



Journal Economic Insights

Journal homepage: <https://jei.uniss.ac.id/>
ISSN Online : 2685-2446

Determinan Profitabilitas Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* di Indonesia

Rizki Ridhasyah

Universitas Selamat Sri
ridhasyahrizki@gmail.com

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Diterima pada 25 Januari
2023
Disetujui pada 27 Januari
2023
Dipublikasikan pada 31
Januari 2023

Kata Kunci:

Profitabilitas,
Likuiditas,
Leverage,
Pertumbuhan Penjualan.

ABSTRAK

Riset ini bertujuan untuk menguji pengaruh likuiditas, *leverage*, dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Jumlah perusahaan manufaktur yang dijadikan sampel penelitian ini sebanyak 44 perusahaan dengan periode pengamatan selama 3 tahun (2019-2021). Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap positif profitabilitas, *leverage* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas, sedangkan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

PENDAHULUAN

Hadirnya suatu perusahaan berimplikasi bagi perekonomian negara (Puspa Permata & Ghoni, 2019). Perusahaan sangat identik dengan tujuan jangka panjang berupa peningkatan kekayaan organisasi serta pembagian keuntungan kepada *stakeholder* (Jatmiko, 2017). Perusahaan juga dituntut untuk mampu meningkatkan kinerjanya dalam upaya mencapai tujuan dan keberlangsungan usaha demi bertahan dalam bisnis (Apriyanti, 2020). Persaingan usaha akan menjadi tantangan yang cukup besar sehingga para pelaku usaha dituntut untuk mampu menghadapi keadaan tersebut. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk mampu beradaptasi dengan ketidakpastian ekonomi dan persaingan bisnis di masa depan. Selain itu, perusahaan juga diharapkan mampu mengelola keuangannya menggunakan cara yang tepat dengan tujuan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan (Mulyanti, 2017).

Namun pandemi Covid-19 yang sudah melewati tahun ketiga memberi dampak cukup besar bagi sektor ekonomi di Indonesia (Fahriska & Roy, 2020) tidak terkecuali

untuk perusahaan *consumer non cyclicals*. Hal ini dipicu karena melemahnya daya beli masyarakat akibat pendapatan menurun. Kegiatan ekonomi berupa kebijakan ekspor dan transaksi dalam ekonomi dunia juga ikut menurun. Selain itu, adanya kebijakan terkait bekerja dari rumah (*work from home*), pembatasan sosial dengan skala besar, aturan patuh terhadap protokol kesehatan. Aturan tersebut berdampak pada kurangnya mobilitas manusia termasuk transaksi barang dan jasa yang menimbulkan lemahnya kegiatan ekonomi di berbagai sektor (Prasetya, 2021). Banyak perusahaan di seluruh dunia termasuk di Indonesia mengalami penurunan performa dan keadaan keuangan mereka mengalami masalah akibat efek datangnya pandemi covid-19 (Imron dkk., 2022).

Performa atau kinerja keuangan merupakan suatu hasil analisis terhadap pengelolaan keuangan suatu perusahaan, dengan tujuan memberi kesimpulan bahwa keadaan keuangan dapat dikatakan baik atau buruk (Darwis dkk., 2022). Performa perusahaan yang meningkat dapat diukur salah satunya dengan menggunakan profitabilitas. Rasio tersebut sangat sering digunakan oleh berbagai pihak dengan tujuan untuk menilai kemampuan entitas dalam memperoleh keuntungan (Kasmir, 2019). Profitabilitas akan memberikan informasi berupa gambaran kemampuan perusahaan dalam menciptakan profit dengan menggunakan modal yang mereka miliki secara optimal (Dewi, 2015). Profitabilitas juga memiliki peran yang sangat penting guna menilai kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan, yang akan memengaruhi berbagai tindakan pemangku kepentingan termasuk tindakan para investor ketika keputusan investasi dilakukan.

