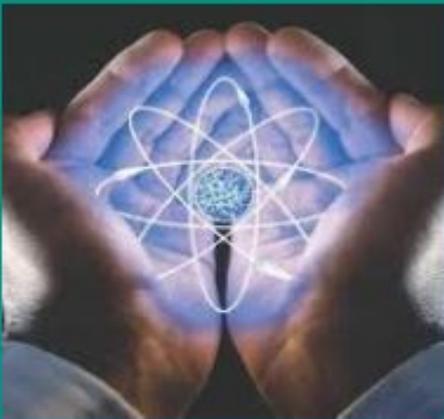


Table Of Content

Journal Cover	2
Author[s] Statement	3
Editorial Team	4
Article information	5
Check this article update (crossmark)	5
Check this article impact	5
Cite this article	5
Title page	6
Article Title	6
Author information	6
Abstract	6
Article content	7

Academia Open



By Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

Mochammad Tanzil Multazam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Managing Editor

Bobur Sobirov, Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan

Editors

Fika Megawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Mahardika Darmawan Kusuma Wardana, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Wiwit Wahyu Wijayanti, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Farkhod Abdurakhmonov, Silk Road International Tourism University, Uzbekistan

Dr. Hindarto, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Evi Rinata, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

M Faisal Amir, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Dr. Hana Catur Wahyuni, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

Effect Of Profitability, Liquidity And Sales Level On Income Growth With Company Size As Moderated Variables In Registered Consumption Sector Manufacturing Companies In Indonesia Exchange For 2016-2018

Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Tingkat Penjualan Terhadap Pertumbuhan Pendapatan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi Terdaftar Di Bursa Indonesia Tahun 2016-2018

Elisa Widya M, elisawidyam090998@gmail.com, (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Eny Maryanti, enymaryanti@umsida.ac.id, (1)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

⁽¹⁾ Corresponding author

Abstract

This study aims to determine the effect of profitability, liquidity and sales level on profit growth with company size as a moderating variable in consumer sector manufacturing companies listed on the Indonesian stock exchange for the period 2016-2018. Previous studies have shown different results. Research needs to be done again to examine the effect of the three variables on profit growth by adding company size as a moderating variable. The population of this study is the consumer sector manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2016-2018 period totaling 38 companies. Based on the purposive sampling criteria, there were 15 companies that met the research criteria. This study uses data analysis testing SmartPLS 3 . The results showed that profitability, liquidity and sales levels had no effect on profit growth. Company size as a moderating potential variable on the effect of profitability, liquidity and sales level on profit growth.

Published date: 2022-06-30 00:00:00

Pendahuluan

Di era yang sekarang, persaingan antar perusahaan di Bursa Efek Indonesia semakin ketat. Hal ini adalah salah satu dari bagian dari kegiatan yang ada di pasar modal, karena pada dasarnya pasar modal merupakan sarana yang tepat untuk melakukan investasi agar mendapatkan keuntungan yang diharapkan oleh semua pemilik modal. Seiring dengan pesatnya perkembangan perekonomian dunia yang telah mengarah pada sistem ekonomi pasar bebas, perusahaan-perusahaan semakin di tuntut untuk meningkatkan daya saing supaya dapat bertahan dan mencapai kesuksesan yang optimal. Suatu perusahaan dapat dikatakan mampu untuk mencapai kata sukses dan mampu bersaing apabila dapat menghasilkan laba yang maksimal.

rasio keuangan perusahaan diklarifikasikan menjadi lima kelompok, yaitu: rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio aktivitas, rasio profitabilitas atau rentabilitas, dan rasio investasi. Dalam rasio keuangan ini yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah rasio profitabilitas, rasio likuiditas dan tingkat penjualan dengan alasan karena ketiga rasio tersebut dapat dijadikan tolak ukur untuk menilai kinerja perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau laba[1].

Profitabilitas dianggap sebagai alat yang valid dalam mengukur hasil dalam pelaksanaan operasi perusahaan. Karena rasio profitabilitas merupakan alat pembandingan pada berbagai alternatif yang sesuai dengan tingkat risiko [2].

