidak signifikan terhadap profitabilitas 2. Ukuran Perusahaan

		Tekstil & Garmen di BEI 2008-2015	Perusahaan - Likuiditas	berpengaruh positif tidak signifikan terhadap profitabilitas 3. Likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas
<b>9</b>	Syaiful Arif, Raden Rustam Hidayat, Zahroh Z.A (2015)	Pengaruh Perputaran modal kerja, Leverage, Pertumbuhan Penjualan terhadap profitabilitas pada perusahaan Food & Beverage	Dependen : - Profitabilitas  Independen : - Perputaran modal kerja - Leverage - Pertumbuhan Penjualan	1. DR, DER, dan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas (ROI) 2. DR, DER, dan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas (ROE)
<b>10</b>	Amrita Maulidia Rahmah, Wayan Cipta, Fridayana Yudiatma (2016)	Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, dan Aktivitas Terhadap Profitabilitas pada perusahaan Otomotif	Dependen : - Profitabilitas (ROA)  Independen : - Likuiditas - Solvabilitas - Aktivitas	1. Ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan dari Likuiditas, Solvabilitas, dan Aktivitas terhadap profitabilitas perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI 2. Ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial dari Likuiditas, Solvabilitas, dan Aktivitas terhadap profitabilitas perusahaan.

## F. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran atau konseptual adalah suatu model yang menerangkan bagaimana suatu hubungan variabel dengan faktor-faktor yang penting diketahui dalam suatu masalah tertentu. Kerangka pemikiran menghubungkan secara teoritis dengan variabel penelitian yaitu antara variabel bebas dengan variabel terikat. Variabel independen dalam kerangka pemikiran ini adalah ukuran perusahaan dan *debt to asset ratio* sedangkan variabel dependen adalah Profitabilitas. Kerangka pemikiran ini menjelaskan hubungan secara simultan maupun parsial dari masing-masing variabel dependen atau independen. Penjelasan kerangka pemikiran sebagai berikut:



**Gambar 2.1 Kerangka Pikir**

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh Ukuran perusahaan (*size*) dan *Leverage* terhadap profitabilitas.

## **G. Hipotesis**

Hipotesis merupakan perumusan jawaban sementara terhadap suatu masalah yang akan diteliti dan diuji dengan pembuktian dan kebenaran berdasarkan fakta:

H1: Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

H2: *Leverage* perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

H3: Ukuran perusahaan dan *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi Penelitian**

Objek yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan dan *Leverage* terhadap Profitabilitas pada perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2012-2018. Sumber di ambil dari laporan keuangan perusahaan sub sektor kosmetik melalui website resmi Bursa Efek Indonesia yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

#### **B. Jenis penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. “Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan” (Sugiyono, 2012).

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2007:72).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sub sektor yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2018.

## 2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut (Sugiyono, 2000:73) sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yaitu dari sub sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2018. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling. Teknik purposive sampling merupakan salah satu teknik pengambilan sampel, dimana teknik penentuan sampelnya dilakukan berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu. Kriteria penentuan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2018
- b. Perusahaan sub sektor kosmetik yang menerbitkan laporan keuangan tahunan dalam mata uang rupiah.
- c. Perusahaan yang memiliki data lengkap mengenai informasi total piutang, asset tetap, total asset, total pendapatan, laba bersih, laba bersih, arus kas operasi, laba setelah bunga dan pajak dan total hutang yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

**Tabel 3.1 Sampel Penelitian**

<b>NO</b>	<b>KODE</b>	<b>NAMA PERUSAHAAN</b>
1	ADES	PT. Akasha Wira Internasional Tbk
2	MBTO	PT. Martina Berto Tbk
3	MRAT	PT. Mustika Ratu Tbk
4	TCID	PT. Mandom Indonesia Tbk
5	UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi. Data yang digunakan merupakan data sekunder, yaitu data yang sudah diterbitkan atau dipublikasikan untuk masyarakat umum. Data diperoleh melalui website Bursa Efek Indonesia yang berupa laporan keuangan perusahaan sub sector kosmetik pada tahun 2012-2018.

#### **E. Definisi dan Operasional Variabel**

##### 1. Definisi Variabel dan Pengukurannya

Variabel adalah suatu fenomena yang bervariasi dalam bentuk kualitas, kuantitas, mutu dan standar. Variable merupakan sesuatu yang bisa diukur dan cara pengukurannya berbeda-beda. Pada dasarnya setiap variable adalah konsep, maksudnya yaitu konsep yang bersifat khusus yang mengandung variasi nilai, yang dimaksud dengan konsep variable disini adalah konsep yang bersifat observatibel, maksudnya konsep yang sudah sangat dekat dengan objek-objek atau fenomena-fenomena yang teramati.

“variabel penelitian adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”

(Sugiyono, 2008:58). Sesuai dengan judul penelitian ini, yaitu Pengaruh Ukuran Perusahaan dan *Leverage* terhadap Profitabilitas (kasus pada perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia), maka variable dalam penelitian ini yaitu:

a). Variabel Bebas (Independen Variabel)

Variabel Independen adalah suatu variable yang menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel dependen (terikat), yaitu faktor-faktor yang diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungan antara fenomena yang diobservasi atau diamati. Secara singkat bahwa variabel independen adalah variabel variabel yang nilainya dapat mempengaruhi variabel lainnya. Variabel ini juga sering disebut variabel predictor, stimulus, input, antecendent atau variabel yang mempengaruhi, itulah mengapa variabel ini dikatakan variabel bebas karena bebas dalam mempengaruhi variabel lain.

Jadi, variabel ini sifatnya menerangkan dan mempengaruhi variabel lain yang tidak bebas. Berikut ini adalah variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian :

- (1). Ukuran Perusahaan, diukur menggunakan total asset yang dimiliki oleh perusahaan.

$$\text{Total Asset} = \text{aktiva Lancar} + \text{aktiva tetap}$$

- (2). *Leverage*, dalam penelitian ini menggunakan proksi DAR

$$\text{DAR} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aktiva}}$$

- b). Variabel Terikat (Variabel Dependen)

Variabel dependen adalah suatu variabel yang nilainya dipengaruhi atau bergantung pada nilai dari variabel lainnya.

Variabel ini sering disebut juga dengan variabel output, kriteia, konsekuen, mengapa disebut variabel terikat karena variabel ini dipengaruhi oleh variabel bebas (variabel independen). Dalam kaitannya dengan masalah yang akan diteliti, maka yang menjadi variabel terikat (Y) adalah Profitabilitas.

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba setepajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

## 2. Operasionalisasi Variabel

Untuk menguji hipotesis yang telah diajukan, maka pada saat membuat konseptualisasi variabel-variabel yang akan diteliti perlu diberi batasan-batasan dan juga penjelasan sebagai berikut:

Variabel independen dari penelitian ini adalah Ukuran Perusahaan dan *Leverage* sedangkan variabel dependen yaitu Profitabilitas (ROA). Secara singkat variabel beserta indikatornya yang terkandung dalam judul penelitian ini diuraikan dalam table 3.1 yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3.2 Operasional Variabel**

VARIABEL	DIMENSI	PENGUKURAN/INDIKATOR	SKALA
Ukuran Perusahaan <b>(X1)</b>	Size	$Ln=(\text{Total Aktiva})$	Rasio
<b>Leverage</b> <b>(X2)</b>	DAR	Debt to Asset Ratio = $\frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aktiva}}$	Rasio
<b>Profitabilitas</b> <b>(Y)</b>	ROA	Return on Asset = $\frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total Aktiva}}$	Rasio

#### **F. Alat Analisis Data**

Analisis data dapat menggunakan software SPSS versi 25.0 sebagai alat untuk regresi model formulasi. Untuk menghasilkan suatu model yang baik, hasil analisis regresi memerlukan pengujian Asumsi Klasik.

## 1. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distributor normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distributor normal atau mendekati normal Santoso (2002).

Deteksi normalitas dapat dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Menurut Santoso (2002), dasar pengambilan keputusan dari uji normalitas adalah :

- Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### b. Uji Multikolinieritas

Pengujian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji ada tidaknya hubungan sempurna antar variabel independen pada model regresi.

Uji terhadap multikolinieritas merupakan pengujian untuk melihat adanya keterkaitan hubungan antar variabel independent. Penelitian yang mengandung multikolinieritas akan berpengaruh terhadap hasil penelitian sehingga penelitian tersebut menjadi tidak berfungsi.

Cara untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dilakukan dengan cara meregresikan model analisis dan melakukan uji korelasi antar variabel independen dengan menggunakan variance inflation factor (VIF) dan tolerance value (Gujarati, 1995). Jika nilai VIF kurang dari 10 atau nilai tolerance lebih dari 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa model tersebut tidak memiliki gejala multikolinearitas.

c. Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi antara anggota serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu (data time series) atau ruang data (data cross section). Untuk mendeteksi adanya autokorelasi dapat dilakukan melalui pengujian terhadap nilai uji Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

**Tabel 3.3 Pengujian *Durbin Watson***

<b>Nilai d hitung</b>	<b>Keputusan</b>
$d < dL$	Tolak hipotesis nol, ada autokorelasi positif
$dL \leq d \leq dU$	Tidak ada keputusan
$dU < d < 4-dU$	Gagal tolak hipotesis nol, tidak ada autokorelasi
$4-dU \leq d \leq 4-dL$	Tidak ada keputusan
$4-dL < d$	Tolak hipotesis nol, ada autokorelasi negatif

d. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari kesalahan residual melalui satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Santoso, 2002).

Dengan kata lain pengujian ini dimaksudkan untuk melihat jarak kuadrat titik-titik sebaran terhadap garis regresi. Untuk mendeteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode Scatter Plot.

Metode ini dapat dilakukan dengan melihat grafik jika terdapat pola tertentu seperti titik-titik membentuk satu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka disinyalir telah terjadi Heteroskedastisitas, dan sebaliknya jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

## 2. Teknik Pengujian Hipotesis

### a. Hipotesis

- Ha1 Ukuran Perusahaan (*firm size*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Profitabilitas.
- Ha2 Leverage (*Debt to Asset Ratio*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Profitabilitas.

Pengaruh secara simultan digunakan untuk mengetahui apakah kedua variabel independen yaitu Ukuran Perusahaan (Firm Size), Leverage (Debt to Asset Ratio) berpengaruh terhadap Profitabilitas (ROA) dan dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ukuran Perusahaan (Firm Size), Profitabilitas (Profitability) dan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Profitabilitas (ROA) pada perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2018.

## b. Pengujian Hipotesis

Uji ini digunakan untuk menjelaskan kekuatan dan arah pengaruh beberapa variabel bebas (independent variable) terhadap satu variabel terikat (dependent variable). Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara simultan (Uji F) maupun parsial (Uji t) menggunakan model regresi berganda atau Multiple Regression (Imam Ghozali, 2001) yang akan diolah dengan menggunakan program komputer SPSS 25.0. dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \mu$$

Keterangan :

Y : Profitabilitas (ROA)

X1 : Ukuran Perusahaan (Firm Size)

X2 : Leverage (DAR)

$\mu$  : Disturbance error

Dari persamaan tersebut variabel Profitabilitas (Y) diwakili dengan Return On Asset (ROA) yang merupakan rasio antara total hutang dengan total modal.

## c. Uji F (simultan)

Pengaruh simultan dari seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat dilakukan dengan menggunakan uji F dengan derajat kebebasan (df)=n-k-1 pada tingkat kepercayaan sebesar 95% ( $\alpha = 5\%$ ).

Uji statistik F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen dari suatu persamaan regresi dengan menggunakan hipotesis statistik.