Riset ini berfokus pada analisis determinan profitabilitas pada perusahaan barang konsumen primer atau juga dikenal dengan istilah *consumer non cyclicals*. Perusahaan pada sektor ini melakukan produksi atau distribusi barang dan jasa yang memiliki ciri anti-siklis atau barang primer/dasar sehingga permintaannya tidak dipengaruhi pertumbuhan ekonomi (Dwicahyani dkk., 2022). Istilah mengenai *non cyclicals* bermakna bahwa jika terjadi kondisi ekonomi berupa resesi, maka kebutuhan jenis ini tetap tidak bisa dihilangkan dari penggunaan sehari-hari. Perusahaan sektor barang konsumen primer yaitu seperti toko obat-obatan, supermarket, produsen minuman, ritel barang primer, makanan kemasan, penjual produk pertanian, barang keperluan rumah tangga, produsen rokok, hingga barang perawatan pribadi (I. A. G. Nugroho & Munari, 2021). Penelitian ini memilih *consumer non cyclicals* karena secara konsep seharusnya tidak terpengaruh kondisi covid-19 sehingga fenomena mengenai covid tidak menimbulkan bias penelitian.

Perusahaan *consumer non cyclicals* mengalami naik-turun profitabilitas pada rentang waktu 2019-2021. Masalah ini timbul oleh banyak kemungkinan, selain covid-19 terdapat banyak faktor yang memengaruhi profitabilitas perusahaan pada sektor ini. Berikut ini beberapa rangkuman informasi profitabilitas pada beberapa perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang ada di Indonesia:

Tabel 1. Profitabilitas pada Beberapa Perusahaan
Consumer Non-Cyclicals di Indonesia

No	Kode Emiten	Profitabilitas		
		2019	2020	2021
1	AMRT	4,07%	6,03%	6,92%
2	CAMP	7,09%	4,11%	8,92%
3	DMND	6,43%	4,73%	5,77%
4	EPMT	6,72%	7,60%	8,75%
Rata-Rata Profitabilitas		6,07%	5,61%	7,59%

Sumber : *www.idx.co.id* (data yang diolah, 2022)

Tabel 1 di atas memberikan informasi bahwa rata-rata nilai profitabilitas pada keempat perusahaan mengalami penurunan pada tahun 2020, namun kembali meningkat pada tahun 2021. Nilai kenaikan tersebut bahkan melebihi tahun 2019. Fluktuasi profitabilitas perusahaan *consumer non cyclicals* dapat disebabkan oleh beberapa faktor di antaranya likuiditas perusahaan, *leverage*, dan pertumbuhan penjualan perusahaan. Ketiga faktor tersebut dapat memengaruhi dengan cara yang berbeda namun dapat meningkatkan atau bahkan dapat menurunkan tingkat profitabilitas secara bersamaan, sehingga berdampak pada penilaian terhadap perusahaan dari sisi kinerja keuangannya.

Secara umum performa perusahaan dapat diukur melalui laporan keuangan dan analisis laporan tersebut dapat memberikan penilaian sebagai suatu sumber informasi pengambilan keputusan. Informasi tersebut juga dapat memberikan sinyal kepada salah satu *stakeholder* yaitu investor untuk mempertimbangkan eksekusi pengambilan keputusan investasi. *Signalling Theory* yang dikemukakan (Brigham & Houston, 2006) memiliki makna bahwa sinyal tersebut adalah simbol yang ditujukan kepada para *shareholder* untuk mengetahui tindakan dan eksekusi manajemen memandang prospek perusahaan di masa depan. Teori ini juga berasumsi bahwa perusahaan akan terdorong untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal yang menjadi bagian pemangku kepentingan agar akses bertukar informasi pihak manajemen dan para *stakeholder*-nya tidak terjadi asimetri. Hal tersebut juga dapat dikaitkan dengan kemampuan perusahaan menginformasikan profitabilitas yang mereka miliki termasuk

hal-hal yang memengaruhinya baik secara ekstrinsik maupun intrinsik.

Salah satu faktor yang memengaruhi profitabilitas menurut Pitoyo & Lestari (2018) salah satunya adalah likuiditas. Kemampuan dari suatu perusahaan untuk melakukan pelunasan utang jangka pendek ketika telah berada pada saat jatuh tempo disebut likuiditas. Likuiditas juga mengacu pada posisi keuangan entitas bisnis ketika mampu membayar tagihan yang mereka miliki (Gitman *et al.*, 2015). Keseluruhan bisnis baik skala besar, menengah maupun kecil membutuhkan pengelolaan likuiditas karena kemampuan perusahaan dalam mengumpulkan dana likuid dari pelanggan dan disaat yang sama membayar utang tepat waktu merupakan cerminan pengelolaan likuiditas yang baik (Uyar, 2009). Efek buruk yang ditimbulkan oleh perusahaan ketika tidak mampu mengelola likuiditas dengan baik adalah kebangkrutan (Raheman & Nasr, 2007).