Besarnya modal kerja yang telah ditetapkan merupakan salah satu alat ukur yang dapat dipergunakan untuk menyelesaikan masalah likuiditas perusahaan. Likuiditas tidak hanya berkenaan dengan keadaan keseluruhan keuangan perusahaan, tetapi juga berkaitan dengan kemampuannya mengubah aktiva lancar tertentu untuk menjadi uang kas yang mana selain untuk menutupi kewajiban perusahaan, tetapi juga digunakan sebagai penetapan nilai besarnya modal kerja yang dibutuhkan perusahaan dalam memperoleh pendapatan laba suatu perusahaan [3].

Tingkat penjualan suatu produk dari suatu usaha bisnis pada kenyataannya berfluktuasi dipengaruhi beberapa faktor. Diantara faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan suatu produk adalah faktor yang akan datang berulang-ulang setiap tahunnya. Laba akan diperoleh jika pendapatan melebihi atau lebih besar dari total biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Agar pendapatan meningkat, perusahaan harus terus berusaha menaikkan tingkat penjualan [4].

Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan untuk memperoleh dana dari kreditor untuk mencapai tujuan perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan menggunakan total aset. Total aset menjadi tolak ukur dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan [5] menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan dalam pertumbuhan laba [6].

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya tentang pengaruh profitabilitas terhadap pertumbuhan laba dapat diketahui adanya ketidak konsistenan dari hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya. Hal ini membuat peneliti menduga adanya variabel yang dapat memperlemah atau memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap pertumbuhan laba yaitu ukuran perusahaan karena itu peneliti memilih variabel ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Pengaruh profitabilitas terhadap pertumbuhan laba dapat diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh [7].

Peneliti menduga adanya ketidak konsistenan dari hasil penelitian terdahulu tentang pengaruh likuiditas terhadap pertumbuhan laba karena itu peneliti menduga adanya variabel yang dapat memperkuat atau memperlemah likuiditas terhadap pertumbuhan laba yaitu ukuran perusahaan. Variabel ukuran perusahaan dijadikan sebagai variabel moderasi. Pengaruh likuiditas terhadap pertumbuhan laba dapat diperkuat dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh [8].

Peneliti menduga adanya ketidak konsistenan dari hasil penelitian terdahulu tentang pengaruh tingkat penjualan terhadap pertumbuhan laba karena itu peneliti menduga adanya variabel yang dapat memperkuat atau memperlemah tingkat penjualan terhadap pertumbuhan laba yaitu ukuran perusahaan. Variabel ukuran perusahaan dijadikan sebagai variabel moderasi. Pengaruh tingkat penjualan terhadap pertumbuhan laba dapat diperkuat dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh [9].

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis akan mencoba menjadikan pokok permasalahan yang digunakan dalam penulisan pra proposal ini dengan judul " Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan tingkat penjualan terhadap pertumbuhan Laba dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi Pada Perusahaan Manufaktur sektor yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2016-2018 ".

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

Apakah variabel profitabilitas, likuiditas dan tingkat penjualan berpengaruh terhadap pertumbuhan laba dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur sektor konsumsi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018 ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

Apakah variabel Profitabilitas, likuiditas, dan tingkat penjualan mempunyai pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur sektor konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2016-2018.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan data sekunder sebagai sumber data [10]. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah Laporan Keuangan tahunan Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018. Penelitian ini menganalisa dan menjelaskan Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Tingkat Penjualan Terhadap Pertumbuhan Laba Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018.