Pengaruh simultan dari seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat ini menggunakan rumusan hipotesis sebagai berikut :

- $H_0: b_1 = b_2 = b_3 = 0$  Ukuran Perusahaan (Firm Size), dan Leverage (DAR) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap Profitabilitas.
- $H_a$ : minimal salah satu dari  $b_1$  ,  $b_2$  ,  $b_3 \neq 0$  Ukuran Perusahaan (Firm Size), dan Leverage (DAR) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Profitabilitas.

Adapun kriteria yang digunakan untuk menguji hipotesis tersebut adalah sebagai berikut:

- Jika Leverage (p) dari nilai  $F <$  tingkat signifikansi  $\alpha$  (5%) atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak ( $H_a$  diterima), yang berarti Ukuran Perusahaan (Firm Size), Leverage (DAR) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Profitabilitas.

d. Uji t (parsial)

Pengujian pengaruh variabel bebas secara parsial (sendiri-sendiri) dengan derajat kebebasan  $(df)=n-k-1$  dan tabel distribusi t dicari pada  $\alpha = 5\%$ . Pengaruh parsial dari seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat ini menggunakan rumusan hipotesis sebagai berikut:

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

Bursa Efek Indonesia membagi kelompok industri perusahaan berdasarkan sektor-sektor yang dikelolanya: terdiri dari sektor pertanian, sektor pertambangan, sektor industri dasar kimia, sektor aneka industri, sektor industri barang konsumsi, sektor properti, sektor infrastruktur, sektor keuangan dan sektor perdagangan jasa investasi.

Sub sektor perusahaan kosmetik merupakan bagian dari salah satu sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang bergerak dalam produksi kosmetik, wangi-wangian, perawatan rambut, produk makanan dan minuman, serta produk perawatan tubuh. Pertumbuhan industri di Indonesia dari tahun ke tahun sangat diperhitungkan, terutama dari industri kosmetik. Hal tersebut dikarenakan jumlah penduduk Indonesia diproyeksi akan menembus angka 271 jutaan pada tahun 2020. Jumlah tersebut meningkat sekitar 4,8% dibandingkan dengan total populasi penduduk Indonesia tahun 2016. Dengan angka pertumbuhan yang cukup besar tersebut, maka Indonesia merupakan pasar yang sangat potensial bagi perusahaan kosmetik. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 14 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) Tahun 2015-2035, industri kosmetik menjadi salah satu Industri Andalan, yaitu industri prioritas yang berperan besar sebagai penggerak utama (*prime mover*) perekonomian.. Oleh karena itu, perusahaan kosmetik dituntut untuk dapat bersaing dan mengembangkan kinerjanya.

Namun pada kenyataannya meskipun terlihat baik-baik saja sebenarnya komponen laba bersih periode 2011 menuju 2016 cenderung mengalami penurunan yang menyebabkan beberapa perusahaan kosmetik mengalami penurunan laba bersih pada tahun 2016. Perusahaan yang mengalami penurunan laba bersih pada tahun 2016 diantaranya adalah PT. Mandom Indonesia yang disebabkan oleh menurunnya laba sebelum pajak dan pada PT. Mustika Ratu Tbk terjadi penurunan terhadap penjualan bersih laba bruto, laba usaha dan laba sebelum pajak. Sedangkan perusahaan lainnya yang mengalami peningkatan yaitu PT. Akasha Wira International Tbk, PT. Martina Berto Tbk dan PT. Unilever Indonesia Tbk. Perusahaan yang memperoleh laba bersih terendah di tahun 2016 yaitu PT. Mustika Ratu Indonesia Tbk dengan perolehan -5.549.465.678 yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**PT. Akasha Wira International Tbk (ADES)** bergerak di bidang pembuatan produk air minum botolan dan pembuatan dan distribusi produk kosmetik. Produksi komersial air minum dimulai pada tahun 1986, perdagangan produk kosmetik dimulai pada tahun 2010 dan pembuatan produk kosmetik dimulai pada tahun 2012. Akasha Wira International Tbk (dahulu Ades Waters Indonesia Tbk) (ADES) didirikan dengan nama PT Alfindo Putrasetia pada tahun 1985 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1986. Kantor pusat ADES berlokasi di Perkantoran Hijau Arkadia, Jl. Letjend. T.B. Simatupang Kav. 88, Jakarta 12520 – Indonesia.

Pemegang saham mayoritas Akasha Wira International Tbk adalah Water Partners Bottling S.A. (91,94%), merupakan perusahaan joint venture antara The Coca Cola Company dan Nestle S.A. kemudian pada tanggal 3 Juni 2008, Water Partners Bottling S.A. diakuisisi oleh Sofos Pte. Ltd., perusahaan berbadan hukum Singapura. Pada tanggal 2 Mei 1994, ADES memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham (IPO) ADES kepada masyarakat sebanyak 15.000.000 saham dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham, dengan harga penawaran perdana Rp3.850,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 13 Juni 1994.

**PT. Martina Berto Tbk (MBTO)** merupakan perusahaan yang memproduksi kosmetik dan jamu yang bermarkas di Jakarta Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1977 dan memproduksi berbagai macam-macam bahan kosmetik dan telah diekspor ke berbagai Negara seperti Malaysia, Singapura, Brunei Darussalam, Filipina, Jepang, Hong Kong, & Taiwan di Asia, Yunani, dan Timur Tengah. Pada tahun 2012 perusahaan memiliki pangsa pasar sebesar 2,8% pada kecantikan & produk perawatan pribadi, 12,7% pada kosmetik warna dan 2,16% pada produk perawatan kulit di Indonesia. Martina Berto didirikan pada tahun 1977 oleh Dr (H.C.) Martha Tilaar, (Alm) Pranata Bernard, dan Theresa Harsini Setiady, yang merupakan pendiri Kalbe Group. Pada tahun 1981 perusahaan mendirikan pabrik modern di jalan Pulo Ayang No 3, kawasan industri Pulogadung, Pulogadung Jakarta Timur yang memproduksi kosmetik dan jamu dengan merk dagang "*Sariayu Martha Tilaar*" untuk pertama kalinya.

Pada tahun 1986, Perusahaan mendirikan pabrik modern kedua di Jalan Pulo Kambing, Kawasan Industri Pulogadung ("Pabrik Pulo Kambing"). Karena pertumbuhan penjualan yang pesat, pada tahun 1995, Martina Berto mengalihkan produksi herbal untuk Gunung Putri, Bogor. Sementara pabrik di Pulo Ayang ditransfer ke anak perusahaan, yaitu PT Cempaka Belkosindo Indah. Perusahaan ini memproduksi kosmetik dengan merek "Mirabella" dan "Cempaka". Pada tahun 2005, PT Cempaka Indah Belkosindo digabung dengan perusahaan sehingga merek "Mirabella" dan "Cempaka" juga dikombinasikan dengan produksi di pabrik Pulo Kambing. Selanjutnya, Pulo Ayang pabrik dialihkan dan memungkinkan sebagai kantor penjualan samping untuk perusahaan *Distribution Center*, yang terletak di Jalan Pulo Ayang No 24-25, Kawasan Industri Pulogadung.

Pada tahun 1993, Perusahaan mengakuisisi PT Cedefindo, mana bidang usaha utama adalah Kontrak Manufaktur (Makloon) dalam produk kosmetik, sebagai perluasan bisnis perusahaan untuk hulu. Selanjutnya, perusahaan menjual aset pabrik di Gunung Putri dan kemudian terus menjalankan pabrik jamu dengan perjanjian sewa sampai akhir 2011. Pada tahun 1996, PT Martina Berto menjadi pabrik kosmetika pertama di Indonesia yang mendapatkan sertifikat mutu ISO 9001. Pada tahun 1999, PT Martina Berto membeli saham Kalbe Group, dan sejak saat itu Kalbe Group sepenuhnya berada di bawah manajemen Martha Tilaar Group. Pada rentang tahun 2001 sampai dengan 2009 PT Martina Berto menambahkan merek-merek baru di segmen pasar berbeda, yaitu Profesional Artist Cosmetic (PAC), Dewi Sri Spa, Jamu Garden dan sebagainya.

Sejumlah produk Martina Bertot kemudian mulai diekspor ke pasar baru di Eropa (Yunani dan Ukraina) dan Asia (Jepang, Hong Kong dan Taiwan). Untuk mendukung dan merebut pangsa pasar Internasional, pada tahun 2010, Martina Berto meluncurkan toko ritel baru, Martha Tilaar Shop (MTS), di luar Indonesia. Perseroan juga mendirikan anak perusahaan Eastern Beautypelago Pte Ltd di Singapura untuk mengoperasikan Martha Tilaar Shop (MTS) di Singapura dan luar Indonesia.

Pada tahun 2011, Martina Berto mencatatkan saham perdananya di Bursa Efek Indonesia dengan kode ticker BMTO. Untuk mendukung proses produksi sejumlah produk obat tradisional dan jamu, pada tahun 2012, Martina Berto melakukan peletakan batu pertama terhadap pabrik baru obat tradisional/jamu yang berlokasi di Kampoeng Djamoë Organik (KaDO), Cikarang, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat. Aktivitas utama di perusahaan ini diantaranya memproduksi barang kosmetik dan obat tradisional (jamu) serta Pemasaran dan Niaga kosmetik, perawatan kecantikan serta barang obat tradisional. Selain itu, perusahaan memiliki dukungan dari kegiatan usaha yang dilakukan oleh anak perusahaannya, PT Cedefindo, yang kosmetik manufaktur kontrak atau makloon dengan kering, semi-padat, cair, dan aerosol. Selain itu, termasuk layanan formulasi, pendaftaran, pembuatan bahan baku/kemasan, proses produksi, pengemasan, dan satu-stop layanan logistik untuk internal Martha Tilaar Group dan eksternal kepada perusahaan lain.

**PT Mustika Ratu Tbk (MRAT)** didirikan berdasarkan akta No. 35 pada tanggal 14 Maret 1978 oleh Notaris G.H.S Loemban Tobing, S.H. Akta pendirian ini telah disahkan oleh Menteri Kehakiman dengan Surat Keputusan No. Y.A5/188/15 tanggal 22 Desember 1978 dan diumumkan dalam Berita Negara No. 8 tanggal 25 Januari 1980, Tambahan No. 45. Anggaran dasar Perseroan telah mengalami beberapa kali perubahan, terakhir dengan akta No. 136 pada tanggal 17 Juli 2008 oleh Notaris Soetjipto, S.H. M.Kn, mengenai penyesuaian anggaran dasar Perseroan dengan Undang Undang Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007. Perubahan tersebut telah mendapat pengesahan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia melalui Surat Keputusan No,AHU-09469.AH.01.02. Tahun 2009 tanggal 27 Maret 2009.

Didirikan pada tanggal 14 Maret 1978, PT Mustika Ratu Tbk. (Perseroan) merupakan perusahaan kosmetik dan Jamu Modern tradisional ternama di Indonesia. Berdiri pertama kali dengan nama PT Mustika Ratu, Perseroan memiliki reputasi dan keahlian yang sangat baik dalam pengembangan produk-produk kecantikan dan jamu kesehatan tradisional. Kegiatan usaha Perseroan dimulai pada tahun 1978. Perseroan telah tercatat di Bursa sejak tahun 1995.

Sejarah panjang PT Mustika Ratu Tbk merupakan home industry yang didirikan oleh Ibu BRA Mooryati Soedibyo pada tahun 1975 yang dimulai dari dalam garasi kediaman Ibu BRA Mooryati Soedibyo. Usaha tersebut semakin lama semakin berkembang menjadi sebuah Perseroan. Perseroan yang didirikan di Jakarta yang ber domisili di Jalan Gatot Subroto Kav. 74-75, dengan nama PT Mustika Ratu, Berdasarkan Akta Pendirian No. 35 tanggal 14 Maret 1978.