Alicia dkk., (2017) mengungkapkan bahwa likuiditas dan profitabilitas saling berhubungan, karena jika entitas bisnis mampu memenuhi utang jangka pendek yang mereka miliki menggunakan *current assets*, maka sangat wajar jika perusahaan mempunyai dana *available* yang cukup untuk membayar kewajiban mereka pada kreditur sehingga keuntungan yang mereka dapatkan jauh lebih besar. Wahyuni & Suryakusuma (2018) menjelaskan bahwa semakin tinggi likuiditas perusahaan dapat memberikan gambaran bahwa suatu entitas bisnis berpotensi mampu memenuhi seluruh kewajiban jangka pendek mereka. Kemampuan tersebut selanjutnya akan memberikan sinyal yang positif yang bermakna bahwa keadaan entitas cukup stabil dan berpeluang cukup baik dalam menghasilkan profit maksimal. Vidyasari dkk., (2021) juga mengungkapkan bahwa semakin tinggi rasio likuiditas maka tidak hanya semakin kecil risiko kegagalan kewajiban jangka pendek perusahaan, namun juga mengurangi risiko yang ditanggung para *shareholder*. Jika entitas bisnis mampu memanfaatkan kelebihan dana tersebut sementara waktu dalam bentuk investasi jangka pendek, maka akan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Sehingga penelitian ini merumuskan hipotesis pertama:

$H_1 =$ Likuiditas berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan

Selanjutnya faktor yang memengaruhi profitabilitas adalah *leverage* atau solvabilitas. *Leverage* mencerminkan tingkat kemampuan entitas bisnis dalam menggunakan dana mereka yang mengandung unsur *fixed cost* (berupa hutang atau saham istimewa) demi mencapai tujuan perusahaan untuk memaksimalkan kekayaan para *shareholder* (Gunde dkk., 2017). (Sartono, 2008) juga berpendapat bahwa *leverage* adalah rasio yang menggambarkan bahwa entitas menggunakan sumber dana

(*source of funds*) yang memiliki biaya tetap (beban tetap) dengan tujuan agar keuntungan potensial para pemegang saham dapat ditingkatkan.

Leverage mampu memengaruhi profitabilitas karena perusahaan yang memiliki hutang dan beban tetap yang rendah akan mampu melakukan eksekusi pengembalian yang tinggi kepada *stakeholder*, begitupun sebaliknya pendanaan dari hutang yang besar akan mampu menurunkan tingkat keuntungan (Nuraini & Suwaidi, 2022). Perusahaan dengan tingkat penggunaan utang yang relatif sedikit akan memiliki kemampuan yang cukup baik dalam mengelola tingkat pengembalian atas investasi, sehingga mereka juga dapat melakukan sebagian besar pendanaan untuk kepentingan internal mereka (Kusumadewi, 2022). Berdasarkan beberapa rujukan pendapat tersebut maka penelitian ini merumuskan hipotesis berikutnya yaitu:

H₂ = Leverage berpengaruh negatif terhadap profitabilitas perusahaan

Selanjutnya faktor lain yang dianggap dapat memengaruhi profitabilitas adalah pertumbuhan penjualan. Swastha & Handoko (2000) mengungkapkan bahwa pertumbuhan penjualan atau *sales growth* adalah indikator yang mencerminkan respon positif pasar atas penjualan produk dan jasa perusahaan tersebut, karena nilai pendapatan atau penjualan yang dihasilkan pada setiap periode akan digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhannya. Perusahaan akan mampu melakukan prediksi seberapa besar profit yang mereka dapatkan ketika mengetahui seberapa besar pertumbuhan penjualannya (E. Nugroho & Pangestuti, 2011). Penjualan juga diharapkan mampu menutupi biaya sehingga dapat meningkatkan profit (Brigham & Houston, 2006).