Definisi Operasional, Identifikasi Variabel, dan Indikator Variabel

1. Profitabilitas (X_1) didefinisikan sebagai salah satu indicator untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan[11].
2. Likuiditas (X_2) dalam penelitian ini likuiditas diukur menggunakan rasio debt to assets ratio (DAR), DAR adalah rasio yang digunakan untuk mengukur jumlah aset yang dibayari oleh utang. Artinya dimana semakin tinggi DAR sebuah perusahaan, maka perusahaan semakin likuid dan akan semakin mudah memperoleh pendanaan dari kreditor maupun investor untuk memperlancar kegiatan operasionalnya sehingga laba juga akan meningkat[12].
3. Tingkat Penjualan (X_3) adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu. Cara pengukurannya adalah dengan membandingkan penjualan pada tahun ke t setelah dikurangi penjualan pada periode sebelumnya terhadap penjualan pada periode sebelumnya[13].
4. Pertumbuhan Laba(Y) merupakan ukuran kinerja dari suatu perusahaan untuk menghitung laba dimasa yang akan datang dengan menggunakan laba diperiode sebelumnya[14].
5. Ukuran Perusahaan (Z) pengukuran terhadap ukuran perusahaan mengacu ada penelitian yang dilakukan dimana perusahaan diproksi dengan nilai logaritma total aset karena aset biasanya sangat besar nilainya dan untuk menghindari bias skala maka aset perlu dikompres[15].

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Pertumbuhan Laba (Y)	Pertumbuhan laba merupakan ukuran kinerja dari suatu perusahaan untuk menghitung laba dimasa yang akan datang dengan menggunakan laba diperiode sebelumnya	(Harahap, 2009)	Rasio
Profitabilitas (X1)	Profitabilitas adalah salah satu indicator untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan	(Kasmir, 2014:201)	Rasio
Likuiditas(X2)	likuiditas adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya	(Kasmir, 2014:157)	Rasio
Tingkat Penjualan(X3)	Tingkat penjualan adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu	(Kesuma, 2009)	Rasio
Ukuran Perusahaan(Z)	Ukuran perusahaan adalah	Size = Ln Total	Interval

ukuran atau besarnya aset yang dimiliki perusahaan.	asset(RodonidanHerni, 2010 : 180)	
---	-----------------------------------	--

Table 1. *Operasional Variabel*

Populasi dan Sampel

Populasi dan Sampel Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi Tahun 2016-2018 . Populasi dan sampel dalam penelitian ini i 38 ditentukan dengan menggunakan teknik purposive sampling . Dan dengan kriteria, perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan keuangan dan data secara lengkap selama tiga tahun berturut-turut. Pemilihan sampel secara purposive sampling dilakukan dengan tujuan memperoleh sampel secara representative.

No	Kriteria Sampel	Total Perusahaan
1.	Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Selama Tahun Pengamatan 2016-2018	38
2.	Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi yang Menerbitkan Laporan Keuangan Tahunan yang Lengkap dan Jelas Pada Tahun 2016-2018.	38
3.	Perusahaan yang Menyajikan Laporan Keuangan Dalam Mata Uang Rupiah	38
4.	Perusahaan yang Tidak Mengalami Kerugian Selama Tahun Pengamatan Pada Tahun 2016-2018.	15
5.	Perusahaan yang Mengikuti PROPER Selama Tahun Pengamatan yaitu Tahun 2016-2018.	15
Jumlah perusahaan yang terpilih sebagai sampel penelitian.		15
Total sampel (15 perusahaan X 3 tahun)		45

Table 2. *Kriteria Sampel*

Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian ini digolongkan dalam penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data, serta penampilan dari hasilnya. Demikian juga pemahaman akan kesimpulan penelitian akan lebih baik apabila disertai dengan tabel, grafik, bagan, gambar atau tampilan lain [16]. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah melakukan kajian pustaka dari jurnal-jurnal dan buku-buku akuntansi untuk memperoleh landasan teori yang komprehensif yang berkaitan dengan variabel penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode penelitian 2016-2018 yang diambil dari website resmi BEI yang ada di galeri bursa efek indonesia umsida kampus 1. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu mengambil data sekunder yang terdapat di pojok Bursa Efek Indonesia.

Teknik Analisis

Pada penelitian ini analisis data menggunakan softwaree aplikasi statistika SmartPLS 3.2.6. Analisa data dalam penelitian ini yaitu memperoleh data perusahaan yang terpilih menjadi sampel dengan menggunakan pengujian hipotesis terkait hubungan antara variabel yang dimoderasi menggunakan program SmartPLS 3.2.6.

