

# Sales Growth, Profitability and Current Ratio To Profit Growth With Firm Size As Moderating Variable

## [Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas dan *Current Ratio* Terhadap Pertumbuhan Laba Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi]

Rizka Maulida Ayuningtyas<sup>1)</sup>, Eny Maryanti <sup>\*,2)</sup>

<sup>1)</sup>Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

<sup>2)</sup>Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

\*Email Penulis Korespondensi: enymaryanti@umsida.ac.id

**Abstract.** *The purpose of this study is to find out how sales growth, profitability, and current ratio affect profit growth. It will also see whether company size can strengthen or weaken the relationship between the independent variables and the dependent variable. A purposive sampling method was used in this study to select 30 retail companies from a total of 35 companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2017 to 2019. The data analysis method used is descriptive statistical analysis using MRA (Moderate regression analysis), multiple linear regression analysis, with the help of SPSS (Statistical Product and Service Solution) software 26. Based on the results of research on sales growth and the current ratio has a positive effect on profit growth, but profitability has no effect on profit growth. In addition, company size is able to strengthen sales growth and the current ratio on profit growth, but unfortunately it cannot moderate profitability on profit growth.*

**Keywords** - Sales Growth; Profitability; Current Ratio; Profit Growth; Company Size;

**Abstrak.** *Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan, profitabilitas dan current ratio terhadap pertumbuhan laba, dan melihat apakah ukuran perusahaan dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini mengambil objek pada perusahaan retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2017-2019, berjumlah 35 perusahaan dan diperoleh sebanyak 30 perusahaan dengan menggunakan teknik purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis statistik deskriptif dengan menggunakan MRA (Moderate regression analysis), analisis regresi linier berganda, dengan bantuan software SPSS (Statistical Product and Service Solution) 26. Berdasarkan hasil penelitian pertumbuhan penjualan dan current ratio berpengaruh positif terhadap pertumbuhan laba, namun profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Di samping itu, ukuran perusahaan mampu memperkuat pertumbuhan penjualan dan current ratio terhadap pertumbuhan laba, namun sayangnya tidak bisa memoderasi profitabilitas terhadap pertumbuhan laba.*

**Kata Kunci** - Pertumbuhan Penjualan; Profitabilitas; Current Ratio; Pertumbuhan Laba; Ukuran Perusahaan;

## I. PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini semakin banyak bermunculan perusahaan-perusahaan baru menyebabkan persaingan antar perusahaan semakin ketat. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu meningkatkan kinerjanya agar tidak kalah bersaing dengan perusahaan lain, karena pada dasarnya tujuan utama dari sebuah perusahaan adalah untuk mendapatkan keuntungan (laba) yang sebesar-besarnya. Namun mengingat banyaknya pesaing yang muncul, semakin besar pula tuntutan pada perusahaan itu sendiri untuk dapat mencapai tujuannya. Setiap perusahaan harus pintar-pintar menjaga kelangsungan usahanya di masa depan. Salah satu aspek yang paling penting untuk diperhatikan adalah keberadaan konsumen dan investor. Ketika suatu perusahaan memperlakukan konsumen dan investor dengan baik dan memberikan pelayanan yang memuaskan, maka bisa dipastikan jumlah konsumen dan investor akan meningkat di masa yang akan datang.

Fenomena peningkatan laba ini salah satunya terjadi pada perusahaan ritel. Seperti dilansir dari [www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com) kinerja emiten ritel sepanjang 2018 patut diacungi jempol. Dua dari lima emiten ritel dengan nilai kapitalisasi terbesar di sektornya bahkan mencatatkan pertumbuhan laba bersih hingga lebih dari 100 persen atau dua kali lipat. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (AMRT) misalnya, sepanjang 2018 perusahaan tersebut berhasil mengeruk keuntungan sebesar Rp650,13 miliar, melonjak 116,51 persen dari posisi 2017 yang hanya Rp300,27 miliar. Pertumbuhan itu terjadi seiring pendapatan perusahaan yang juga tumbuh dari Rp61,46 triliun menjadi Rp66,81 triliun. Menariknya, kinerja emiten ritel yang bagus tersebut juga diikuti dengan rata-rata penurunan liabilitas atau kewajiban perusahaan. Sementara itu, Venny berpendapat realisasi kinerja emiten ritel ini tak lepas dari peran pemerintah dalam menjaga daya beli konsumsi masyarakat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS),

pertumbuhan konsumsi masyarakat sepanjang 2018 sebesar 5,05 persen. Dalam hal ini, indikator tersebut menjadi penyumbang terbesar untuk pertumbuhan ekonomi, yakni 55,74 persen [1]. Pertumbuhan laba yang tinggi ini menunjukkan bahwa kinerja perusahaan tersebut dalam keadaan yang baik.

Faktor yang mempengaruhi pertumbuhan laba diantaranya adalah pertumbuhan penjualan, *Profitabilitas* dan *current ratio*. Melalui pertumbuhan penjualan dapat kita ketahui peningkatan maupun penurunan dari penjualan yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan dikatakan memiliki kualitas yang baik ketika pertumbuhan penjualan mereka meningkat dari waktu ke waktu. Tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan menghasilkan pendapatan yang tinggi dari penjualan produk atau layanannya. Jika penjualan perusahaan berkurang, tandanya pendapatan perusahaan mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Dari sini dapat kita simpulkan bahwasannya pertumbuhan penjualan menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pertumbuhan laba suatu perusahaan. Menurut [2] berpendapat bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan laba, hasil ini sejalan dengan penelitian milik [3] yang juga menyatakan bahwasannya pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Tetapi hasil dari penelitian ini berbeda dengan penelitian milik [4] yang menyatakan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba.