Dengan menerapkan strategi yang kokoh dan kinerja terarah, kini Perseroan telah berkembang dan dikenal sebagai perusahaan kosmetika dan jamu tradisional terdepan di tanah air. Dalam rangka memperkuat struktur permodalan serta mewujudkan visinya sebagai Perusahaan Kosmetik dan Jamu Alami berteknologi Tinggi terbaik Di Indonesia, Perseroan mendapatkan persetujuan efektif dari Badan Pengawas Pasar Modal serta melakukan penawaran umum perdana dan mencatatkan sahamnya di PT Bursa Efek Jakarta yang sekarang telah berganti nama menjadi PT Bursa Efek Indonesia pada tahun 1995.

**PT. Mandom Indonesia Tbk (TCID)** didirikan dalam rangka Undang-Undang Penanaman Modal Asing No. 1 tahun 1967 jo. Undang-Undang No. 11 tahun 1970 berdasarkan Akta No. 14 tanggal 5 Nopember 1969 dari Abdul Latief, S.H., notaris di Jakarta. Akta Pendirian ini disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dalam Surat Keputusannya No. J.A.5/150/18 tanggal 28 Nopember 1970 serta diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 24 tanggal 23 Maret 1971, Tambahan No. 141. Anggaran dasar perusahaan telah mengalami beberapa kali perubahan, antara lain untuk disesuaikan dengan Undang-undang No. 40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas dan persetujuan untuk melakukan penawaran umum terbatas III dengan mengeluarkan hak memesan efek terlebih dahulu sebagai mana tertuang dalam Akta No. 9 tanggal 10 Juni 2008 dari P. Sutrisno A. Tampubolon SH., M.Kn, notaris di Jakarta.

Akta perubahan ini telah disetujui oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dalam suratnya No. AHU-43773.AH.01.02 Tahun 2008 tanggal 22 Juli 2008, serta diumumkan dalam Berita Negara No. 99 tanggal 9 Desember 2008, Tambahan No. 26905.

PT Mandom Indonesia Tbk (TCID) berdiri sebagai perusahaan joint venture antara Mandom Corporation, Jepang dan PT The City Factory. Perseroan berdiri dengan nama PT Tancho Indonesia dan pada tahun 2001 berganti menjadi PT Mandom Indonesia Tbk. Pada tahun 1993, Perseroan menjadi perusahaan ke-167 dan perusahaan joint venture Jepang ke-11 yang mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia. Saat ini jumlah saham Perseroan adalah 201.066.667 lembar saham dengan nilai nominal Rp 500/saham.

Kegiatan produksi komersial Perseroan dimulai pada tahun 1971 dimana pada awalnya Perseroan menghasilkan produk perawatan rambut, kemudian berkembang dengan memproduksi produk wangi-wangian dan kosmetik. Saat ini Perseroan berkantor pusat di Wisma 46 Kota BNI, Lt.7, Jl. Jend. Sudirman Kav. 1, Jakarta. Perseroan mempunyai dua lokasi pabrik di Kawasan Industri MM2100, Bekasi ; Factory 1 yang berada di Jl. Irian khusus memproduksi seluruh produk kosmetik Perseroan sementara Factory 2 yang berada di Jl. Jawa berfungsi untuk memproduksi kemasan plastik dan juga sebagai pusat logistik.

Merek utama Perseroan antara lain GATSBY, PIXY, Pucelle dan Bifesta. Selain itu, Perseroan juga memproduksi berbagai macam produk lain dengan merek Tancho, Mandom, Spalding, Lovillea, Miratone, dan juga beberapa merek yang khusus diproduksi untuk ekspor. Selain pasar domestik, Perseroan juga mengeksport produk-produknya ke beberapa negara antara lain Uni Emirat Arab (UEA), Jepang, India, Malaysia, Vietnam, Thailand, dan lain-lain. Melalui UEA, produk-produk Perseroan di re-ekspor ke berbagai negara di Afrika, Timur Tengah, Eropa Timur, dan lain-lain.

**PT Unilever Indonesia Tbk (Perseroan)** didirikan pada tanggal 5 Desember 1933 dengan nama Lever's Zeepfabrieken N.V dengan akta No. 23 Tn. A.H van Ophuijsen, Notaris di Batavia disetujui oleh Gouverneur General van Nederlandsch-Indie dengan surat No. 14 tanggal 16 Desember 1933 dan diumumkan dalam *Javasche Courant* tanggal 9 Januari 1934, Tambahan No. 3. Nama Perseroan diubah menjadi "PT Unilever Indonesia" dengan akta No. 171 tanggal 22 Juli 1980 dari notaris Ny. Kartini Muljadi, S.H.. Selanjutnya perubahan nama Perseroan menjadi "PT Unilever Indonesia Tbk", dilakukan dengan akta notaris Tn Mudofir Hadi, S.H., No. 92 tanggal 30 Juni 1997. Akta ini disetujui oleh Menteri Kehakiman dalam Surat Keputusan No. C2- 1.049HT.01.04 TH.98 tanggal 23 Februari 1998 dan diumumkan dalam Berita Negara No. 39 tanggal 15 Mei 1998, Tambahan No. 2620.

Sejak didirikan pada tanggal 5 Desember 1933, Unilever Indonesia telah tumbuh menjadi salah satu perusahaan *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) terkemuka di Indonesia. Kami telah menemani masyarakat Indonesia melalui produk dari berbagai kategori, seperti Pepsodent, Lux, Lifebuoy, Dove, Sunsilk, Clear, Rexona, Vaseline, Rinso, Molto, Sunlight, Wall's, Royco, Bango, dan masih banyak lagi. Saham Unilever Indonesia pertama kali dibuka untuk publik pada tahun 1981 dan telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia sejak 11 Januari 1982. Pada akhir 2015, Unilever Indonesia menjadi perusahaan terbesar keempat berdasarkan kapitalisasi pasar di Bursa Efek Indonesia.

Sebagai perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial, Unilever Indonesia memiliki program *Sustainability atau Keberlanjutan* yang dilakukan berdasarkan prinsip *Unilever Sustainable Living Plan* (USLP). USLP terdiri dari tiga pilar, yaitu Meningkatkan Kesehatan dan Kesejahteraan, Mengurangi dampak lingkungan, dan meningkatkan mata pencaharian. Saat ini, Unilever Indonesia memiliki 44 *brand* dan juga sembilan pabrik yang bertempat di area industri Jababeka- Cikarang, Rungkut-Surabaya, dan kantor pusat di Tangerang. Kesembilan pabrik kami, serta produk-produk yang dihasilkan dari sembilan pabrik tersebut telah mendapatkan sertifikasi dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Kami memiliki 1.000 *stock keeping unit* (SKU) yang dipasarkan melalui lebih dari 800 jaringan distributor independen yang menjangkau ratusan ribu toko di seluruh Indonesia.

## B. Deskripsi Variabel Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan manufaktur dari sub sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2012-2018. Sumber data di ambil dari laporan keuangan perusahaan sub sektor kosmetik melalui website resmi Bursa Efek Indonesia yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

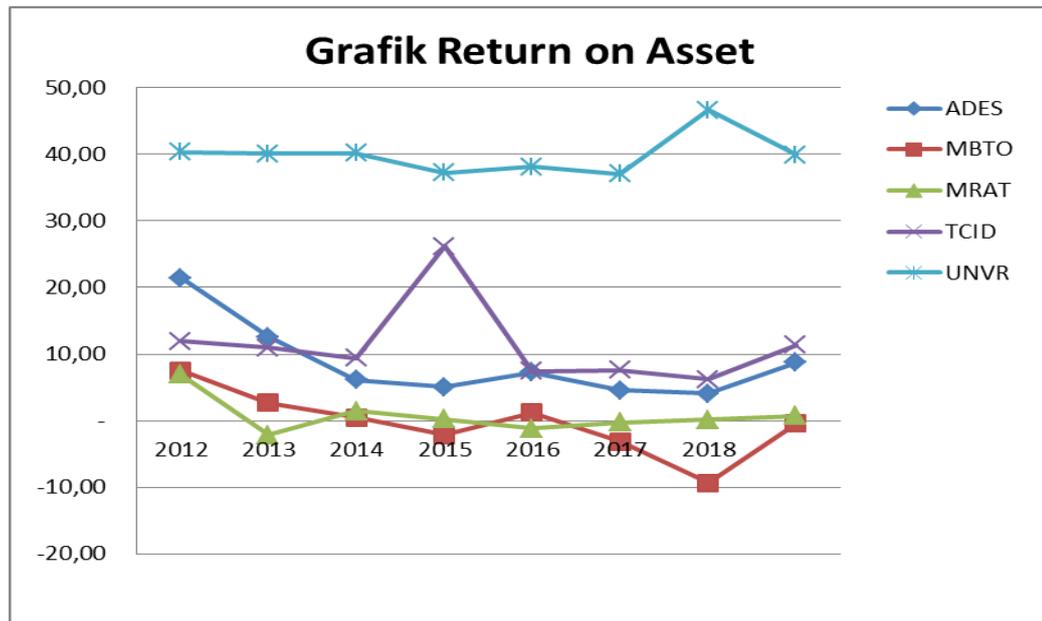
### 1. Profitabilitas (ROA)

Variabel Dependen (Y) yang digunakan dalam penelitian ini adalah Return On Assets (ROA). Return On Assets (ROA) merupakan salah satu rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Berikut ini adalah hasil perhitungan Return On Assets pada perusahaan sub sektor Kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2018 sebagai berikut :

**Tabel 4.1 Profitabilitas (ROA)  
Perusahaan Sub Sektor Kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia  
Tahun 2012-2018**

No	KODE EMITEN	TAHUN (%)								Rata- rata
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018		
1	ADES	21,43	12,62	6,14	5,03	7,29	4,55	4,06	<b>8,73</b>	
2	MBTO	7,47	2,64	0,47	- 2,17	1,24	- 3,16	- 9,35	<b>0,41</b>	
3	MRAT	6,90	- 2,14	1,48	0,21	- 1,15	- 0,26	0,15	<b>0,74</b>	
4	TCID	11,92	10,92	9,41	26,15	7,42	7,58	6,18	<b>11,37</b>	
5	UNVR	40,38	40,10	40,18	37,20	38,16	<b>37,05</b>	46,66	<b>39,96</b>	
	<b>Rata-rata</b>	<b>17,62</b>	<b>12,83</b>	<b>11,54</b>	<b>13,28</b>	<b>10,59</b>	<b>9,15</b>	<b>9,54</b>	<b>12,08</b>	

Sumber: hasil olah data, 2020



Sumber: hasil olah data, 2020

**Gambar 4.1 Grafik Profitabilitas (ROA)**

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, dapat dilihat bahwa rata-rata Return On Assets (ROA) pada perusahaan sub sektor Kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebesar 12,08%. Di mana untuk rata-rata pertahunnya, pada tahun 2012, 2013 dan tahun 2015 Return On Assets berada di atas rata-rata dan pada tahun 2014, 2016 dan 2017 Return On Assets berada di bawah rata-rata. Sementara untuk rata-rata perperusahaan, ada 4 perusahaan dengan hasil Return On Assets berada di bawah rata-rata yaitu PT. Aksha Wira International Tbk, PT. Martina Berto Tbk, PT. Mustika Ratu Tbk, dan PT. Mandom Indonesia, dan hanya ada 1 perusahaan dengan hasil Return On Assets yang berada di atas rata-rata yaitu PT. Unilever Indonesia Tbk. Hasil Return On Assets (ROA) yang didapat merupakan hasil pembagian antara laba bersih dengan total assets. Berikut adalah hasil laba bersih setelah pajak dan total assets pada perusahaan sub sektor Kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2018.