Dalam [17] mendefinisikan PLS sebagai analisis persamaan struktural berbasis (SEM) yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural, PLS merupakan alat prediksi kausalitas yang digunakan untuk mengembangkan teori dan PLS tepat untuk model prediksi dasar teori lemah (membangun teori baru), mengabaikan asumsi klasik sehingga PLS dianggap lebih kuat karena lebih efisien dalam proses eksekusi. Menurut [18] menjelaskan PLS adalah salah satu metode alternatif SEM (Structural Equation Model) berbasis varian yang dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan hubungan yang sangat

kompleks antar variabel. Menurut [19] kelebihan PLS yaitu mampu menganalisis variabel yang tidak dapat diukur langsung. Terdapat dua tahap evaluasi dalam PLS :

Evaluasi model pengukuran (Outer Model)

Menurut [17] outer model atau model pengukuran yang menggambarkan hubungan-hubungan antara indikator dengan variabel latennya, yang dirancang untuk mengetahui sifat dari indikator masing-masing variabel laten tersebut. Evaluasi model pengukuran ini menggunakan uji reliabilitas. Rumus persamaan outer model diketahui sebagai berikut :

$$X = \hat{x} + \varepsilon$$

$$Y = \hat{y} + \varepsilon$$

x dan y adalah indikator variabel independen dan dependen ε dan η sedangkan \hat{x} dan \hat{y} adalah matrik loading yang menggambarkan koefisien regresi yang menghubungkan variabel laten dan indikatornya ε dan ε menggambarkan tingkat kesalahan dalam pengukuran.

Evaluasi model struktural (inner model)

[17] mendefinisikan inner model atau Model struktural yang menggambarkan hubungan kausalitas antar variabel laten yang dirancang berdasarkan rumusan masalah maupun hipotesis yang diajukan dalam penelitian. Pengujiannya dilakukan dengan menggunakan nilai R Square (R^2) dan koefisien path. Nilai R square untuk mengetahui tingkat signifikan antar konstruk dengan melihat nilai P (P values) yang dihasilkan dengan ketentuan model dikatakan berpengaruh apabila nilai $P < 0,05$. Semakin tinggi nilai R^2 maka menunjukkan semakin baik model prediksi dan model penelitian yang dilakukan. Rumus persamaan inner model adalah sebagai berikut :

$$\eta = \beta_0 + \beta_1 \eta + \varepsilon + \zeta$$

η = vektor variabel independen

ε = vektor variabel dependen

ζ = vektor residual (unexplained variance)

Pengujian Hipotesis

Kriteria yang ditentukan dari penerimaan atau penolakan hipotesis yang terdapat pada penelitian ini dapat ditentukan dengan cara menilai T-Statistic dan R-square. Dengan penjelasan nilai t-statistic (t-hitung) dibandingkan dengan nilai t-tabel sedangkan nilai t-statistic lebih besar daripada nilai t-tabel. Penentuan nilai dalam t-tabel menggunakan nilai signifikan 0,05 (two-tailed).

Menurut [17] menyatakan bahwa nilai inner model menunjukkan tingkat signifikansi dalam menguji hipotesis. Skor inner model ditunjukkan oleh t-statistic, nilainya harus di atas 1,96. Apabila nilai t-statistic 1,96 maka artinya berpengaruh. Untuk hipotesis dua ekor (two tailed), dan di atas 1,64 untuk hipotesis satu ekor (one tailed) untuk pengujian hipotesis pada alpha 5% dan power 80%.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Menilai Outer Model Atau Measurement Model

Model evaluasi outer model memiliki tujuan yaitu memprediksi sifat nonparametrik. Pengujian ini dievaluasi dengan melihat convergent validity, discriminant validity dan uji signifikansi. Pengujian ini dilakukan melalui proses perhitungan algoritma untuk mengevaluasi hubungan antara konstruk dengan indikatornya.

Outer model dinilai dengan cara melihat convergent validity (melihat besarnya loading factor untuk masing-masing konstruk). Convergent validity dari model pengukuran refleksi indikator dinilai berdasarkan korelasi antara score atau component score dengan konstruk score yang dihitung melalui aplikasi SmartPLS. Ukuran refleksi individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0.70 dengan konstruk yang diukur. Namun demikian untuk penelitian tahap awal dari pengembangan pengukuran loading factor 0.50 sampai 0.60 dianggap cukup [20].