Setelah pertumbuhan penjualan, faktor lain yang dapat mempengaruhi pertumbuhan laba suatu perusahaan diantaranya adalah *Profitabilitas*. *Profitabilitas* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur jumlah laba yang dihasilkan suatu perusahaan. Semakin tinggi laba yang dihasilkan maka dapat dikatakan perusahaan berhasil dalam meningkatkan keuntungan dalam usahanya. Rasio ini digunakan untuk mengetahui efisiensi suatu perusahaan dalam menghasilkan laba dari setiap penjualan. Tingkat *profitabilitas* yang tinggi menandakan bahwa perusahaan tersebut menghasilkan keuntungan yang banyak, sedangkan tingkat *profitabilitas* yang rendah menandakan bahwa perusahaan tersebut menghasilkan keuntungan yang sedikit. Hasil penelitian dari [5] yang menyatakan bahwa *profitabilitas* berpengaruh positif terhadap pertumbuhan laba, hasil ini sejalan dengan penelitian dari [6] yang juga menyatakan bahwa *profitabilitas* berpengaruh positif terhadap pertumbuhan laba. Tetapi hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian dari [7] yang menyatakan bahwa *profitabilitas* tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba.

*Current Ratio* adalah faktor selanjutnya yang mempengaruhi pertumbuhan laba. *Current Ratio* atau yang sering disebut rasio likuiditas, merupakan kapasitas perusahaan dalam pemenuhan kewajiban jangka pendeknya. Ketika setiap tahun perusahaan dapat memenuhi kewajiban jangka pendeknya menandakan bahwa perusahaan tersebut memiliki laba yang baik. Hasil ini sesuai dengan penelitian dari [8] yang menyatakan *Current Ratio* berpengaruh positif terhadap pertumbuhan laba. [9] berpendapat bahwa *Current Ratio* berpengaruh positif terhadap pertumbuhan laba. Namun temuan penelitian ini berbeda dengan [10] yang menyatakan bahwa *Current Ratio* tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba.

Dari hasil penelitian terdahulu yang hasilnya tidak konsisten ini, peneliti menduga bahwa beberapa variabel memperkuat atau memperlemah (memoderasi) hubungan antara pertumbuhan penjualan, *profitabilitas*, *current ratio* dan pertumbuhan laba. Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan. Alasan memilih ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi adalah karena hasil laba perusahaan dan bentuk pengendalian yang akan dilakukannya dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Tingkat persaingan dalam kegiatan bisnis nantinya akan ditunjukkan oleh besar kecilnya perusahaan. Jika perusahaan kecil maka akan sulit bersaing dalam kegiatan bisnis, sedangkan perusahaan besar biasanya menguasai pasar. Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan investor dalam melakukan investasi [11]. Konsumen dan investor akan lebih memilih perusahaan besar karena lebih menjanjikan. Alasan peneliti memilih perusahaan retail sebagai objek penelitian karena pesatnya perkembangan bisnis retail cukup besar, dilihat dari banyak menjamurnya toko-toko retail yang ada. Selain itu alasan lain memilih perusahaan retail sebagai objek penelitian adalah karena peluang bisnis di bidang ritel, khususnya di Indonesia yang memiliki populasi besar dan permintaan yang tinggi, juga dikatakan terbuka lebar.

Pernyataan tersebut didukung dengan hasil penelitian milik [12] yang menyatakan bahwa ukuran Perusahaan memperkuat hubungan Pertumbuhan Penjualan terhadap Pertumbuhan Laba. Kemudian menurut hasil penelitian milik [13] yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan sebagai variabel moderating dapat memperkuat hubungan antara *Profitabilitas* terhadap Pertumbuhan Laba. Serta menurut hasil penelitian milik [14] yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan mampu memperkuat hubungan antara *Current Ratio* dengan Pertumbuhan Laba.

Penelitian ini mengembangkan penelitian [4]. Perbedaan penelitian ini dibanding penelitian sebelumnya adalah ditambahkan variabel dependen berupa *Current Ratio* yang diharapkan dapat mempengaruhi pertumbuhan laba. Selain itu perbedaan terletak pada populasi yang dipilih, pada penelitian ini menggunakan perusahaan dagang sector retail sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan perusahaan manufaktur sector konsumsi. Kemudian di penelitian ini teknik analisis yang digunakan yakni SPSS 26 sedangkan di penelitian sebelumnya menggunakan Eviews. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan dapat memoderasi hubungan antara pertumbuhan penjualan, *Profitabilitas* dan *Current Ratio* terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan dagang sub sector retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019. Alasan dipilihnya periode 2017-2019 sebagai tahun penelitian adalah karena pada periode tersebut kinerja keuangan pada perusahaan retail sedang dalam keadaan yang baik, dimana tingkat pertumbuhan laba mereka mengalami peningkatan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan maupun para pelaku usaha

untuk mengevaluasi kondisi keuangan mereka di masa lalu, mengamati kondisi keuangan saat ini, serta memperkirakan kondisi keuangan di masa mendatang.