Pagano & Schivardi (2003) mengungkapkan bahwa pertumbuhan penjualan dapat berefek strategis bagi perusahaan karena dengan tumbuhnya penjualan maka berdampak pada naiknya nilai profit mereka sekaligus meningkatkan *market share*. Semakin tinggi pertumbuhan penjualan akan mendorong perusahaan semakin baik dalam mengelola aktivitas operasinya sehingga perusahaan akan mencapai profit yang maksimal (Anindita & Elmanizar, 2019). Berdasarkan beberapa argumentasi yang telah diuraikan, maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H₃ = Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif yang mengidentifikasi *causal effect* (hubungan sebab akibat antara variabel X dan Y) (Ghozali, 2016). Jenis data sekunder dengan tipe data panel digunakan pada penelitian ini. Populasi yang diteliti dalam riset ini adalah perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dengan *purposive sampling* dipakai dalam teknik pengambilan sampel. Periode penelitian yang dipilih adalah periode 2019-2021.

Jumlah perusahaan yang menjadi bagian populasi pada riset ini adalah sebanyak 78 perusahaan, sedangkan sampel yang diperoleh sebanyak 44 perusahaan. Eliminasi sebanyak 34 perusahaan disebabkan oleh kriteria yang tidak terpenuhi saat proses pemilihan sampel dilakukan, sehingga total observasi yang diteliti adalah sebanyak 132

Tabel 2. Kriteria Pemilihan Sampel

No	Kriteria Pemilihan Sampel	Jumlah
1.	Perusahaan barang konsumen primer yang terdaftar di BEI periode 2019-2021	78
2.	Perusahaan barang konsumen primer yang tidak menerbitkan laporan keuangan di BEI periode 2019-2021	(5)
3.	Perusahaan Perusahaan barang konsumen primer yang tidak memperoleh laba selama periode 2019-2021	(29)
Jumlah sampel		44
Jumlah observasi (44 x 3 tahun)		132

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam metode analisis data pada penelitian ini dengan berbagai teknik analisis yaitu analisis deskriptif, uji model koefisien determinasi dan uji parsial. Berdasarkan pada uji hipotesis dapat dirumuskan model regresi pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} + \varepsilon$$

Tabel 3. Deskripsi Variabel berdasarkan sumber menurut (Kasmir, 2019)

No	Variabel	Indikator
1.	Profitabilitas (ROA)	$\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$
2.	Likuiditas (CR)	$\frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$
3.	<i>Leverage</i> (DAR)	$\frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}}$
4.	Pertumbuhan Penjualan (<i>Sales Growth</i>)	$\frac{\text{Penjualan } t - \text{Penjualan } t-1}{\text{Penjualan } t-1}$

Hasil Uji Data

Analisis Deskriptif

Berdasarkan informasi tabel 4 dibawah ini didapatkan informasi bahwa rata-rata nilai profitabilitas lebih besar dari median $0.082 > 0.042$ yang berarti bahwa jumlah observasi pada perusahaan *consumer non cyclicals* mayoritas memiliki profitabilitas yang tinggi, sama halnya dengan variabel likuiditas $2.082 > 1.656$, variabel pertumbuhan penjualan $0.097 > 0.053$ sehingga memberikan prediksi bahwa likuiditas dan pertumbuhan penjualan juga akan meningkatkan profitabilitas begitupun sebaliknya. Sebaliknya nilai mean *leverage* lebih kecil daripada mediannya $0.013 < 0.031$ sehingga prediksi mengenai hubungan antara *leverage* dan profitabilitas menjadi tidak searah. Namun deskripsi informasi analisis deskriptif di atas selanjutnya harus diuji menggunakan uji parsial (t) untuk memberikan informasi yang valid.