Uji Validitas

Cronbach's Alpha	Rho_A	Composite Reliability	AVE
------------------	-------	-----------------------	-----

Efek Moderasi 1	1.000	1.000	1.000
Efek Moderasi 2	1.000	1.000	1.000
Efek Moderasi 3	1.000	1.000	1.000
Likuiditas	1.000	1.000	1.000
Pertumbuhan Laba	1.000	1.000	1.000
Pro fitabilitas	1.000	1.000	1.000
Tingkat Penjualan	1.000	1.000	1.000
Ukuran Perusahaan	1.000	1.000	1.000

Table 3. Uji Validitas

Berdasarkan tabel3 di atas dapat disimpulkan bahwa semua konstruk memenuhi kriteria reliable. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk semua konstruk diatas 0,50, sebagaimana kriteria yang direkomendasikan.

Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	Rho_A	Composite Reability
Efek Moderasi 1	1.000	1.000
Efek Moderasi 2	1.000	1.000
Efek Moderasi 3	1.000	1.000
Likuiditas	1.000	1.000
Pertumbuhan Laba	1.000	1.000
Profitabilitas	1.000	1.000

Tingkat Penjualan	1.000	1.000
Ukuran Perusahaan	1.000	1.000

Table 4. Uji Reliabilitas

Berdasarkan tabel4 menunjukkan bahwa Konstruk dinyatakan *reliable* jika memiliki nilai *composite reliability* di atas 0,70. Hasil output Smart PLS menunjukkan semua konstruk memiliki nilai *composite reliability* di atas 0,70. Jadi, dapat disimpulkan bahwa konstruk memiliki reliabilitas yang baik.

Pengujian Model Struktural (Inner Model)

Pengujian inner model atau model struktural dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk, nilai signifikansi dan R-square dari model penelitian. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen uji-t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Dalam menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat R-square untuk setiap variabel. Tabel 4 merupakan hasil estimasi R-square dengan menggunakan SmartPLS.

Tabel 5

Nilai R-Square

Nilai R Square sebesar 0.114 menunjukkan bahwa validitas konstruk pertumbuhan laba dapat dijelaskan oleh konstruk profitabilitas, likuiditas, tingkat penjualan, nilai interaksinya sebesar 11,4%.

Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil uji tingkat signifikan, maka untuk menjawab hipotesis pada penelitian ini diterima atau ditolak, dapat diketahui dari nilai uji T-Statistic dan P Value pada perhitungan Bootstrapping. Apabila pengujian T-Statistic > 1,96 dan nilai P-Value < 0,05, maka menunjukkan hasil bahwa hipotesis diterima. Namun apabila T-Statistic < 1,96 dan nilai P-Value > 0,05 maka hipotesis ditolak. Tabel hasil uji signifikan adalah sebagai berikut:

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
Efek Moderasi 1 -> Pertumbuhan Laba	0,012	0,013	0,498	0,024	0,981
Efek Moderasi 2 -> Pertumbuhan Laba	-0,139	-0,155	0,409	0,340	0,734
Efek Moderasi 3 -> Pertumbuhan Laba	0,014	-0,102	0,430	0,032	0,974
Likuiditas -> Pertumbuhan Laba	0,065	0,051	0,251	0,259	0,796
Profitabilitas -> Pertumbuhan Laba	-0,137	-0,163	0,271	0,505	0,614
Tingkat Penjualan -> Pertumbuhan Laba	0,275	0,305	0,173	1,592	0,112
Ukuran Perusahaan -> Pertumbuhan Laba	-0,025	-0,115	0,282	0,088	0,930

Table 5. Path Coefficients

Dalam PLS pengujian secara statistic setiap hubungan yang dihipotesiskan dilakukan dengan menggunakan simulasi. Dalam hal ini dilakukan metode *bootstrap* terhadap sampel. Pengujian dengan *bootstrap* juga dimaksudkan untuk meminimalkan masalah ketidak normalan data penelitian, hasil pengujian dengan *bootstrapping* dari analisis PLS adalah sebagai berikut:

Pengujian Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama diterima karena efek moderasi 1 (konstruk ukuran perusahaan pada profitabilitas terhadap pertumbuhan laba) menunjukkan hasil tidak signifikan dengan nilai T-Statistik < 1.96 yaitu 0.024 dan nilai P-Values > 0.05 yaitu sebesar 0.981, nilai Sampel asli 0.012 maka arah hubungan antar keduanya adalah positif. Kesimpulan dari hipotesis ini pada efek moderasi 1 merupakan jenis moderasi potensial (Homologiser Moderator) yang artinya variabel moderasi tidak berinteraksi dengan variabel independen dan tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel dependen [22].

Pengujian Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua diterima karena efek moderasi 2 (konstruk ukuran perusahaan pada likuiditas terhadap pertumbuhan laba) menunjukkan hasil tidak signifikan dengan nilai T-Statistik < 1.96 yaitu 0.340 dan nilai P-Values > 0.05 yaitu sebesar 0.734, nilai Sampel asli -0.139 maka arah hubungan antar keduanya adalah negatif. Kesimpulan dari hipotesis ini pada efek moderasi 2 merupakan jenis moderasi potensial (Homologiser Moderator) yang artinya variabel moderasi tidak berinteraksi dengan variabel independen dan tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel dependen [22].

Pengujian Hipotesis Ketiga

Hipotesis ketiga diterima karena efek moderasi 3 (konstruk ukuran perusahaan pada tingkat penjualan terhadap pertumbuhan laba) menunjukkan hasil tidak signifikan dengan nilai T-Statistik < 1.96 yaitu 0.032 dan nilai P-Values > 0.05 yaitu sebesar 0.974, nilai Sampel asli 0.014 maka arah hubungan antar keduanya adalah positif. Kesimpulan dari hipotesis ini pada efek moderasi 3 merupakan jenis moderasi potensial (Homologiser Moderator) yang artinya variabel moderasi tidak berinteraksi dengan variabel independen dan tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel dependen [22].

Pembahasan

Pengaruh Ukuran Perusahaan Memoderasi Profitabilitas Terhadap Pertumbuhan Laba

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa uji hubungan antar konstruk menunjukkan bahwa konstruk efek moderasi 1 (konstruk interaksi antara profitabilitas dan ukuran perusahaan) mampu mempengaruhi pertumbuhan laba dengan signifikan pada 5% (T hitung 0.024 < 1.96) nilai P value sebesar 0.981 sehingga P value > 0.05 dengan demikian bahwa profitabilitas dan pertumbuhan laba mampu dipengaruhi ukuran perusahaan. Hal ini membuktikan bahwa efek moderasi 1 tergolong jenis homologiser moderator (variabel moderasi potensial). Variabel moderasi potensial merupakan variabel yang potensial menjadi variabel moderasi yang mempengaruhi kekuatan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Variabel ini tidak berinteraksi dengan variabel independen dan tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel dependen. Sehingga hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa efek moderasi 1 sebagai variabel potensial, artinya ukuran perusahaan tidak berinteraksi dengan variabel independen dan tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel dependen [23].

Pengaruh Ukuran Perusahaan Memoderasi Likuiditas Terhadap Pertumbuhan Laba

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa uji hubungan antar konstruk menunjukkan bahwa konstruk efek moderasi 2 (konstruk interaksi antara likuiditas dan ukuran perusahaan) mampu mempengaruhi pertumbuhan laba dengan signifikan pada 5% (T hitung 0.340 < 1.96) nilai P value sebesar 0.734 sehingga P value > 0.05 dengan demikian bahwa likuiditas dan pertumbuhan laba mampu dipengaruhi ukuran perusahaan. Hal ini membuktikan bahwa efek moderasi 2 tergolong jenis homologiser moderator (variabel moderasi potensial). Variabel moderasi potensial merupakan variabel yang potensial menjadi variabel moderasi yang mempengaruhi kekuatan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Variabel ini tidak berinteraksi dengan variabel independen dan tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel dependen. Sehingga hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa efek moderasi 2 sebagai variabel potensial, artinya ukuran perusahaan tidak berinteraksi dengan variabel independen dan tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel dependen [23].