## Pengembangan Hipotesis

### Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Pertumbuhan Laba

Pertumbuhan penjualan menjadi salah satu tolak ukur dalam menilai keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba (keuntungan). Semakin tinggi pertumbuhan penjualan yang diperoleh oleh suatu perusahaan maka laba yang dihasilkan akan semakin tinggi pula. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh [15] yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Berdasarkan uraian di atas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>1</sub> : Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba

### Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pertumbuhan Laba

Teori sinyal (*signaling theory*) merupakan sebuah tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan untuk memberikan sinyal bagi para investor mengenai prospek perusahaan. Teori ini memberikan penjelasan mengenai alasan perusahaan memiliki dorongan untuk menyampaikan atau memberikan informasi terkait laporan keuangan perusahaan untuk pihak eksternal [13]. *Profitabilitas* merupakan salah satu rasio yang digunakan oleh perusahaan dalam menghitung laba. Indikator *Profitabilitas* dalam penelitian ini menggunakan *net profit margin*. *Net profit margin* mencerminkan kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba neto dari setiap penjualannya. Semakin tinggi hasil perhitungan net profit margin menandakan semakin besar pula laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Sejalan dengan pernyataan tersebut, penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh [16] yang menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh terhadap pertumbuhan laba, yang berarti semakin tinggi Profitabilitas yang dihasilkan perusahaan maka laba perusahaan juga akan mengalami peningkatan. Berdasarkan uraian di atas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>2</sub> : Profitabilitas berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba

### Pengaruh *Current Ratio* Terhadap Pertumbuhan Laba

*Current Ratio* (CR) adalah rasio untuk membandingkan aset lancar dengan kewajiban lancar dan umumnya digunakan untuk menentukan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya, serta untuk menentukan kemampuan aset lancar dalam menutupi kewajiban lancar. Ketika kewajiban jangka pendek perusahaan terpenuhi dengan baik, maka dapat dikatakan bahwa laba yang dihasilkan perusahaan juga baik. Sejalan dengan pernyataan tersebut, penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh [9] yang menyatakan bahwa *Current Ratio* memiliki pengaruh positif terhadap pertumbuhan laba. Berdasarkan uraian di atas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>3</sub> : *Current Ratio* berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba

### Pengaruh Ukuran Perusahaan dalam Memoderasi Pertumbuhan Penjualan terhadap Pertumbuhan Laba

Ukuran perusahaan merupakan gambaran besar kecilnya perusahaan yang ditentukan berdasarkan ukuran nominal, seperti total aset perusahaan dan total penjualan dalam satu periode penjualan, dan juga nilai pasar. Perusahaan yang besar cenderung memiliki kegiatan operasional yang besar pula. Perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi memungkinkan mereka untuk menghasilkan laba yang tinggi pula. Maka dari itu ukuran perusahaan diharapkan dapat memoderasi pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap pertumbuhan laba. Sejalan dengan pernyataan tersebut, penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh [12] yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan memperkuat hubungan antara pertumbuhan penjualan terhadap pertumbuhan laba. Berdasarkan uraian di atas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>4</sub> : Ukuran Perusahaan memoderasi hubungan antara Pertumbuhan Penjualan terhadap Pertumbuhan Laba

### Pengaruh Ukuran Perusahaan dalam Memoderasi Profitabilitas terhadap Pertumbuhan Laba

Perusahaan dengan jumlah asset yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut berhasil dalam meningkatkan keuntungannya, sehingga memiliki potensi yang lebih baik untuk masa mendatang. Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin tinggi pula Profitabilitas yang dihasilkan perusahaan tersebut. Semakin besar ukuran perusahaan juga membuat mereka lebih baik dan berhati-hati mengenai pelaporan profit mereka. Maka dari itu ukuran perusahaan diharapkan dapat memoderasi hubungan antara Profitabilitas terhadap pertumbuhan laba. Sejalan dengan pernyataan tersebut, penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh [13] yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan dapat memoderasi hubungan antara Profitabilitas terhadap pertumbuhan laba. berdasarkan uraian diatas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>5</sub> : Ukuran Perusahaan memoderasi hubungan antara Profitabilitas terhadap Pertumbuhan Laba