Tabel 4. Analisis Deskriptif

Variabel	Minimum	Maximum	Mean	Median	Std. Deviation
Profitabilitas	0.000	0.206	0.082	0.042	.0526669
Likuiditas	0.639	3.830	2.082	1.656	.6773907
Leverage	0.224	0.700	0.013	0.031	.1290140
Pertumbuhan Penjualan	-0.290	0.504	0.097	0.053	.1637885

(output statistik, diolah oleh penulis)

Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5 dibawah ini memberikan informasi bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) atau *Adjusted R square* pada model penelitian adalah senilai 0,244. Sehingga model riset menunjukkan bahwa likuiditas, *leverage*, serta pertumbuhan penjualan

dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu profitabilitas sebesar 0,244 atau sebesar 24,4%. Maka sebanyak 75,6% sangat mungkin dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 5
Uji Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.389 ^a	.214	.203	.0431921

Sumber: Output SPSS 26 (Hasil olah data sekunder, 2022)

Hasil Uji Secara Parsial (t)

Tabel 6
Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	0.065	0.042			1.535	0.129
Likuiditas	0.028	0.011	0.358		2.584	0.012
<i>Leverage</i>	-0.117	0.049	-0.287		-2.395	0.019
Pertumbuhan Penjualan	0.032	0.032	0.099		0.989	0.326

Sumber: Output SPSS 26 (Hasil olah data sekunder, 2022)

Dari tabel 6 hasil dari regresi berganda dapat dianalisis sebagai berikut:

$$Y_{it} = 0,065 + 0,028(X_1)_{it} - 0,117(X_2)_{it} + 0,032(X_3)_{it} + \varepsilon$$

Berdasarkan informasi tabel sebelumnya dan hasil analisis regresi linier berganda dapat diketahui bahwa pada variabel likuiditas dengan (t -hitung > t -tabel) nilai t -hitung sebesar 2,584 lebih besar dari nilai t -tabel sebesar 1,99346 dan nilai signifikansi sebesar $0,012 < 0,05$. Sehingga secara parsial dapat disimpulkan bahwa variabel likuiditas berpengaruh positif terhadap profitabilitas (Hipotesis H₁ diterima).

Pengujian berikutnya telah dilakukan untuk mengetahui hasil uji hipotesis kedua bahwa pada variabel *leverage* dengan (t -hitung < t -tabel) yaitu nilai t -hitung sebesar -2,395 lebih kecil nilai t -tabel sebesar 1,99346 dan nilai signifikansi yang diperoleh setelah hasil olah data adalah sebesar $0,019 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan secara parsial bahwa variabel *leverage* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas (Hipotesis H₂ diterima).

Sedangkan pada hasil uji yang terakhir pada hipotesis ketiga dapat diketahui bahwa pada variabel pertumbuhan penjualan dengan ($t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$) nilai $t\text{-hitung}$ sebesar 0,989 kurang dari nilai $t\text{-tabel}$ sebesar 1,99346 dan nilai signifikansi yang diperoleh adalah sebesar $0,326 > 0,05$. Maka secara parsial variabel pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas (Hipotesis H_3 ditolak).

PEMBAHASAN

Pengaruh Likuiditas Terhadap Profitabilitas

Hasil analisis secara parsial pada bagian sebelumnya menunjukkan nilai koefisien likuiditas sebesar 2,584 dan nilai signifikansi sebesar 0,012. Hal ini bermakna likuiditas secara parsial berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Hasil tersebut menunjukkan apabila tingkat rasio likuiditas meningkat maka akan menaikkan profitabilitas entitas. Likuiditas dapat memengaruhi profitabilitas secara searah karena jika perusahaan dianggap baik dari sisi likuiditas artinya perusahaan mampu untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya. Apabila entitas tersebut berhasil memaksimalkan tingkat likuiditasnya maka secara searah akan meningkatkan profitabilitas. Perusahaan yang likuid akan memberikan kesan yang baik oleh para kreditur sehingga kreditur tidak ragu dalam memberikan pinjaman, juga kepada para investor sehingga mereka yakin untuk menginvestasikan dananya kepada perusahaan. Dana yang bersumber dari kedua pihak tersebut dapat digunakan untuk kepentingan perusahaan dalam hal operasional bisnis sehingga mampu menunjang profitabilitas yang ditargetkan.