Pengaruh Ukuran Perusahaan Memoderasi Tingkat Penjualan Terhadap Pertumbuhan Laba

Dari tabel 4.6 dapat diketahui bahwa uji hubungan antar konstruk menunjukkan bahwa konstruk efek moderasi 3 (konstruk interaksi antara tingkat penjualan dan ukuran perusahaan) mampu mempengaruhi pertumbuhan laba dengan signifikan pada 5% (T hitung 0.032 < 1.96) nilai P value sebesar 0.974 sehingga P value > 0.05 dengan demikian bahwa tingkat penjualan dan pertumbuhan laba mampu dipengaruhi ukuran perusahaan. Hal ini membuktikan bahwa efek moderasi 3 tergolong jenis homologiser moderator (variabel moderasi potensial).

Variabel moderasi potensial merupakan variabel yang potensial menjadi variabel moderasi yang mempengaruhi kekuatan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Variabel ini tidak berinteraksi dengan variabel independen dan tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel dependen. Sehingga hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa efek moderasi 3 sebagai variabel potensial, artinya ukuran perusahaan tidak berinteraksi dengan variabel independen dan tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel dependen [23].

Berdasarkan tabel diatas bahwasannya variabel ukuran perusahaan merupakan jenis homologiser moderator (variabel moderasi potensial), yang mampu memoderasi hubungan antara profitabilitas, likuiditas dan tingkat penjualan dengan pertumbuhan laba pada perusahaan manufaktur sektor konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018. Hasil dari profitabilitas, likuiditas dan tingkat penjualan menunjukkan tingkatan signifikansi yang lebih besar dari > 0.05 sehingga menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh sebagai variabel moderasi.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu [4] yang menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan tidak dapat menjadi variabel moderasi antara kinerja keuangan, tingkat penjualan dan pertumbuhan laba. Tetapi jika kita melihat teori-teori yang relevan, maka ukuran perusahaan merupakan hal yang penting bagi sebuah company, menurut [24] ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total asset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain. Kemudian ukuran perusahaan menurut [25] adalah: Ukuran organisasi adalah menentukan jumlah anggota yang berhubungan dengan pemilihan cara pengendalian kegiatan dalam usaha mencapai tujuan.

Kesimpulan

Simpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah dijabarkan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa:

1. Hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan bahwa tingkat penjualan tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. ukuran perusahaan memperlemah hubungan profitabilitas, likuiditas dan tingkat penjualan terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan sektor konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periodetahun 2016-2018. Variabel pada penelitian ini termasuk variable potensial moderasi karena variable moderasi tidak berinteraksi dengan variable independen dan tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan variable dependen.

Saran

Penelitian ini tentu masih belum sempurna dan masih perlu ad anya pengembangan materi. Maka dengan ini peneliti memiliki saran yaitu :

Bagi Perusahaan

Bagi sektor konsumsi dapat mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan laba lainnya diluar profitabilitas, likuiditas dan tingkat penjualan yang terbukti tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba dan dapat dijadikan sebagai bahan masukan untuk menentukan alternative lain yang tepat bagi pertumbuhan laba.

Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Penelitian selanjutnya lebih baik menggunakan variabel pertumbuhan laba sebagai varaibel independen.
2. Peneliti juga bisa menambah variabel yang lain seperti struktur aset, stabilitas penjualan, leverage operasi, struktur modal, pajak, dan risiko bisnis.
3. Perusahaan yang digunakan sebagai sampel masih terbatas pada perusahaan sektor Konsumsi sehingga pada penelitian selanjutnya diharapkan memperluas sampel dan menambah periode penelitian perusahaan agar lebih tergeneralisasi.

Peneliti menyarankan agar para inversor dapat melihat kondisi perusahaan melalui pertumbuhan labanya sebagai bahan pertimbangan investor untuk berinvestasi pada perusahaan yang mempunyai pertumbuhan laba yang ideal.