### Pengaruh Ukuran Perusahaan dalam Memoderasi *Current Ratio* terhadap Pertumbuhan Laba

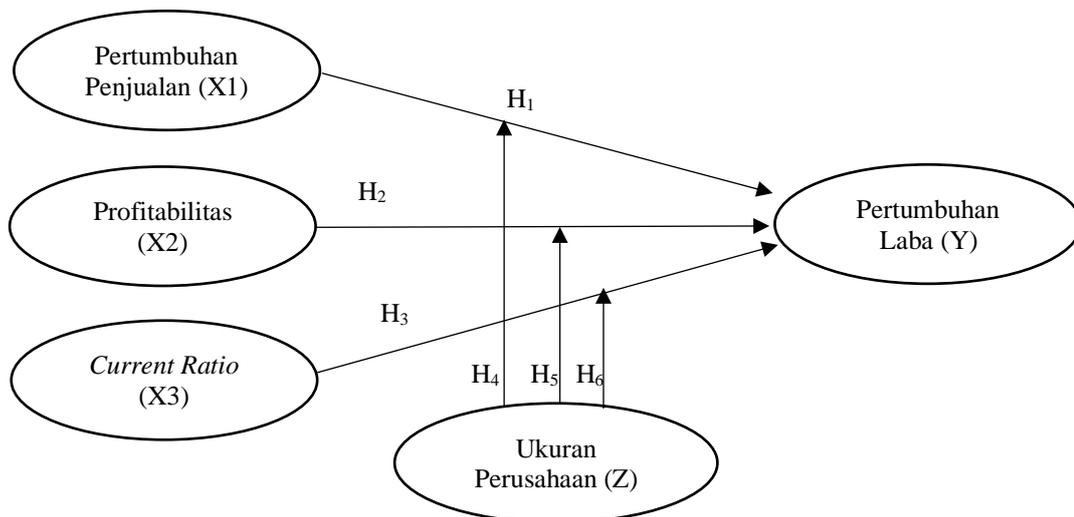
*Current Ratio* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kemampuan keuangan jangka pendeknya. Besar kecilnya perusahaan turut serta mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Perusahaan yang besar biasanya menghasilkan laba yang besar pula, sehingga mereka dapat dengan mudah memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Sedangkan untuk perusahaan yang berukuran lebih kecil bisa mengalami kesulitan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya karena laba yang dihasilkan lebih rendah. Perusahaan dengan *current ratio* yang tinggi memberikan sinyal yang baik bagi kreditur, karena tandanya perusahaan tersebut memiliki kemampuan untuk membayar kewajiban jangka pendeknya setiap saat. Sejalan dengan pernyataan tersebut, penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh [12] yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan memoderasi hubungan antara *Current Ratio* terhadap pertumbuhan laba. Berdasarkan uraian diatas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>6</sub> : Ukuran Perusahaan memoderasi hubungan antara *Current Ratio* terhadap Pertumbuhan Laba

### Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual pada penelitian yang berjudul “Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, *Profitabilitas* dan *Current Ratio* Terhadap Pertumbuhan Laba Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi” yaitu sebagai berikut :

Gambar 1. Kerangka Konseptual



## II. METODE

### Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana penelitian ini menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian yang dinyatakan dengan angka dan melakukan analisis data menggunakan prosedur statistik [17].

## Jenis Dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data sekunder dimana sumbernya berasal dari sumber tertulis seperti buku literatur maupun jurnal akuntansi, serta pencarian data yang berupa laporan keuangan perusahaan retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang diperoleh melalui website resmi Bursa Efek Indonesia yakni [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

## Definisi Operasional dan Indikator Variabel

Variabel independent (variabel bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (variabel terikat). Penelitian kali ini terdiri dari tiga variabel independent yaitu :

### 1. Pertumbuhan Penjualan (X1)

Tingkat pertumbuhan penjualan menunjukkan tingkat perubahan penjualan dari tahun ke tahun [18]. Pertumbuhan penjualan menjadi salah satu tolak ukur keberhasilan perusahaan, dimana semakin tinggi pertumbuhan penjualan maka laba yang dihasilkan juga semakin tinggi. Sedangkan apabila pertumbuhan penjualan mengalami penurunan maka laba yang dihasilkan perusahaan menjadi rendah.

### 2. Profitabilitas (X2)

Rasio Profitabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama satu periode tertentu [19]. Rasio profitabilitas ini digunakan oleh perusahaan untuk mengukur seberapa besar keuntungan yang diperoleh perusahaan. Semakin tinggi tingkat laba, semakin baik manajemen dapat mengelola laba perusahaan. Profitabilitas memegang peranan penting dalam menjaga kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang, dengan Profitabilitas yang tinggi maka kelangsungan hidup perusahaan akan lebih terjamin.

### 3. *Current Ratio* (X3)

*Current Ratio* (CR) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa banyak asset lancar untuk menutupi kewajiban jangka pendek yang segera jatuh tempo [20]. *Current ratio* yang tinggi akan menunjukkan efisiensi perusahaan dalam pemenuhan atau pembayaran kembali kewajiban jangka pendeknya. Terpenuhinya kewajiban jangka pendek perusahaan mengindikasikan bahwa laba yang dihasilkan perusahaan juga baik.

Variabel dependen (variabel terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Penelitian kali ini terdiri dari satu variabel dependen yaitu :

### 1. Pertumbuhan Laba (Y)

Pertumbuhan laba perusahaan yang positif menunjukkan kondisi keuangan yang baik, yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan, karena biasanya dividen yang akan dibayar di masa yang akan datang sangat bergantung pada kondisi perusahaan [21]. Dari pernyataan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan laba adalah kenaikan laba yang dihasilkan perusahaan dari tahun ke tahun. Pertumbuhan laba menunjukkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan laba dibandingkan tahun sebelumnya. Pertumbuhan laba yang baik mengindikasikan kinerja perusahaan yang baik.

Variabel moderasi merupakan variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen. Penelitian kali ini terdiri dari satu variabel moderasi yaitu :

### 1. Ukuran Perusahaan (Z)

Ukuran perusahaan adalah suatu skala klasifikasi besar atau kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari berbagai cara dengan nilai pasar, total aset dan penjualan aset [22]. Ukuran perusahaan menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi besar kecilnya laba yang diperoleh. Semakin besar perusahaan maka kemampuan perusahaan dalam menghadapi masalah juga semakin baik, hal ini biasanya didukung oleh asset yang besar sehingga kendala yang dihadapi perusahaan dapat teratasi.

Berikut merupakan penjabaran indikator variabel berdasarkan definisi operasional dari masing – masing variabel penelitian sebelumnya.