## 2. Ukuran Perusahaan (*Size*)

Variabel Independen (*X1*) yang digunakan dalam penelitian ini adalah Ukuran Perusahaan (*Size*). Menurut Taliyang (2011) dan Lina (2013) Ukuran perusahaan (*Size*) diukur dengan menggunakan logaritma natural total asset. Skala pengukurannya adalah skala rasio.

Berdasarkan uraian di atas menunjukkan bahwa untuk menentukan ukuran perusahaan digunakan dengan ukuran aktiva yang diukur sebagai logaritma dan total aktiva. Berikut ini adalah hasil perhitungan Ukuran perusahaan (*Size*) pada perusahaan sub sektor Kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2018 sebagai berikut:

**Tabel 4.2 Ukuran Perusahaan (*Size*)  
Perusahaan Sub Sektor Kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia  
Tahun 2012-2018**

No	KODE EMITEN	TAHUN (%)							Rata- rata
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
1	ADES	12,87	13,00	13,13	13,39	13,55	13,64	13,68	<b>13,32</b>
2	MBTO	13,32	13,32	13,34	13,38	13,47	13,57	13,41	<b>13,40</b>
3	MRAT	13,01	12,66	13,12	13,12	13,09	13,12	13,18	<b>13,04</b>
4	TCID	14,05	14,20	14,43	14,55	14,60	14,67	14,70	<b>14,46</b>
5	UNVR	16,30	16,41	16,47	16,57	16,63	16,76	16,79	<b>16,56</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>13,91</b>	<b>13,92</b>	<b>14,10</b>	<b>14,20</b>	<b>14,27</b>	<b>14,35</b>	<b>14,35</b>	<b>14,16</b>

Sumber: hasil olah data, 2020

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, dapat dilihat bahwa rata-rata Ukuran perusahaan (*Size*) pada perusahaan sub sektor Kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebesar 14,16 %.

Di mana untuk rata-rata pertahunnya, pada tahun 2012, 2013 dan tahun 2014 Ukuran perusahaan (*Size*) berada di bawah rata-rata dan pada tahun 2015, 2016, 2017 dan 2018 Ukuran perusahaan (*Size*) berada di atas rata-rata. Sementara untuk rata-rata perperusahaan, ada 3 perusahaan dengan hasil Ukuran perusahaan (*Size*) berada di bawah rata-rata yaitu PT. Akasha Wira International Tbk, PT. Martina Berto Tbk, dan PT. Mustika Ratu Tbk, sedangkan untuk hasil Ukuran perusahaan (*Size*) yang berada di atas rata-rata yaitu di dari perusahaan PT. Mandom Indonesia dan PT. Unilever Indonesia Tbk. Hasil Ukuran perusahaan (*Size*) yang didapat merupakan hasil dari  $Ln = \text{Total Aktiva}$ . Berikut adalah hasil dari  $Ln = \text{Total Aktiva}$  pada perusahaan sub sektor Kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2018.

### 3. *Leverage* (DAR)

Variabel Independen ( $X_2$ ) yang digunakan dalam penelitian ini adalah Rasio *Leverage* (DAR). Rasio *Leverage* adalah rasio-rasio yang dimaksudkan untuk mengukur sampai berapa jauh aktiva perusahaan dibiayai dengan utang (Riyanto, 1995).

Berikut ini adalah hasil perhitungan *Leverage* (DAR) pada perusahaan sub sektor Kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2018 sebagai berikut:

**Tabel 4.3 *Leverage* (DAR)  
Perusahaan Sub Sektor Kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia  
Tahun 2012-2018**

No	KODE EMITEN	TAHUN (%)							Rata- rata
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
1	ADES	46,25	39,97	41,41	49,73	49,92	49,66	47,66	<b>46,37</b>
2	MBTO	28,70	26,23	26,74	33,08	37,89	47,13	47,38	<b>35,31</b>
3	MRAT	76,21	14,06	23,02	24,15	23,59	26,26	30,03	<b>31,05</b>
4	TCID	13,06	19,30	30,74	17,64	18,39	21,32	19,59	<b>20,01</b>
5	UNVR	66,89	68,13	67,80	69,31	71,91	72,64	61,18	<b>68,26</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>46,22</b>	<b>33,54</b>	<b>37,94</b>	<b>38,78</b>	<b>40,34</b>	<b>43,40</b>	<b>41,17</b>	<b>40,20</b>

Sumber: hasil olah data, 2020

Berdasarkan tabel 4.3 rata-rata persentase *Leverage* (DAR) pada perusahaan sub sektor kosmetik tahun 2012-2018 memiliki nilai sebesar 40,20 %, dan mengalami penurunan pada tahun 2013 menjadi Rp 33,5 % dari tahun sebelumnya. Tetapi pada tahun 2014 rata-rata persentase *Debt to Asset Ratio* kembali meningkat menjadi 37,94 %. Kenaikan pada tahun 2014 tersebut diikuti oleh tahun-tahun berikutnya yang cenderung mengalami kenaikan rata-rata presentase nilai perusahaan hingga tahun 2018 yaitu sebesar 41,17 %. Bisa disimpulkan bahwa rata-rata persentase *Leverage* (DAR) pada perusahaan sub sektor kosmetik cenderung mengalami peningkatan setiap tahunnya hanya di tahun 2013 saja yang mengalami penurunan lalu angka kembali meningkat.

#### 4. Hasil Data Statistik Deskriptif

Pengujian statistik deskriptif dilakukan untuk memberikan penjelasan mengenai nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, dan nilai standar deviasi dari masing-masing variabel. Pengukuran nilai rata-rata (mean) merupakan cara yang paling umum digunakan untuk mengukur nilai sentral dari suatu distribusi data. Standar deviasi digunakan untuk mengukur seberapa luas dan seberapa jauh penyimpangan data dari nilai rata-ratanya. Hasil statistik deskriptif dapat dilihat pada Tabel 4.4

**Tabel 4.4 Statistik Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Size	35	1266	1679	1415.71	132.937
DAR	35	1306	7621	4019.91	1937.823
ROA	35	-935	4666	1207.89	1563.851
Valid N (listwise)	35				

Sumber: hasil olah data SPSS 25, 2020

Hasil penilaian terhadap variabel ukuran perusahaan (X1) menghasilkan nilai minimum ukuran perusahaan adalah sebesar 12,66% yang diperoleh PT. Mustika Ratu Tbk, sedangkan nilai maksimum ukuran perusahaan adalah sebesar 16,79% diperoleh PT. Unilever Indonesia Tbk. Nilai rata-rata ukuran perusahaan sebesar 1415.71 dari logaritma natural total aset perusahaan, dengan standar deviasi adalah sebesar 132.937 hal tersebut menunjukkan tingkat ukuran penyebaran data variabel ukuran perusahaan.

Hasil penilaian terhadap variabel leverage (X2) menghasilkan nilai minimum leverage adalah sebesar 13,06% yang diperoleh PT. Mandom Indonesia Tbk pada tahun 2012, sedangkan nilai maksimum leverage adalah sebesar 76,21% yang diperoleh PT. Mustika Ratu Tbk pada tahun 2012. Nilai rata-rata leverage sebesar 4091.91 dari jumlah pembagian total kewajiban dengan total aktiva. Nilai standar deviasi leverage adalah sebesar 1937.823 . Hal tersebut menunjukkan tingkat ukuran penyebaran data variabel leverage.

Hasil penilaian terhadap variabel profitabilitas (Y) menghasilkan nilai minimum profitabilitas adalah sebesar -935 yang diperoleh PT. Martina Berto Tbk. pada tahun 2018, sedangkan nilai maksimum profitabilitas adalah sebesar 46,66% yang diperoleh PT. Unilever Indonesia Tbk. pada tahun 2018. Nilai rata-rata profitabilitas adalah sebesar 1207.89 dari jumlah pembagian laba bersih setelah pajak dengan total aset. Nilai standar deviasi profitabilitas adalah sebesar 1563.851. Hal tersebut menunjukkan tingkat ukuran penyebaran data variabel profitabilitas.

## C. Analisis Data

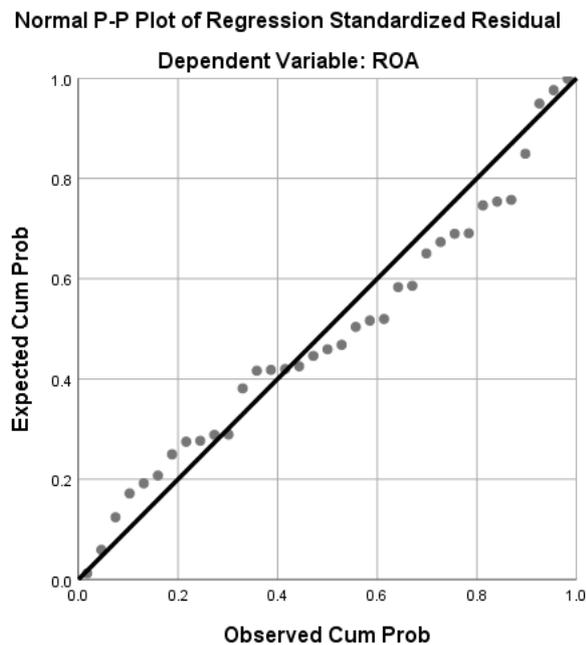
### 1. Pengujian Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan analisis regresi berganda, dalam uji asumsi klasik ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heterokedastisitas.

a. Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, Variabel Dependen (terikat) dan Variabel Independen (bebas) keduanya memiliki distribusi normal atau tidak.

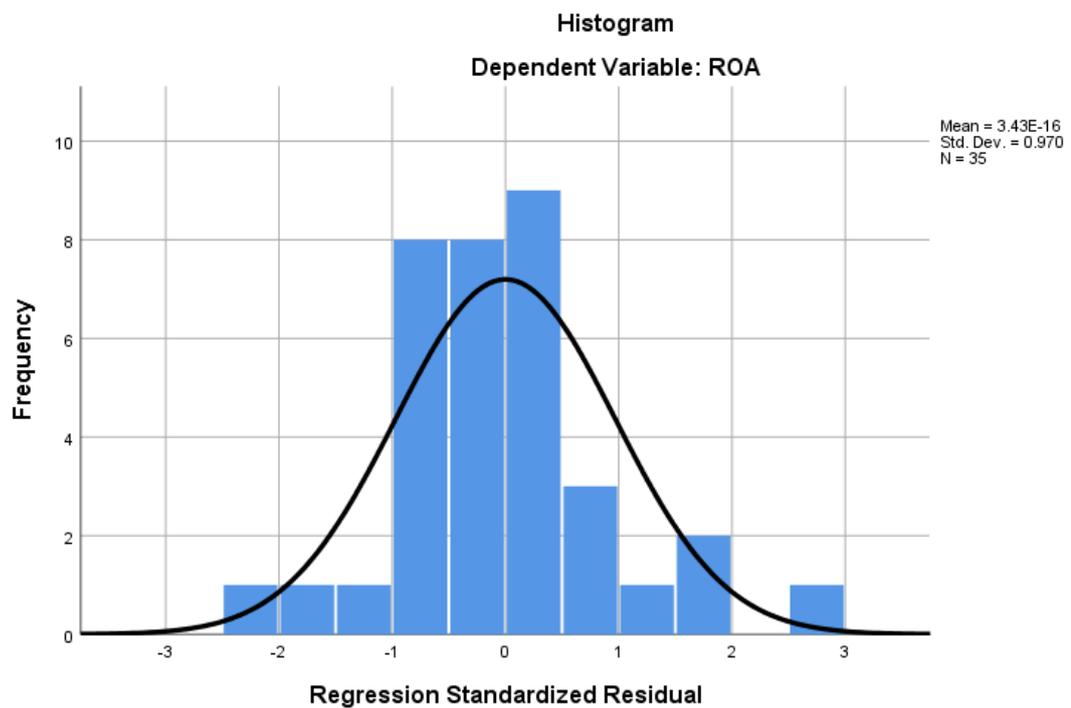
Dasar pengambilan keputusan dalam deteksi normalitas yaitu jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka regresi memenuhi asumsi normalitas. Tetapi jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.