References

1. Rahardjo. 2007. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Financial Leverage, Klasifikasi Kap Dan Likuiditas Terhadap Pertumbuhan Laba." *Diponegoro Journal of Accounting*.
2. Kasmir. 2014. Analisis laporan keuangan. Edisi pertama. PT. Rajagrafindo Persada.
3. Takarini, Nurjanti, and Erni Ekawati. 2003. Analisis Rasio Keuangan Dalam Memprediksi Perubahan Laba Pada Perusahaan Manufaktur Di Pasar Modal Indonesia". *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*.
4. Agustina, R. (2016). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Laba Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 6(1), 85-101.
5. Ikatan Akuntan Indonesia. 2016. "Standar Akuntansi Keuangan- IAI Global." IAI Global.
6. I Made Sukarta. 2003. "Ethnic and Cultural Diversity by Country." *Journal of Economic Growth*.
7. Agustina, R. (2016). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Laba Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 6(1), 85-101.
8. Weston, dan Copeland. 2008. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi ke 1. Erlangga.
9. Simamora, Meilanny. 2018. "Analysis of Financial Ratio of Growth Profit with Company Size as a Variable Moderating in Companies Consumer Goods Who Are Registered in Indonesia Stock Exchange." *Journal of Public Budgeting, Accounting and Finance*.
10. Sugiyono, Prof.Dr. 2017. *Metode penelitian bisnis*. Diedit oleh M.Si. Sofiya yustiyani suryandari, S.E., Alfabeta, Bandung. www.cvalfabeta.com.
11. Kasmir. 2016. Analisis laporan keuangan. Edisi pertama. PT. Rajagrafindo Persada.
12. Harahap. 2009. Pengaruh Profitabilitas dan Tingkat penjualan Terhadap Pertumbuhan Laba PT. UNILEVER TBK.
13. Kusuma, dan Roekhuudin. 2008. Pengaruh Tangibility , Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Keuangan. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, vol. 10. No. 1, hal. 13-22.
14. Rusmanto, Toto. 2011. "The Effects of Clients' Characteristics on Auditor Independence: A Perceptual Study." *International Journal of Economics and Financial Issues*.
15. Rodoni, Herni. 2010. "Pengaruh Board Size, Leverage, Dan Kualitas Audit Terhadap Nilai Perusahaan." *Jurnal Keuangan dan Perbankan*.
16. Arikunto, S. 2002. *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. PT. Rineka Cipta.
17. Sartono. (2010). *Manajemen Keuangan Teori Dan Aplikasi*. Cetakan Keempat. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
18. Salmah, Ninin Non Ayu, and Sri Ermeila. 2019. "Determinan Pertumbuhan Laba Perusahaan Perdagangan Eceran Berdasarkan Rasio Keuangan Di Bursa Efek Indonesia." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya* 16(2): 122-31.
19. Mahfud Sholihin, Ph dan Dr Ratmono, Dwi. 2013. Analisis SEM-PLS dengan Wrap PLS 3.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis". Andi Offset.
20. Kusnandar, Deasy Lestary. 2017. "Pengaruh Green Marketing Terhadap Pengembalian Keputusan Dengan Gender Sebagai Variabel Moderasi." *Jurnal Performance* 24(1): 13.
21. Handayati, Ratna. 2016. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Konsumen Di Pong-Pong Cafe Lamongan." *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi* 1(3): 171-80.
22. Bryan, and Eddy Haryadi. 2018. "Analisis Pengaruh Variabel Moderasi Switching Costs Terhadap Hubungan Service Performance Dan Customer Loyalty Member Celebrity Jakarta." *Jurnal Manajemen* 15(1): 52-71.
23. Sharma, Subhash, Richard M Durand, and Obed Gur-Arie. 1981. "Identification and Analysis of Moderator Variables Vol. XVIII (August 1981), 291-300 ." *Marketing Research XVIII*: 291-300.
24. Brigham, Eugene F., and Joel F. Houston. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan : Assetials Of Financial Management*. Salemba Empat.
25. Sunaryo, B. A., & Mahfud, H. M. K. (2016). Pengaruh Size, Profitabilitas, Leverage Dan Umur Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di BEI TAHUN 2010 - 2013). *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 1-14.