**Tabel 1.** Indikator Variabel

Variabel	Indikator	Skala
Pertumbuhan Penjualan (X1) Sumber : [3]	<i>Pertumbuhan Penjualan :</i> $\frac{Penjualan_t - Penjualan_{t-1}}{Penjualan_{t-1}}$	Rasio
<i>Profitabilitas (X2)</i> Sumber : [23]	<i>Net Profit Margin :</i> $\frac{Laba Bersih Setelah Pajak}{Penjualan}$	Rasio
<i>Current Ratio (X3)</i> Sumber : [23]	<i>Current Ratio :</i> $\frac{Aset Lancar}{Utang Lancar}$	Rasio
Pertumbuhan Laba (Y) Sumber : [5]	<i>Pertumbuhan Laba :</i> $\frac{Laba Bersih_t - Laba Bersih_{t-1}}{Laba Bersih_{t-1}}$	Rasio
Ukuran Perusahaan (Z) Sumber : [5]	<i>Ukuran Perusahaan :</i> $Ln.TA$	Rasio

### Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sector perusahaan retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017 hingga 2019. Perbedaan tahun penelitian dimaksudkan untuk mengetahui kinerja keuangan satu tahun yang akan datang. Berdasarkan populasi tersebut akan ditentukan sampel sebagai objek penelitian. Ada 35 perusahaan yang terdaftar sebagai perusahaan sector retail di Bursa Efek Indonesia.

Metode penentuan sampel yang digunakan adalah dengan purposive sampling. Purposive sampling yaitu pemilihan sampel dengan menggunakan kriteria tertentu yang telah ditentukan [24]. Dalam teknik ini, sampel harus memenuhi kriteria sebagai berikut :

1. Perusahaan retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang menerbitkan laporan keuangan secara lengkap selama periode 2017-2019
2. Perusahaan retail yang menggunakan mata uang rupiah pada laporan keuangannya
3. Perusahaan retail yang memiliki laba selama periode 2017-2019.

**Tabel 2.** Sampel Penelitian

NO	KRITERIA	JUMLAH
1	Perusahaan retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2019	35
2	Perusahaan retail yang tidak menerbitkan laporan keuangan secara lengkap selama periode 2017-2019	(18)
3	Perusahaan retail yang tidak menggunakan mata uang rupiah pada laporan keuangannya	(1)
4	Perusahaan retail yang tidak memiliki laba selama periode 2017-2019	(5)
<b>JUMLAH SAMPEL</b>		<b>11</b>
<b>TOTAL SAMPEL SELAMA PERIODE 2017-2019</b>		<b>33</b>
<b>DATA YANG TIDAK NORMAL</b>		<b>(3)</b>
<b>TOTAL SAMPEL</b>		<b>30</b>

Sumber : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

### Teknik Analisis

Teknik analisis pada penelitian ini yaitu analisis statistik deskriptif dengan menggunakan metode analisis regresi berganda MRA (*Moderate Regression Analysis*) dengan bantuan software SPSS (Statistical Product and Service Solution) 26. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menjelaskan variabel yang digunakan pada penelitian. Uji asumsi klasik digunakan untuk memeriksa apakah distribusi data yang digunakan sudah normal dan model tidak mengandung gejala multikolinearitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi. Uji koefisien determinasi untuk menguji kecocokan, dan uji t (parsial) untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Uji Statistik Deskriptif

**Tabel 3.** Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pertumbuhan Penjualan	30	.00	1.53	1.4532	.27474
Profitabilitas	30	.00	.19	.0505	.04989
Current Ratio	30	.05	3.89	1.4687	1.00751
Pertumbuhan Laba	30	.00	3.38	3.2423	.61176
Ukuran Perusahaan	30	5.24	5.55	5.4183	.08684
Valid N (listwise)	30				

Tabel 3 diatas menunjukkan jumlah data yang terkumpul sebanyak 30 dengan hasil terbesar, terendah, dan rata-rata yang bervariasi. Namun, standar deviasinya positif, yang menyiratkan bahwa variabel tersebut terdistribusi secara khas. Berikut penjelasan nilai dari masing-masing variabel: Pertumbuhan Penjualan (X1) memiliki nilai rata-rata 1.4532, dengan standar deviasi 0.27474. Nilai tertinggi adalah 1.53, dan nilai terendah adalah 0.00. Profitabilitas (X2) dengan nilai rata-rata 0.0505 dan standar deviasi 0.04989. Nilai tertinggi adalah 0.19, dan nilai terendah adalah 0.00. *Current Ratio* (X3) dengan nilai rata-rata 1.4687, standar deviasi 1.00751. Nilai tertinggi adalah 3.89, dan nilai terendah adalah 0.05. Pertumbuhan laba (Y) dengan nilai rata-rata 3.2423, standar deviasi 0.61176. Nilai tertinggi adalah 3.38, dan nilai terendah adalah 0.00. Nilai rata-rata ukuran perusahaan (Z) adalah 5.4183, dan standar deviasinya adalah 0.08684. Nilai tertinggi adalah 5.55, dan nilai terendah adalah 5.24.

#### Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan guna mengetahui kelayakan penggunaan model yang nantinya akan digunakan dalam penelitian. Pengujian uji asumsi klasik yang digunakan diantaranya yaitu :

#### Uji Normalitas

**Tabel 4.** One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.03224169
Most Extreme Differences	Absolute	.142
	Positive	.142
	Negative	-.081
Test Statistic		.142
Asymp. Sig. (2-tailed)		.124 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal [5]. Berdasarkan pada tabel 4 diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi adalah (Asymp. Sig. (2-tailed)) sebesar 0.124. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 ( $0.124 > 0.05$ ), yang berarti  $H_0$  diterima dan data residual dari regresi tersebut terdistribusi secara normal, sehingga data tersebut memenuhi asumsi normalitas.

### Uji Multikolonieritas

**Tabel 5.** Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients <sup>a</sup>	
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Pertumbuhan Penjualan	.794	1.259
	Profitabilitas	.652	1.533
	Current Ratio	.551	1.813
	Ukuran Perusahaan	.867	1.154

a. Dependent Variable: Pertumbuhan Laba

Uji multikolinieritas adalah pengujian dari asumsi yang terkait bahwa variabel bebas pada suatu model tidak saling berkorelasi satu dengan yang lainnya [13]. Jika nilai toleran lebih besar dari 0.10 atau nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak ada multikoleniaritas di antara variabel independen [10]. Berdasarkan tabel 6 diatas menunjukkan nilai Tolerance dari variabel independent yang hasilnya lebih besar dari 0.10. Sedangkan nilai VIF lebih kecil dari 10. Dari hasil tersebut maka dapat diambil kesimpulan bahwa dalam model regresi penelitian ini terbebas dari multikolonieritas.

### Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 6.** Hasil Uji Heteroskedastisitas Coefficientsa -Glejer

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	.439	.263		1.670	.107
Pertumbuhan Penjualan	.019	.016	.242	1.168	.254
Profitabilitas	-.102	.098	-.239	-1.046	.306
Current Ratio	.002	.005	.110	.444	.661
Ukuran Perusahaan	-.081	.049	-.331	-1.670	.107

a. Dependent Variable: ABS

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah pada model ini terdapat ketidaksamaan varian dari nilai residual observasi satu ke observasi lainnya. Untuk menguji heteroskedastisitas dapat diketahui jika hasil nilai probabilitasnya terdapat nilai signifikansi diatas dari nilai alphanya [25]. Hasil analisis korelasi antara variabel independen dengan residual menunjukkan bahwa variabel independen antara lain pertumbuhan penjualan, profitabilitas dan current ratio, serta ukuran perusahaan sebagai variabel moderating tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan residual. Dimana nilai Sig lebih besar dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang diamati tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

### Uji Autokorelasi

**Tabel 7.** Hasil Uji Autokorelasi Model Summary<sup>b</sup>

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.999 <sup>a</sup>	.997	.997	.03473	2.036

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Current Ratio

b. Dependent Variable: Pertumbuhan Laba

Untuk menentukan apakah data memiliki gejala autokorelasi, uji *Durbin-Watson* dapat digunakan. Dalam suatu observasi dapat dikatakan tidak terjadinya autokolerasi jika nilai *Durbin-Watson*  $dU < d < 4 - dU$  maka ini menunjukkan tidak terkena autokolerasi [17]. Hasil uji autokorelasi pada tabel 7 menunjukkan nilai *Durbin-Watson* sebesar 2.036. Tabel nilai *Durbin Watson* dengan jumlah data (N) = 30 dan jumlah variabel bebas (K) = 3 dan  $\alpha =$

0,05 adalah  $dL = 1,2138$  dan  $dU = 1,6498$ . Dengan ketentuan bahwa  $dL < dW < 4-dU$  menunjukkan tidak adanya gejala autokorelasi, terlihat bahwa dengan hasil  $dL (1,2138) < dW (2,036) < 4-dU (2,3502)$  dapat disimpulkan tidak terdapat gejala autokorelasi.

### Uji Kelayakan Model (*Goodness of Fit*) / Uji F

### Uji Koefisien Determinasi (Uji R<sup>2</sup>)

**Tabel 8.** Nilai Koefisien Determinasi Model Summary<sup>b</sup>

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.999 <sup>a</sup>	.997	.997	.03473

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Current Ratio

Hasil nilai R<sup>2</sup> atau *R Square* menunjukkan besarnya tingkat kontribusi likuiditas, solvabilitas, dan profitabilitas dalam mempengaruhi pertumbuhan laba dalam persentase (%) [24]. Berdasarkan hasil tabel 8 nilai *Adjusted R Square* adalah 0,997 yaitu 99,7%. Kesimpulannya dapat dikatakan bahwa hubungan antara variabel independen pertumbuhan penjualan, profitabilitas, dan *current ratio* terhadap pertumbuhan laba adalah sebesar 99,7%. Sisanya, yaitu sebesar 0,003 atau 0,3%, bergantung pada faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