Sumber : hasil olah data SPSS 25 2020

**Gambar 4.2 Grafik Hasil Uji Normalitas**

Pada gambar 4.2 di atas diketahui hasil dari pengujian normalitas bahwa data menunjukkan penyebaran titik-titik data cenderung mendekati garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hal ini menyimpulkan bahwa metode regresi berdistribusi normal dan layak untuk dianalisis.



Sumber : hasil olah data SPSS 25 2020

**Gambar Grafik 4.3**  
**Sumber: data diolah SPSS 25**

Berdasarkan gambar grafik 4.3 diatas dapat dilihat bahwa grafik histogram menunjukkan bahwa variabel normal dikarenakan garis tengah atau titik nol dari diagram tepat berada di garis tengah.

### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkolerasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai kolerasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

- Jika nilai tolerance  $> 0,1$  persen dari nilai VIF  $< 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.
- Jika nilai tolerance  $< 0,1$  persen dan nilai VIF  $> 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

**Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta	T			
1 (Constant)	-	1397,797		-8,948	0,000		
Size	12507,539	1,091	0,789	8,502	0,000	0,666	1,502
DAR	0,144	0,075	0,178	1,922	0,064	0,666	1,502

a. Dependent Variable: ROA

Sumber : hasil olah data SPSS 25, 2020

Berdasarkan tabel diatas nilai tolerance untuk masing-masing variabel :

1. Nilai tolerance Ukuran Perusahaan (Size),  $0,666 > 0,1$
2. Nilai tolerance Leverage (DAR),  $0,666 > 0,1$

Maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas antara variabel bebas Ukuran Perusahaan (*Size*) dan Leverage (*DAR*).

Berdasarkan tabel diatas diperoleh VIF untuk masing-masing variabel :

1. VIF variabel Ukuran Perusahaan (*Size*),  $1.502 < 10$
2. VIF variabel *Leverage* (*DAR*),  $1.502 < 10$

Maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas Ukuran Perusahaan (*Size*) dan Leverage (*DAR*) artinya bahwa diantara variabel bebas Ukuran Perusahaan (*Size*) dan Leverage (*DAR*) tidak terdapat korelasi yang cukup kuat antara sesama variabel bebas dan data layak digunakan untuk analisis regresi berganda.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan apakah dalam model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Problem autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Kondisi ini sering ditemukan pada data runtut waktu (*time series*) karena adanya “gangguan” pada individu atau kelompok cenderung mempengaruhi “gangguan” pada individu atau kelompok yang sama pada periode berikutnya. Apabila nilai statistik dari uji Durbin-Watson yang lebih kecil dari 1 atau lebih besar dari 3 diindikasikan terjadi autokorelasi.

Hipotesis yang akan diuji adalah :

$H_0$  : tidak ada autokorelasi ( $r = 0$ )

$H_a$  : ada autokorelasi ( $r \neq 0$ )

**Tabel 4.6 Hasil Uji Autokorelasi  
Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.904 <sup>a</sup>	0,817	0,805	690,312	1,813

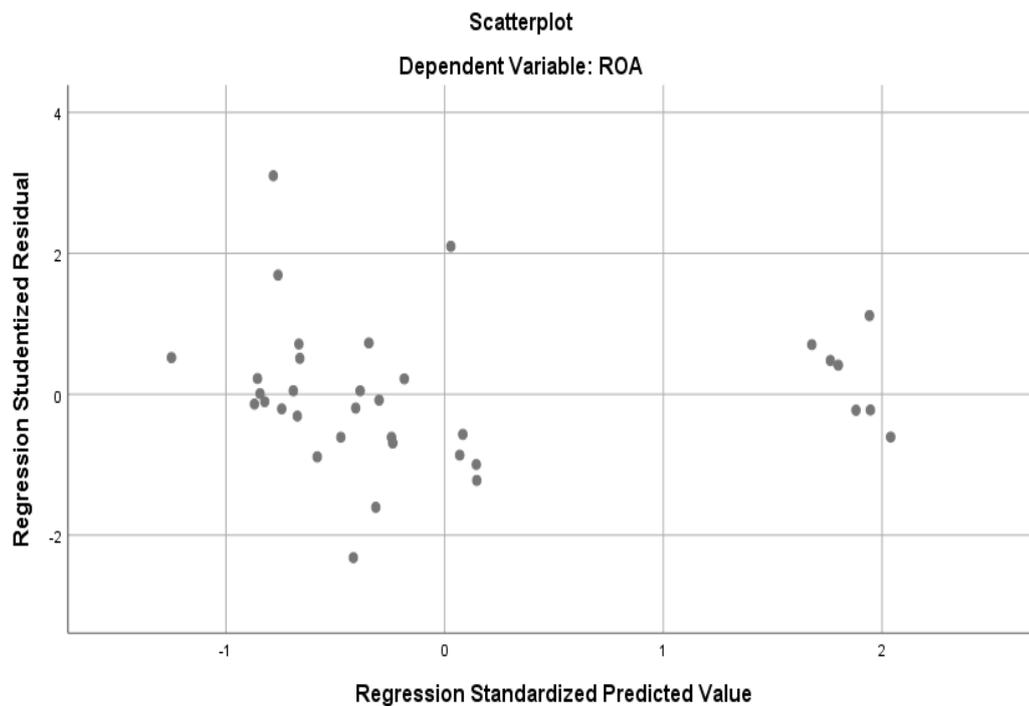
Sumber: hasil olah data SPSS 25, 2020

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas diperoleh nilai statistik Durbin-Watson (D-W) = 1.813 sementara dari tabel DW pada tingkat kekeliruan 5% untuk jumlah variabel bebas = 2 dan jumlah pengamatan atau observasi  $n = 35$  diperoleh batas bawah nilai tabel (dL) = 1.3433 dan batas atasnya (dU) = 1.5838 karena nilai Durbin-Watson model regresi DW (1.813) > dU (1.5838), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

d. Uji Heterokdidastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Pendekatan statistik yang digunakan untuk menguji asumsi bebas heterokedastistas dalam penelitian ini adalah uji Korelasi rank Spearman. Uji Korelasi rank Spearman dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual. Jika ada varaibel bebas yang signifikan hubungannya dengan nilai residual berarti terdapat kondisi tidak homogenya nilai varians kesalahan model (terjadi heterokedastisitas).

Cara lain yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ) yang telah di-studentized.



Sumber: hasil olah data SPSS 25, 2020

**Gambar 4.4 Grafik Uji Heterokdidastisitas**

Dari hasil uji Heteroskedastisitas menggunakan scatter plot pada regresi, sebagaimana terlihat bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X1 (Ukuran Perusahaan) dan variabel X2 (Leverage) tidak terjadi heterokedastisitas sehingga data ini dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

## 2. Pengujian Hipotesis

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dalam pengolahan datanya. Analisis ini menggunakan uji statistik t dan uji statistik F dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Apabila tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka  $H_a$  diterima, sebaliknya apabila tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak.

### a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang berfungsi untuk menganalisis dan mengetahui seberapa besar pengaruh variabel Ukuran Perusahaan (Size) dan Leverage (DAR) terhadap Profitabilitas (ROA) pada perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2018. Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada Tabel 4.7 berikut ini :

**Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12507,539	1397,797		-8,948	0,000
Size	9,279	1,091	0,789	8,502	0,000
DAR	0,144	0,075	0,178	1,922	0,064

Sumber: hasil olah data SPSS 25, 2020

$$Y = -12507,539 + 9,279 X1 + 0,144 X2 + e$$

Dimana :

Y = profitabilitas

$\alpha$  = nilai konstanta

X1 = ukuran perusahaan

X2 = leverage

e = error

Dari hasil perhitungan pengolahan data menggunakan program SPSS diatas, nilai  $\alpha = -12507,539$  memiliki arti bahwa apabila ukuran perusahaan (X1) dan leverage (X2) nilainya konstan atau sama dengan nol, maka nilai profitabilitas sebesar  $-12507,539$  yang menunjukkan hubungan tidak searah antara ukuran perusahaan (X1) dengan profitabilitas (Y). Nilai  $\beta_1 = 9,279$  memiliki arti bahwa setiap peningkatan ukuran perusahaan (X1) sebesar 1 % dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan, maka profitabilitas (ROA) akan mengalami peningkatan sebesar 9,279. Nilai  $\beta_2 = 0,144$  memiliki arti bahwa setiap peningkatan leverage (X2) sebesar 1 % dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan, maka profitabilitas akan mengalami peningkatan sebesar 0,144%.

b. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji-t)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui pengaruh antara masing - masing variabel independen untuk menjelaskan variabel – variabel dependen dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05. Apabila nilai probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.

**Tabel 4.9 Hasil Uji Parsial (Uji-t)**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	-12507,539	1397,797		-8,948	0,000
Size	9,279	1,091	0,789	8,502	0,000
DAR	0,144	0,075	0,178	1,922	0,064

Sumber: hasil olah data SPSS 25, 2020

Berdasarkan Tabel 4.9 ditunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan (X1) memiliki tingkat signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai  $t_{hitung} = 8,502$  dengan nilai  $t_{tabel} = 2,036$  Dimana  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, ini berarti secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada sub sektor kosmetik di Bursa Efek Indonesia 2012 - 2018. Dan ditunjukkan bahwa variabel leverage (X2) memiliki tingkat signifikan sebesar 0,064 lebih besar dari 0,05 dan nilai  $t_{hitung} = 1,922$  dengan nilai  $t_{tabel} = 2,036$ . Dimana  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, ini berarti secara parsial leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada sub sektor kosmetik di Bursa Efek Indonesia 2012 - 2018.

c. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (uji F)

Uji F menunjukkan semua variabel independen yang ada dalam model regresi mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_a$  diterima. Pengaruh secara simultan Ukuran Perusahaan (Size) dan *Leverage (Debt to Asset Ratio)* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas (*Return on Asset*).

Nilai Statistik Uji F bisa dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 4.8 Hasil Uji Simultan (Uji F)**

<b>ANOVA<sup>a</sup></b>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	67902473,416	2	33951236,708	71,247	.000 <sup>b</sup>
	Residual	15248968,127	32	476530,254		
	Total	83151441,543	34			

Sumber: hasil olah data SPSS 25, 2020

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, dapat diketahui nilai  $F_{hitung}$  sebesar 71.247 dan tingkat signifikan 0,000. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai  $F_{tabel}$ , diketahui nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3.29 Dari nilai-nilai di atas, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya nilai p-value  $0,000 < 0,05$  yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh simultan pada Ukuran perusahaan (X1) dan *Leverage* (X2) terhadap Profitabilitas (Y).

d. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1. Apabila nilai koefisien determinasi mendekati satu, maka variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variabel dependen. Penelitian ini menggunakan koefisien determinasi dengan menggunakan nilai R-square untuk mengevaluasi model regresi. Nilai R-square dalam penelitian dapat dilihat dalam tabel 4.10 di bawah ini.