Pengaruh *Leverage* Terhadap Profitabilitas

Hasil pada nilai koefisien *leverage* sebesar -2,395 menunjukkan nilai negatif dan signifikansi dengan nilai 0,019 berdasarkan hasil uji hipotesis sebelumnya yang menunjukkan bahwa *leverage* secara parsial berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. Dengan demikian terbukti bahwa perusahaan yang memiliki nilai *leverage* yang meningkat maka disaat yang sama akan mengalami penurunan dalam perolehan profit. Rasio *leverage* yang tinggi ini sangat mungkin menunjukkan indikasi bahwa beban bunga utang perusahaan juga beresiko semakin tinggi. Akibat yang ditimbulkan berikutnya setelah beban yang cukup besar adalah berkurangnya tingkat profitabilitas. Beban bunga tersebut akan menjadi pengurang pendapatan dan berefek pada menurunnya tingkat keuntungan perusahaan. Sebaliknya jika *leverage* menunjukkan nilai yang rendah, maka risiko perusahaan gagal melunasi utangnya akan semakin kecil, sehingga perusahaan mampu memaksimalkan keuntungan yang ditargetkan.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas

Pertumbuhan penjualan walaupun mencatatkan nilai koefisien positif 0,989, namun memiliki pada tingkat signifikansi mencatatkan nilai sebesar 0,326 yang menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan secara parsial tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Hasil yang berbeda mungkin dapat terjadi terutama karena adanya ketidakstabilan pada perolehan pendapatan entitas yang menjadi objek teliti. Keadaan ini mengakibatkan keuntungan yang diperoleh perusahaan juga tidak menentu dan gagal bertumbuh tiap periodenya. Pertumbuhan penjualan juga dianggap tidak menjadi faktor penentu perolehan keuntungan yang besar. Meskipun pertumbuhan penjualan bisa saja semakin meningkat setiap tahun, namun jika seiringnya diikuti dengan meningkatnya biaya kebutuhan operasional dan biaya penyusutan atas aset tetap, maka profitabilitas yang maksimal juga akan gagal diperoleh perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan diharapkan mampu mengelola, mengurangi (efisiensi), dan bahkan mengalihkan biaya-biaya yang tidak terlalu dibutuhkan oleh perusahaan agar tidak terjadi peningkatan pengeluaran.

KESIMPULAN

Berikut ini beberapa kesimpulan yang dapat dirangkum berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan pada bagian sebelumnya:

1. Likuiditas pada entitas sektor *consumer non-cyclicals* periode 2019-2021 memberikan pengaruh positif terhadap profitabilitas
2. *Leverage* pada entitas sektor *consumer non-cyclicals* periode 2019-2021 dapat memberikan pengaruh negatif terhadap profitabilitas
3. Pertumbuhan penjualan pada entitas sektor *consumer non-cyclicals* 2019-2021 tidak memengaruhi profitabilitas pada perusahaan.

SARAN

1. Objek penelitian pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* belum dapat digeneralisasi dengan maksimal sehingga, riset berikutnya dapat memperluas objek teliti pada sektor-sektor lain, sehingga dapat menggambarkan hasil penelitian terkait faktor yang mempengaruhi profitabilitas secara umum.
2. Menambahkan variabel independen lain yang dianggap mampu menjadi faktor yang memengaruhi profitabilitas seperti perputaran total aset. Variabel ini menggambarkan tingkat ukuran efektifitas perusahaan dalam menggunakan aset untuk mencapai keuntungan, sehingga dapat menggambarkan hasil penelitian yang lebih beragam.
3. Menambahkan periode pengamatan pada riset berikutnya untuk mengurangi bias penelitian dari sisi *time-series*