**Tabel 9.** Hasil Uji Signifikan Parameter Individual (uji t)

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	-.047	.042		-1.134	.267
Pertumbuhan Penjualan	2.251	.026	1.011	87.634	.000
Profitabilitas	-.271	.158	-.022	-1.711	.099
Current Ratio	.022	.008	.036	2.607	.015

a. Dependent Variable: Pertumbuhan Laba

**Tabel 10**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	-.066	.073		-0.892	.381
Pertumbuhan Penjualan*Ukuran Perusahaan	.415	.008	1.015	50.111	.000
Profitabilitas*Ukuran Perusahaan	-.056	.051	-.025	-1.088	.287
Current Ratio*Ukuran Perusahaan	.006	.003	.056	2.316	.029

a. Dependent Variable: Pertumbuhan Laba

### Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan uji regresi linier berganda pada tabel 9 diatas, menunjukkan bahwa Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba dan signifikannya  $< 0.05$  yaitu 0.000 dengan beta sebesar 1.011. Yang artinya variabel Pertumbuhan Penjualan (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Pertumbuhan Laba (Y), sehingga hipotesis 1 diterima. Pada tabel 9 menunjukkan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba karena nilai signifikasinya  $> 0.05$  yaitu 0.099 dengan beta sebesar -0.022. Yang artinya variabel Profitabilitas (X2) tidak berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba (Y), sehingga hipotesis 2 ditolak. Pada tabel 9 menunjukkan bahwa *Current Ratio* berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba karena nilai signifikasinya  $< 0.05$  yaitu

0.015 dengan beta sebesar 0.036. Yang artinya variabel *Current Ratio* (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap Pertumbuhan Laba (Y), sehingga hipotesis 3 diterima.

#### **Analisis Regresi Moderasi (*Moderate Regression Analysis*) / MRA**

Dilihat dari uji MRA pada tabel 10 di atas menunjukkan bahwa Pertumbuhan Penjualan (X1) terhadap Pertumbuhan Laba (Y) dengan Ukuran Perusahaan (Z) sebagai variabel moderasi menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 yaitu 0.000 dengan beta senilai 1.015. Ukuran Perusahaan (Z) sebagai variabel moderasi mampu memperkuat hubungan antara Pertumbuhan Penjualan (X1) dan Pertumbuhan Laba (Y), sehingga hipotesis 4 diterima karena menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan (Z) dapat memperkuat hubungan antara Pertumbuhan Penjualan (X1) dan Pertumbuhan Laba (Y). Profitabilitas (X2) terhadap Pertumbuhan Laba (Y) dengan Ukuran Perusahaan (Z) sebagai variabel pemoderasi memiliki nilai signifikansi 0,287 dan nilai beta sebesar -0,025, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 10. Itu berarti ukuran perusahaan (Z) dapat tidak memperkuat atau memperlemah hubungan antara profitabilitas (X2) dan pertumbuhan laba (Y). Dapat disimpulkan bahwa ukuran organisasi (Z) sebagai variabel moderasi tidak dapat memoderasi hubungan antara profitabilitas (X2) dan pertumbuhan laba (Y), sehingga hipotesis 5 ditolak. *Current ratio* (X3) terhadap Pertumbuhan Laba (Y) dengan Ukuran Perusahaan (Z) sebagai variabel pemoderasi memiliki nilai beta sebesar 0,056 dan nilai signifikansi sebesar 0,05, seperti terlihat pada Tabel 10. Hal ini menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan (Z) dapat memperkuat hubungan antara Pertumbuhan Laba (Y) dan *Current Ratio* (X3). Dapat ditarik kesimpulan bahwa hubungan antara Pertumbuhan Laba (Y) dan *Current Ratio* (X3) dapat dimoderasi oleh Ukuran Perusahaan (Z) yang bertindak sebagai variabel moderasi, sehingga hipotesis 6 diterima.

#### **Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Pertumbuhan Laba**

Berdasarkan hasil pengujian parsial pada tabel 9, variabel Pertumbuhan Penjualan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertumbuhan Laba (Y). Pertumbuhan penjualan menunjukkan *cash inflow* yang diperoleh dari kegiatan operasi bisnis perusahaan yang sedang berjalan. Jika pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan internal perusahaan meningkat, maka perusahaan dapat memperoleh tingkat pertumbuhan laba yang lebih tinggi [26]. Sejalan dengan *signaling theory*, dimana saat pertumbuhan penjualan meningkat maka pertumbuhan laba juga akan meningkat, sehingga akan memberikan sinyal yang positif mengenai kinerja perusahaan kepada para investor. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [15] yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan (X1) berpengaruh terhadap pertumbuhan laba (Y).

#### **Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pertumbuhan Laba**

Tabel 9 menunjukkan bahwa variabel Profitabilitas (X2) tidak berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba (Y) berdasarkan hasil pengujian secara parsial. Salah satu rasio profitabilitas yang digunakan untuk menentukan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu adalah *net profit margin*. Pada penelitian ini, *net profit margin* tidak mampu memberikan kekuatan untuk meningkatkan laba. Hal ini menandakan bahwa laba yang dihasilkan perusahaan tidak baik, sebab semakin rendah nilai *net profit margin* (NPM) menandakan bahwa perusahaan tersebut tidak efisien dalam menjalankan operasionalnya dan berpengaruh pada laba bersih yang dihasilkan perusahaan [27]. Sehingga rendahnya laba bersih yang dihasilkan oleh *net profit margin* tidak bisa meningkatkan laba (keuntungan) bagi perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh [29] yang menyatakan bahwa profitabilitas (X2) tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba (Y).

#### **Pengaruh *Current Ratio* Terhadap Pertumbuhan Laba**

Berdasarkan hasil pengujian parsial pada tabel 9, variabel *Current Ratio* (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap Pertumbuhan Laba (Y). Menurut teori sinyal, perusahaan dapat mengirimkan sinyal positif kepada investor karena *current ratio* perusahaan merupakan indikator yang baik tentang seberapa baik perusahaan dapat memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Ini membantu perusahaan menghindari gagal bayar atas kewajibannya yang dapat meningkatkan biaya denda. *Current ratio* juga menunjukkan sejauh mana aktiva lancar memenuhi kewajiban-kewajiban lancar. Semakin besar perbandingan aktiva lancar dengan hutang lancar, semakin tinggi kemampuan perusahaan menutupi kewajiban jangka pendeknya [9]. Sebagaimana sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh [28] yang menyatakan bahwa *current ratio* berpengaruh terhadap pertumbuhan laba.