**Tabel 4.10 Koefisien Determinasi (*R Square*)**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.904 <sup>a</sup>	0,817	0,805	690,312

a. Predictors: (Constant), DAR, Size

Berdasarkan Tabel 4.10 terlihat hasil nilai koefisien korelasi di atas dapat dilihat bahwa hubungan antara ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap profitabilitas sebesar 0,904% maka masuk dalam kategori sangat kuat (sugiyono, 2012:250). Sedangkan hasil nilai korelasi untuk pengaruh ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap profitabilitas secara simultan memiliki nilai korelasi atau nilai R square sebesar 0,817 atau 81,7%. Hal ini berarti 81,7% variasi profitabilitas (ROA) dipengaruhi oleh variasi dari ke dua variabel independen ukuran perusahaan, *leverage* dan sisanya 18,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

#### **D. Pembahasan**

Interpretasi hasil dari pengujian variabel independen yaitu ukuran perusahaan (Size) dan *Leverage* (DAR) terhadap variabel dependen Profitabilitas (ROA) sebagai berikut :

##### 1. Pengaruh Ukuran Perusahaan (*Size*) terhadap Profitabilitas (ROA)

Berdasarkan Tabel 4.10 ditunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan (X1) memiliki tingkat signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai thitung = 8,502 dengan nilai ttabel = 2,036.

Dimana H0 ditolak dan H1 diterima, ini berarti secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada sub sektor kosmetik di Bursa Efek Indonesia 2012 - 2018.

Hasil positif memperlihatkan bahwa ukuran perusahaan yang tinggi menyebabkan profitabilitas semakin tinggi pula. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil. Kondisi tersebut menjadi penyebab atas naiknya harga saham perusahaan di pasar modal. Investor memiliki ekspektasi yang besar terhadap perusahaan besar. Peningkatan permintaan saham perusahaan akan dapat memacu pada peningkatan harga saham di pasar modal. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa perusahaan dianggap memiliki “profit” yang lebih besar.

Ukuran perusahaan merupakan salah satu variable yang paling sering digunakan untuk menjelaskan pengungkapan social perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan cerminan total asset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, berarti asset yang dimiliki perusahaan pun semakin besar dan dana yang dibutuhkan perusahaan untuk mempertahankan kegiatan operasionalnya pun semakin banyak. Semakin besar ukuran perusahaan akan mempengaruhi keputusan manajemen dalam memutuskan pendanaan apa yang akan digunakan oleh perusahaan agar keputusan pendanaan dapat mengoptimalkan profitabilitas perusahaan.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Sunarto dan Budi (2005) mengemukakan hasil yaitu ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap Profitabilitas (ROA), dan juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Akinyomi Oladele John dan Olagunju Adebayo (2013) bahwa ukuran perusahaan (firm size) berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

## 2. Pengaruh *Leverage* (DAR) terhadap Profitabilitas (ROA)

Variabel *leverage* (X2) memiliki tingkat signifikan sebesar 0,064 lebih besar dari 0,05 dan nilai thitung = 1,922 dengan nilai ttabel = 2,036. Dimana H0 diterima dan Ha ditolak, ini berarti secara parsial leverage (DAR) tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas (ROA) pada perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2012 - 2018.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel Leverage (DAR) tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas (ROA). Kemungkinan lainnya yaitu pemegang saham tidak terlalu berfokus pada pengalokasian hutang dalam pembiayaan aktiva, melainkan bagaimana beban yang timbul atas hutang tersebut dapat ditutup dengan tetap menerima bagian keuntungan yang besar.

Penggunaan leverage mampu meningkatkan profitabilitas pada sebuah perusahaan, jika perusahaan mampu meningkatkan tingkat produksi untuk memperoleh laba yang lebih besar akibat penggunaan hutang.

Hutang merupakan salah satu sumber pembiayaan yang berisiko tinggi, penggunaan hutang yang tinggi akan menyebabkan timbulnya kebangkrutan, biaya keagenan, beban bunga yang semakin besar, dan sebagainya jika tidak diperhatikan dengan baik.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Kadek Ayu Yogamurti Setiadewi, Ida Bgs dan Anom Purbawangsa (2015) mendapatkan hasil bahwa leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, dan penelitian ini juga sejalan dengan yang dilakukan oleh Barbuta-misu Nicoleta (2013) menyatakan bahwa leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

### 3. Pengaruh Ukuran Perusahaan (Size) dan Leverage (DAR) secara simultan terhadap Profitabilitas (ROA)

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, dapat diketahui nilai  $F_{hitung}$  sebesar 71.247 dan tingkat signifikan 0,000. Nilai ini di bandingkan dengan nilai  $F_{tabel}$ , diketahui nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3.29 dari nilai-nilai di atas, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya nilai p-value  $0,000 < 0,05$ . Pengaruh tersebut tergolong tinggi karena variabel independen mampu menjelaskan sebesar 81,7% terhadap variabel dependen yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh secara simultan pada Ukuran perusahaan (X1) dan *Leverage* (X2) terhadap Profitabilitas (Y) pada perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2012 - 2018.

Disamping hal diatas ada banyak keterkaitan antara ukuran perusahaan dengan leverage yang saling mempengaruhi satu sama lain terhadap profitabilitas pada suatu perusahaan. Menurut (Riyanto (2001) ukuran besar kecilnya perusahaan dilihat dari nilai equity, nilai penjualan atau nilai aktiva. Sehingga ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya asset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi profitabilitas (*return*), karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik bersifat internal maupun eksternal (Suryamis dan Oetomo, 2014). Ulum (2009 dalam Suryamis dan Oetomo (2014) mengemukakan informasi di dalam laporan tahunannya yang bersifat informasi keuangan maupun non-keuangan dan *mandatory* maupun *voluntary*.

Perusahaan memiliki potensi untuk berkembang sesuai dengan jumlah asset yang dimilikinya (Weston dan Copeland, 1997 dalam Sunarto dan Budi, 2009). Nilai asset yang dimiliki bersumber dari modal dan hutang perusahaan tersebut sehingga semakin besar jumlah asset yang dimiliki seharusnya memiliki dalam nilai modal yang besar atau memiliki hutang yang besar pula sumber pendanaan dari hutang dapat dilihat dari nilai leveragenya. Menurut Kamaludin dan Indriani (2012:98) dalam Widiyanti dan Elfina (2015) *leverage* keuangan (*financial leverage*) adalah penggunaan dana dengan beban tetap dengan harapan atas penggunaan dana tersebut akan memperbesar pendapatan per lembar saham.

Konsep *leverage* sangat penting untuk menunjukkan analisis keuangan dalam melihat trade off antara risiko dan tingkat keuntungan dari berbagai sudut keputusan yang terbaik. Hal ini merupakan tugas manajer keuangan agar dapat membuat perencanaan, analisis dan pengendalian kegiatan. Seperti yang telah di singgung bahwa hutang menimbulkan *leverage* keuangan sehingga perusahaan dapat beroperasi, berinvestasi, dan mengembangkan usahanya (Suryamis dan Oetomo, 2014). Tetapi *leverage* keuangan juga akan menimbulkan risiko bagi perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat leverage keuangan yang tinggi dapat berakibat adanya kesulitan keuangan (*financial distress*) untuk dapat menyelesaikan kewajiban hutangnya (Putri H dkk, 2005). Sehingga leverage keuangan memiliki dampak baik dan buruk bagi perusahaan, dapat menyebabkan perusahaan menjadi berkembang lebih baik, akan tetapi juga dapat mengakibatkan kemunduran bagi perusahaan bahkan dapat berakibat pada kondisi kepalitan atau bangkrut (Suryamis dan Oetomo, 2014).

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Andreani Caroline Barus dan Leliani (2013) mendapatkan hasil bahwa secara simultan Ukuran Perusahaan dan *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas perusahaan.

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan yaitu mengenai pengaruh Ukuran Perusahaan (X1), dan *Leverage* (X2), terhadap Profitabilitas pada perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2018, maka dapat diberikan kesimpulan sebagai berikut.

1. Leverage (DAR) dan Ukuran Perusahaan (Size) terhadap profitabilitas melalui uji F dengan tingkat signifikan 0,000, menunjukkan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada sub sektor kosmetik di Bursa Efek Indonesia 2012 – 2018.
2. Pengujian hipotesis mengenai pengaruh ukuran perusahaan (Size) terhadap profitabilitas melalui uji t ditunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan (X1) memiliki tingkat signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, ini berarti secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada sub sektor kosmetik di Bursa Efek Indonesia 2012 – 2018.
3. Dari hasil pembahasan diatas mengenai pengujian hipotesis leverage (DAR) terhadap profitabilitas melalui uji t bahwa variabel leverage (X2) memiliki tingkat signifikan sebesar 0,064 lebih besar dari 0,05, ini berarti secara parsial leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada sub sektor kosmetik di Bursa Efek Indonesia 2012 - 2018.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya mengamati periode yang relatif pendek yaitu 6 tahun, dikarenakan keterbatasan waktu.
2. Penelitian ini hanya menggunakan perusahaan yang secara konsisten terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang menerbitkan laporan keuangan dalam mata uang rupiah.
3. Penelitian ini hanya menggunakan 5 sampel perusahaan dan variabel dependen dalam penelitian ini hanya menggunakan satu proksi saja yaitu Profitabilitas.

## **C. Saran**

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah dijelaskan di atas, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Ditinjau dari data yang diteliti Return On Assets (ROA) mengalami peningkatan, maka sebaiknya perusahaan dapat mempertahankan laba yang sudah ada atau juga dapat meningkatkan laba dengan lebih mengefisiensikan biaya.
2. Perusahaan hendaknya mempertimbangkan lagi leverage agar mampu meningkatkan profitabilitasnya, dan sebaiknya perusahaan mampu menekan laju pertumbuhan perusahaan akan berdampak pada meningkatnya profit perusahaan.

3. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan pada periode pengamatan pengaruh leverage dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sektor kosmetik. Dengan adanya keterbatasan dalam penelitian maka peneliti menyarankan pada penelitian selanjutnya jika ingin melakukan penelitian dengan tema sejenis sebaiknya memperpanjang periode pengamatan sehingga pengaruh dapat dilihat dari jangka waktu yang lebih panjang. Karena semakin lama jangka waktu pengamatan maka semakin besar kesempatan untuk memperoleh informasi tentang variabel yang handal untuk penelitian yang lebih akurat dan meminimalisir standar terjadinya error.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus, S. (2010). Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi. *Edisi Keempat*. Yogyakarta: BPFE.
- Akbar, Dinul Alfian, et al. "UNCONDITIONAL CONSERVATISM AS A MEDIATION BETWEEN LEVERAGE AND SIZE TO FIRM VALUE." *JOURNAL OF BUSINESS STUDIES AND MANAGEMENT REVIEW* 2.2 (2019): 69-74.
- Akinlo O. dan T. Asaolu, (2012). Profitability and Leverage Evidence From Nigerian Firms. *Global Journal of Business Research*. Vol. 6, No. 1, pp: 17-25.
- Ambarwati, N. S., Yuniarta, G. A., AK, S. E., & SINARWATI, N. I. K. (2015). Pengaruh modal kerja, likuiditas, aktivitas dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 3(1).
- Anam, H., Ernayani, R., & Dwi, C. (2015). PENGARUH STRUKTUR ASET, UKURAN PERUSAHAAN DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP KEBIJAKAN HUTANG (Studi pada Perusahaan Farmasi periode 2010-2014). *Jurnal Dan Proceeding*, 5(1).
- Analisa, Yangs. 2011. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas dan Kebijakan Dividen terhadap nilai perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2006-2008). Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Arif, S. dan M.S.M. El-Wahid, (2011). The Impact of Financial Leverage to Profitability Study of Non-Financial Companies Listed in Indonesia Stock Exchange. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, Vol. 32, pp: 137-148.
- Azhar, Kaukab Abid, and Nawaz Ahmed. "Relationship between firm size and profitability: investigation from textile sector of Pakistan." *International Journal of Information, Business and Management* 11.2 (2019): 62-73.
- Chen, Zhiyao, Jarrad Harford, and Avraham Kamara. "Operating leverage, profitability, and capital structure." *Journal of financial and quantitative analysis* 54.1 (2019): 369-392.
- Cheng, Ming-Chang dan Tzeng Zuwei-Ching. 2011. The Effect of Leverage on Firm Value and How The Firm Financial Quality Influence on This Effect. *World Journal of Management*, Vol 3(2): Hal. 30-53