DAFTAR PUSTAKA

- Alicia, D. D., Situmorang, M., & Alipudin, A. (2017). Pengaruh Likuiditas terhadap Profitabilitas pada perusahaan sub sektor semen yang terdaftar di bursa Efek Indonesia periode 2011-2015. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Akuntansi*, 4(2).
- Anindita, V., & Elmanizar, E. (2019). Pengaruh Perputaran Modal Kerja, Likuiditas dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas. *Majalah Sainstekes*, 6(2).
- Apriyanti, M. E. (2020). Percaya Diri Dan Berpikir Strategis Untuk Menghadapi Ketatnya Persaingan Bisnis. *Jurnal USAHA*, 1(2), 26–40.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2006). *Dasar-dasar manajemen keuangan*.
- Darwis, D., Meylinda, M., & Suaidah, S. (2022). Pengukuran Kinerja Laporan Keuangan Menggunakan Analisis Rasio Profitabilitas Pada Perusahaan Go Public. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Akuntansi*, 2(1), 19–27.
- Dety Mulyanti, D. R., & Pd, M. (2017). *Manajemen Keuangan Perusahaan*
- Dewi, L. K. (2015). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Industri Makanan Dan Minuman Di Bursa Efek Indonesia. *Katalogis*, 3(8).
- Dwicahyani, D., van Rate, P., & Jan, A. B. H. (2022). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Perusahaan Consumer Non-Cyclicals. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 275–286.
- Fahrika, A. I., & Roy, J. (2020). Dampak pandemi covid 19 terhadap perkembangan makro ekonomi di indonesia dan respon kebijakan yang ditempuh. *Inovasi*, 16(2), 206–213.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2016). *Desain penelitian kuantitatif dan kualitatif untuk akuntansi, bisnis, dan ilmu sosial lainnya*. Semarang: Yoga Pratama.
- Gitman, L. J., Juchau, R., & Flanagan, J. (2015). *Principles of managerial finance*. Pearson Higher Education AU.
- Gunde, Y. M., Murni, S., & Rogi, M. H. (2017). Analisis Pengaruh Leverage Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Sub Industri Food and Beverages Yang Terdaftar Di Bei (Periode 2012-2015). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(3).
- Imron, H. R., Maksudi, A. M., Zabidi, I., Hendra, L., & Suryono, D. W. (2022). Prediksi Financial Distress Perusahaan Sektor Industri Consumer Cyclical.

- Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 19(02), 63–77.
- Jatmiko, D. P. (2017). Pengantar Manajemen Keuangan. *Yogyakarta: Diandra Kreatif*.
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan* (Edisi Revisi). PT Raja Grafindo Persada.
- Kusumadewi, N. (2022). Pengaruh Leverage, Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas: Perusahaan Industri Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017–2019. *J-Aksi: Jurnal Akuntansi Dan Sistem Informasi*, 3(2), 244–252.
- Nugroho, E., & Pangestuti, I. R. D. (2011). Analisis pengaruh likuiditas, pertumbuhan penjualan, perputaran modal kerja, ukuran perusahaan dan leverage terhadap profitabilitas perusahaan. *Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro. Semarang*.
- Nugroho, I. A. G., & Munari, M. (2021). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Financial Performance Perusahaan Consumer Non-Cyclicals Listed Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2019. *Kompak: Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 14(1), 31–38.
- Nuraini, F. D., & Suwaidi, R. A. (2022). Pengaruh Leverage, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Textile dan Garment Yang Go Public Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2), 157–166.
- Pagano, P., & Schivardi, F. (2003). Firm size distribution and growth. *Scandinavian Journal of Economics*, 105(2), 255–274.
- Pitoyo, M. M., & Lestari, H. S. (2018). Pengaruh Likuiditas Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Manajemen Bisnis Kompetensi*.
- Prasetya, V. (2021). Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Sebelum Dan Saat Pandemi Covid 19 Pada Perusahaan Farmasi Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia. *Cerdika: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 1(5), 579–587.
- Puspa Permata, C., & Ghoni, M. A. (2019). Peranan Pasar Modal dalam Perekonomian Negara Indonesia. *Jurnal AkunStie (JAS)*, 5(2).
- Raheman, A., & Nasr, M. (2007). Working capital management and profitability—case of Pakistani firms. *International Review of Business Research Papers*, 3(1), 279–300.
- Sartono, A. (2008). *Manajemen keuangan, teori dan aplikasi*.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2000). Manajemen pemasaran: Analisa perilaku konsumen. *Yogyakarta: BPFE*.
- Uyar, A. (2009). The relationship of cash conversion cycle with firm size and profitability: an empirical investigation in Turkey. *International Research Journal of Finance and Economics*, 24(2), 186–193.

- Vidyasari, S. A. M. R., Mendra, N. P. Y., & Saitri, P. W. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Likuiditas dan Perputaran Modal Kerja Terhadap Profitabilitas. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)*, 3(1).
- Wahyuni, A. N., & Suryakusuma, K. H. (2018). Analisis likuiditas, solvabilitas, dan aktivitas perusahaan terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur. *Jurnal Manajemen*, 15(1), 1–17.