- Epayanti, Ni Ketut Ayu, and I. Putu Yadnya. "Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Risiko Bisnis terhadap Profitabilitas serta Kebijakan Dividen." *E-Jurnal Manajemen* 3.12 (2013).
- Herdiani, T. Darminto dan Endang, (2013). Pengaruh *Financial Leverage* terhadap Profitabilitas: Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2011. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(1), 1-8.
- Jogiyanto, H. M. (2007). Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi. *Yogyakarta: Penerbit Andi*.
- Jumingan, D. (2006). Analisis Laporan Keuangan. *Jakarta: PT. Bumi Aksara*.
- Kasmir. (2010). Pengantar Manajemen. *Teori Tentang Modal Kerja* *Modal Kerja*.
- Kasmir. (2013). Ruang Lingkup Lembaga Keuangan Bank. In *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*.
- Kasmir, D., & Persada, P. T. R. G. (2012). Dasar-dasar perbankan edisi revisi. *Jakarta: Rajawali Pers*.
- Kasmir, S. E. (2008). MM. 2008. *Analisis Laporan Keuangan*.
- Khoiro, Evada El Ummah, Suhadak Suhadak, and Siti Ragil Handayani. "The influence of capital structure and firm size on profitability and dividend policy (An Empirical Study at Property and Real Estate Sector Listed in Indonesia Stock Exchange during the periods of 2009-2012)." *PROFIT: JURNAL ADMINISTRASI BISNIS* 10.2 (2019): 1-10.
- Pratama, I. Gusti Bagus Angga, and I. Gusti Bagus Wiksuana. "Pengaruh ukuran perusahaan dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi." *E-Jurnal Manajemen* 5.2 (2016).za
- Purba, Ida Bagus Gde Indra Wedhana, and I. Putu Yadnya. "Pengaruh ukuran perusahaan dan leverage terhadap profitabilitas dan pengungkapan corporate social responsibility." *E-Jurnal Manajemen* 4.8 (2015).
- Putra, AA Wela Yulia, and Ida Bagus Badjra. "Pengaruh leverage, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas." *E-Jurnal Manajemen* 4.7 (2015).
- Ramadhani, Andi Rizky. *PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA*. Diss. Universitas Negeri Makassar, 2019.

- Rifai, Moh, Rina Arifati, and Maria Magdalena Minarsih. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Profitabilitas Studi pada Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2010-2012." *Journal Of Accounting* 1.1 (2015).
- Rikalmi, Ridho Tanso, and Seto Sulaksono Adi Wibowo. "Pengaruh ukuran perusahaan dan modal kerja terhadap profitabilitas perusahaan." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 7.10 (2014): 11-18.
- Riyanto, B. (1995). *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: BPFE.
- Riyanto, Y. (2001). *Metodologi penelitian pendidikan*. Surabaya: Sic, 318.
- Rudangga, I. G. N. G., & Sudiarta, G. M. (2016). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(7).
- Salah, Wafaa, and May ELEWA. "The Effect of Firm's Size and Leverage on Profitability: A Panel Data Approach." *Editorial Board* (2018): 1737.
- Setiadewi, Kadek Ayu Yogamurti, and Ida Bagus Anom Purbawangsa. "Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan." *E-Jurnal Manajemen* 4.2 (2015).
- Sartono, A. (2012). *Manajemen Keuangan Teori dan Sistem informasi (Edisi IV)*. Yogyakarta: BPFE.
- Sudana, I. M. (2015). *Teori dan Praktik Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Sukadana, I. Ketut Alit, and Nyoman Triaryati. "Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Food and Beverage BEI." *E-Jurnal Manajemen* 7.11 (2018): 6239-6268.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sutojo, S., & Kleinstaub, F. (2004). *Financial management For Nonfinancial Executives*. PT. Damar Mulia Pustaka. Jakarta.
- Traxler, F., & Huemer, G. (2007). *Handbook of business interest associations, firm size and governance: A comparative analytical approach*. Routledge.

**LAMPIRAN****Lampiran 1: Daftar Sampel Perusahaan**

<b>No</b>	<b>Kode Saham</b>	<b>Nama Perusahaan</b>
1	ADES	PT. Akasha Wira Internasional Tbk
2	MBTO	PT. Martina Berto Tbk
3	MRTA	PT. Mustika Ratu Tbk
4	TCID	PT. Mandom Indonesia Tbk
5	UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk

**Lampiran 2: Hasil olah data Ukuran Perusahaan (Size)**

<b>Nama Perusahaan</b>	<b>Tahun</b>	<b>Size (X1)</b>	<b>Total Aktiva</b>
PT. Akasha Wira Indonesia Tbk (ADES)	2012	12,87	389.094
	2013	13,00	441.064
	2014	13,13	504.865
	2015	13,39	653.224
	2016	13,55	767.479
	2017	13,64	840.236
	2018	13,68	876.218
PT. Martina Berto Tbk (MBTO)	2012	13,32	609.494
	2013	13,32	611.770
	2014	13,34	619.383
	2015	13,38	648.899
	2016	13,47	709.959
	2017	13,57	780.670
	2018	13,41	665.872
PT. Mustika Ratu Tbk (MRT)	2012	13,01	445.472
	2013	12,66	313.664
	2014	13,12	498.786
	2015	13,12	497.090
	2016	13,09	483.037
	2017	13,12	497.354
	2018	13,18	527.945
PT. Mandom Indonesia Tbk	2012	14,05	1.261.572
	2013	14,20	1.465.952

	2014	14,43	1.853.235
	2015	14,55	2.082.097
	2016	14,60	2.185.101
	2017	14,67	2.361.807
	2018	14,70	2.433.645
PT. Unilever Indonesia Tbk (UNVLR)	2012	16,30	11.984.979
	2013	16,41	13.348.188
	2014	16,47	14.280.670
	2015	16,57	15.729.945
	2016	16,63	16.745.695
	2017	16,76	18.906.413
	2018	16,79	19.522.970

**Lampiran 3: Hasil olah data Leverage (DAR)**

No	Nama Perusahaan	Tahun	Total Kewajiban	Total Aktiva	DAR (%)
1	PT. Akasha Wira Indonesia Tbk (ADES)	2012	179.972	389.094	46,25
		2013	176.286	441.064	39,97
		2014	209.066	504.865	41,41
		2015	324.855	653.224	49,73
		2016	383.091	767.479	49,92
		2017	417.225	840.236	49,66
		2018	417.649	876.218	47,66
2	PT. Martina Berto Tbk (MBTO)	2012	174.931	609.494	28,70
		2013	160.451	611.770	26,23
		2014	165.634	619.383	26,74
		2015	214.686	648.899	33,08
		2016	269.032	709.959	37,89
		2017	367.927	780.670	47,13
		2018	315.493	665.872	47,38
3	PT. Mustika Ratu Tbk (MRAT)	2012	557.079	730.932	76,21
		2013	61.792	439.584	14,06
		2014	114.842	498.786	23,02
		2015	120.064	497.090	24,15
		2016	113.948	483.037	23,59
		2017	130.623	497.354	26,26
		2018	158.517	527.945	30,03
4	PT. Mandom Indonesia Tbk (TCID)	2012	164.751	1.261.572	13,06
		2013	282.962	1.465.952	19,30

		2014	569.731	1.853.235	30,74
		2015	367.225	2.082.097	17,64
		2016	401.943	2.185.101	18,39
		2017	503.481	2.361.807	21,32
		2018	476.813	2.433.645	19,59
5	PT. Unilever Indonesia Tbk (UNVR)	2012	8.016.614	11.984.979	66,89
		2013	9.093.518	13.348.188	68,13
		2014	9.681.888	14.280.670	67,80
		2015	10.902.585	15.729.945	69,31
		2016	12.041.437	16.745.695	71,91
		2017	13.733.025	18.906.413	72,64
		2018	11.944.837	19.522.970	61,18

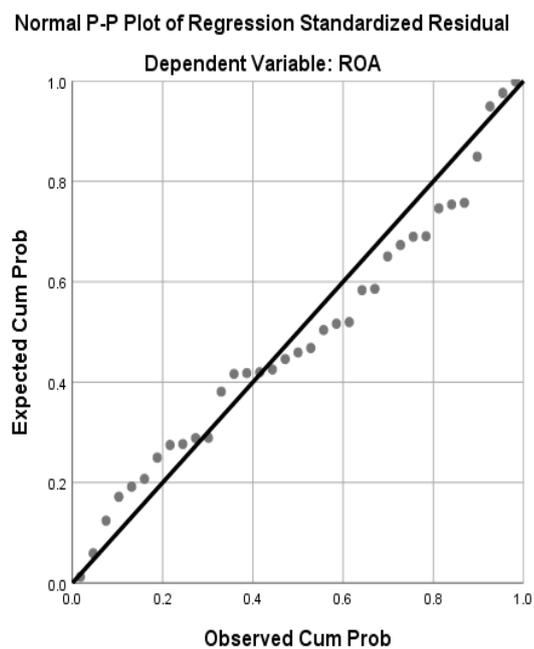
**Lampiran 4: Hasil olah data Profitabilitas (ROA)**

No	Nama Perusahaan	Tahun	Laba Setelah Pajak	Total Aktiva	ROA %
1	PT. Akasha Wira Indonesia Tbk (ADES)	2012	83.376	389.094	21,43
		2013	55.656	441.064	12,62
		2014	31.021	504.865	6,14
		2015	32.839	653.224	5,03
		2016	55.951	767.479	7,29
		2017	38.242	840.236	4,55
		2018	35.558	876.218	4,06
2	PT. Martina Berto Tbk (MBTO)	2012	45.523	609.494	7,47
		2013	16.163	611.770	2,64
		2014	2.925	619.383	0,47
		2015	- 14.057	648.899	- 2,17
		2016	8.814	709.959	1,24
		2017	- 24.691	780.670	- 3,16
		2018	- 62.270	665.872	- 9,35
3	PT. Mustika Ratu Tbk (MRAT)	2012	30.751	445.472	6,90
		2013	- 6.700	313.664	- 2,14
		2014	7.372	498.786	1,48
		2015	1.046	497.090	0,21
		2016	- 5.549	483.037	- 1,15
		2017	- 1.283	497.354	- 0,26
		2018	790	527.945	0,15
4	PT. Mandom Indonesia Tbk (TCID)	2012	150.373	1.261.572	11,92
		2013	160.148	1.465.952	10,92

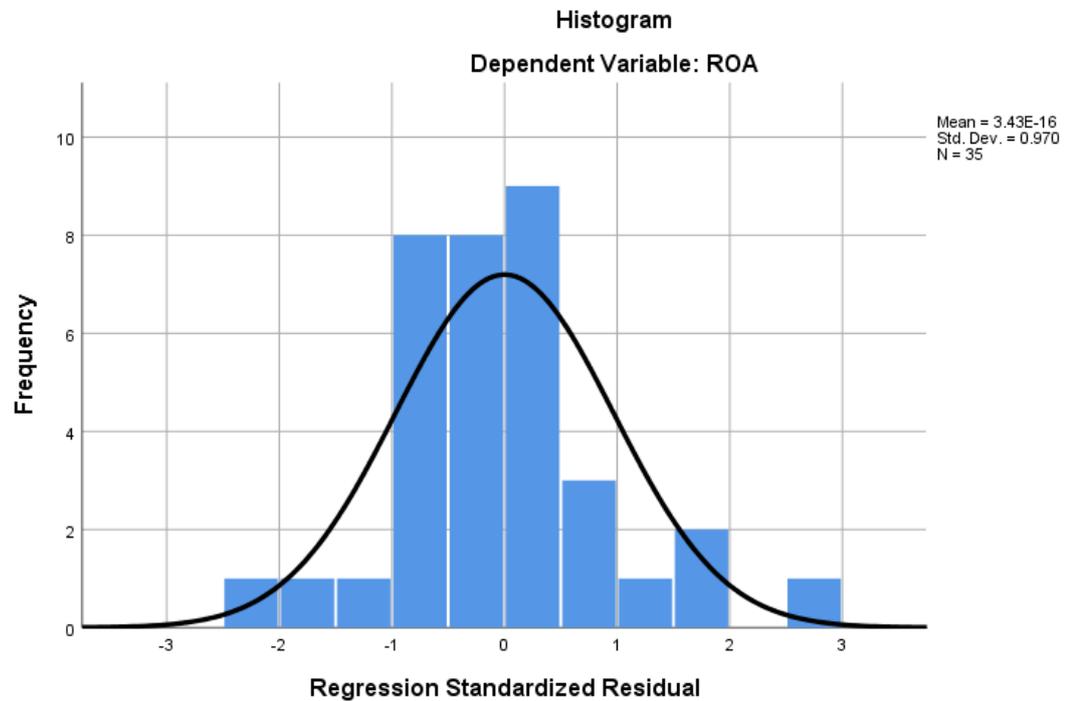
		2014	174.314	1.853.235	9,41
		2015	544.474	2.082.097	26,15
		2016	162.060	2.185.101	7,42
		2017	179.126	2.361.807	7,58
		2018	150.327	2.433.645	6,18
5	PT. Unilever Indonesia Tbk (UNVLR)	2012	4.839.145	11.984.979	40,38
		2013	5.352.625	13.348.188	40,10
		2014	5.738.523	14.280.670	40,18
		2015	5.851.805	15.729.945	37,20
		2016	6.390.672	16.745.695	38,16
		2017	7.004.562	18.906.413	37,05
		2018	9.109.446	19.522.970	46,66

**Lampiran 5: Hasil output SPSS 25****1. Statistik Deskriptif**

<b>Statistik Deskriptif</b>					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Size	35	1266	1679	1415.71	132.937
DAR	35	1306	7621	4019.91	1937.823
ROA	35	-935	4666	1207.89	1563.851
Valid N (listwise)	35				

**2. Uji Normalitas**

### 3. Grafik Hostogram Hasil Uji Normalitas



### 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-12507,539	1397,797		-8,948	0,000		
	Size	9,279	1,091	0,789	8,502	0,000	0,666	1,502
	DAR	0,144	0,075	0,178	1,922	0,064	0,666	1,502

a. Dependent Variable: ROA

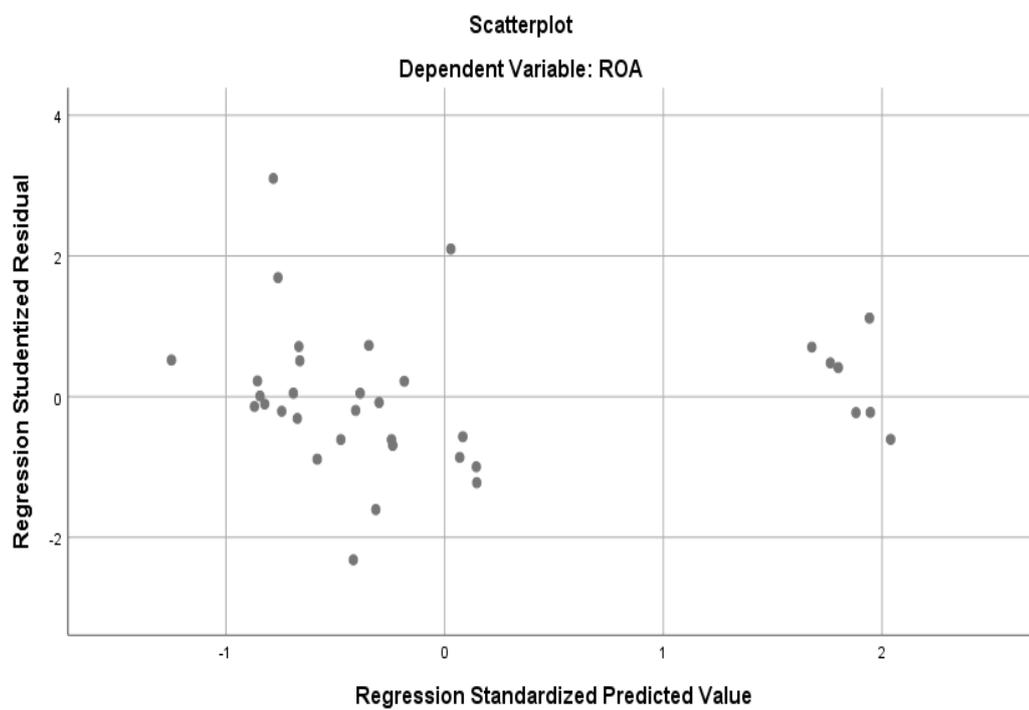
## 5. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.904 <sup>a</sup>	0,817	0,805	690,312	1,813

a. Predictors: (Constant), DAR, Size

b. Dependent Variable: ROA

## 6. Grafik Uji Heterokdidastisitas



## 7. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-12507,539	1397,797		-8,948	0,000
	Size	9,279	1,091	0,789	8,502	0,000
	DAR	0,144	0,075	0,178	1,922	0,064

a. Dependent Variable: ROA

### 8. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	67902473,416	2	33951236,708	71,247	.000 <sup>b</sup>
	Residual	15248968,127	32	476530,254		
	Total	83151441,543	34			

a. Dependent Variable: ROA

b. Predictors: (Constant), DAR, Size

### 9. Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-12507,539	1397,797		-8,948	0,000
	Size	9,279	1,091	0,789	8,502	0,000
	DAR	0,144	0,075	0,178	1,922	0,064

a. Dependent Variable: ROA

### 10. Koefisien Determinasi (*R Square*)

Model Summary <sup>b</sup>
----------------------------

**FAKULTAS EKONOMI, HUKUM, POLITIK DAN PSIKOLOGI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR**

**KARTU KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI**

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
Model 1	0,904 <sup>a</sup>	0,817	690,312

NIMa. Predictors: (Constant), DAR, Size

Program Studi : Manajemen Keuangan  
b. Dependent Variable: ROA

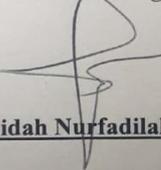
Bimbingan Mulai : 3 Februari 2020

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Profitabilitas terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2018

No	Tanggal	Permasalahan	Paraf Pembimbing
1	Senin, 3 Februari 2020	Konsultasi mengenai penentuan judul skripsi untuk masing-masing anggota, mencari jurnal dan membahas BAB I, Bagaimana cara penulisan serta apa saja yang mencakup dalam latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan mafaat penelitian dari judul yang kita ambil.	
2	Sabtu, 14 Februari 2020	Konsultasi mengenai Bab I yang sudah dikerjakan, di revisi oleh dosen pembimbing, serta membahas mengenai BAB II yaitu, landasan teori, kerangka pemikiran, penelitian terdahulu dan hipotesis.	
3	Senin, 27 Februari 2020	Pembahasan mengenai BAB II yang sudah di kerjakan oleh mahasiswa, serta membahas BAB III yang akan dikerjakan selanjutnya oleh mahasiswa yaitu, metode penelitian, Objek, sampel penelitian, rumus-rumus rasio yang digunakan dalam perhitungan penelitian tersebut.	
4	Rabu, 11 Maret 2020	Konsultasi mengenai BAB III yang sudah dikerjakan oleh mahasiswa, dan ada beberapa yang harus di revisi yaitu, penelitian terdahulu, pengaruh antar variabel, dan Teknik yang digunakan dalam penelitian.	
5	Senin, 27 Maret 2020	Pengumpulan hasil Proposal dari BAB I, II, III yang sudah dikerjakan oleh mahasiswa, dan membahas mengenai cara membuat Daftar Pustaka dll.	

Samarinda, 31 Maret 2020

Pembimbing



(Mursidah Nurfadilah S.E., M.M)



FAKULTAS EKONOMI, HUKUM, POLITIK, DAN PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR  
KARTU KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Desyi  
NIM : 17111024310220  
Program Studi : S1 Manajemen  
Bimbingan Mulai : 01 April 2021  
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Profitabilitas Studi Pada Perusahaan Sub Sektor Kometik yang Terdaftar di Bursa Efek Indoneia Tahun 2012-2018

No	Tanggal	Permasalahan	Paraf Pembimbing
1	Rabu, 01 April 2020	Konsultasi mengenai lanjutan dari BAB III Proposal ke BAB IV Skripsi, apa saja yg akan di muat ke dalam Bab IV	
2	Jumat, 17 April 2020	Konsultasi mengenai BAB IV yng sudah dikerjakan, sesuai dengan system SPSS apakah hasil yg di dapat sesuai dengan X1, X2 terhadap Y	
3	Senin, 28 Mei 2020	Membahas tentang akhir dari BAB IV, berapa persen tingkat signifikan yg di dapat dari Ukuran perusahaan & Leverage terhadap profitabilitas baik secara parsial maupun simultan	
4	Sabtu, 17 Juni 2020	Konsultasi mengenai BAB V Kesimpulan dan saran dari BAB I s/d BAB IV	
5	Rabu, 25 Juni 2020	Konsultasi mengenai cara pengerjaan naskah publikasi, apa saja yg akan di muat di dalamnya, dan membahas cara menurunkan tingkat plagiasi dengan menambahkan lagi referensinya	

Samarinda, 27 Juni 2020

Pembimbing



(Mursidah Nurfadilah, S.E., M.M)  
NIDN.15077401



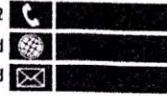
# L P P M

Lembaga Penelitian dan  
Pengabdian pada Masyarakat

Telp. 0541-748511 Fax.0541-766832

Website <http://lppm.umkt.ac.id>

email: [lppm@umkt.ac.id](mailto:lppm@umkt.ac.id)



## LEMBAR SARAN DAN PERBAIKAN UJIAN HASIL PENELITIAN

Nama: DESYI NIM: 17111024310220

Judul: ANALISIS PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN LEVERAGE  
TERHADAP PROFITABILITAS (STUDI PADA PERUSAHAAN SUB  
SEKTOR KOSMETIK YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK

1) Intisari/Abstract

2) BAB I/Latar Belakang Masalah

3) BAB II/Tinjauan Teori

1. Dibagian BAB II, Tuliskan Kajian Pustaka dan Perumusan Hipotesis (kurang turun/spasi)

4) BAB III/Metode Penelitian

5) BAB IV/ Hasil Dan Pembahasan

1. Dibagian D. Pembahasan, Tambahkan satu lagi untuk Pengaruh Ukuran Perusahaan (Size) dan Leverage (DAR) secara simultan terhadap Profitabilitas (ROA).

Penguji,

(Mursidah Nurfadilah, S.E., M.M)

# Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)

*by* Desyi Skr 2112

---

**Submission date:** 21-Dec-2020 09:20AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1479858427

**File name:** FIX\_SKRIPSI\_DESYI.docx (702.89K)

**Word count:** 11818

**Character count:** 76386

---



## Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)

### ORIGINALITY REPORT

<b>45%</b>	<b>43%</b>	<b>13%</b>	<b>24%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>repositori.usu.ac.id</b> Internet Source	<b>3%</b>
<b>2</b>	<b>id.123dok.com</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>3</b>	<b>eprints.umpo.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>4</b>	<b>Submitted to Udayana University</b> Student Paper	<b>2%</b>
<b>5</b>	<b>dspace.uii.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>6</b>	<b>text-id.123dok.com</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>jom.unpak.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>