#### **Pengaruh Ukuran Perusahaan dalam Memoderasi Pertumbuhan Penjualan terhadap Pertumbuhan Laba**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, Ukuran Perusahaan (Z) mampu memoderasi Pertumbuhan Penjualan (X1) terhadap Pertumbuhan Laba (Y), dapat dilihat pada tabel 10. Penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Ukuran perusahaan merupakan total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan besar lebih mampu melakukan penjualan dalam jumlah besar karena memiliki aktiva

yang besar sehingga laba yang dihasilkan akan meningkat juga [4]. Informasi mengenai kinerja perusahaan yang baik ini akan dimanfaatkan oleh manajer untuk memberikan sinyal kepada para investor tentang keadaan perusahaan, sesuai dengan pernyataan dari *signaling theory*. Hal ini sejalan dengan penelitian dari [12] yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan ( $Z$ ) dapat memoderasi hubungan pertumbuhan penjualan ( $X1$ ) terhadap pertumbuhan laba ( $Y$ ).

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan dalam Memoderasi Profitabilitas terhadap Pertumbuhan Laba**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, Ukuran Perusahaan ( $Z$ ) tidak mampu memoderasi Profitabilitas ( $X2$ ) terhadap Pertumbuhan Laba ( $Y$ ), dapat dilihat pada tabel 10. Menurut hasil penelitian ini, ukuran perusahaan tidak memberikan kekuatan dalam meningkatkan keuntungan. Besar kecilnya suatu organisasi tidak menjamin bahwa organisasi tersebut benar-benar dapat memanfaatkan aset perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Perusahaan yang berskala besar belum tentu mempunyai kemampuan pengelolaan keuangan yang lebih baik jika dibandingkan dengan perusahaan yang berskala kecil, dimana perusahaan yang mempunyai total aset yang besar belum tentu menunjukkan perusahaan tersebut memiliki tahapan kedewasaan, yang dianggap memiliki prospek yang baik [4]. Hal ini sejalan dengan penelitian dari [7] yang menyatakan bahwa hubungan antara profitabilitas ( $X2$ ) dan pertumbuhan laba ( $Y$ ) tidak dapat dimoderasi oleh ukuran perusahaan ( $Z$ ).

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan dalam Memoderasi *Current Ratio* terhadap Pertumbuhan Laba**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, Ukuran Perusahaan ( $Z$ ) mampu memperkuat hubungan *Current Ratio* ( $X3$ ) terhadap Pertumbuhan Laba ( $Y$ ), dapat dilihat pada tabel 10. Sejalan dengan *signaling theory*, ketika manajer mempunyai informasi yang baik mengenai perusahaan mereka, maka mereka akan terdorong untuk menyampaikan informasi ini kepada para investor karena ukuran perusahaan yang besar dan terkontrol akan memperkuat perusahaan dengan tingkat keuntungan yang diperolehnya. Besarnya aktiva yang dimiliki oleh perusahaan, maka aset yang dimiliki juga akan semakin besar *Current ratio* yang lebih besar dapat digunakan untuk membayar utang jangka pendek dan dividen, sehingga pertumbuhan laba meningkat [4]. Hal ini sejalan dengan penelitian dari [12] yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan ( $Z$ ) mampu memoderasi hubungan *current ratio* ( $X3$ ) terhadap pertumbuhan laba ( $Y$ ).

## **IV. SIMPULAN**

Berdasarkan hasil uji diatas, dapat disimpulkan bahwa :

1. Pertumbuhan Penjualan ( $X1$ ) memiliki pengaruh positif terhadap Pertumbuhan Laba ( $Y$ ), karena ketika Pertumbuhan Penjualan perusahaan mengalami peningkatan maka tingkat Pertumbuhan Laba yang dihasilkan oleh perusahaan juga akan semakin tinggi.
2. Profitabilitas ( $X2$ ) tidak memiliki pengaruh terhadap Pertumbuhan Laba ( $Y$ ), karena dari hasil perhitungan menggunakan *net profit margin* laba bersih yang dihasilkan perusahaan tidak baik. Dimana rendahnya laba bersih yang dihasilkan oleh *net profit margin* tidak bisa meningkatkan laba (keuntungan) bagi perusahaan.
3. *Current Ratio* ( $X3$ ) berpengaruh positif signifikan terhadap Pertumbuhan Laba ( $Y$ ), karena semakin tinggi nilai *Current Ratio* yang dihasilkan oleh perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk melunasi kewajiban jangka pendek mereka. Hal ini dapat membuat perusahaan terhindar dari ketidakmampuan dalam membayar kewajiban yang menyebabkan naiknya beban denda, sehingga laba yang dihasilkan oleh perusahaan akan mengalami peningkatan.
4. Ukuran Perusahaan ( $Z$ ) dapat memperkuat hubungan antara Pertumbuhan Penjualan ( $X1$ ) dan Pertumbuhan Laba ( $Y$ ), karena perusahaan yang berukuran besar juga memiliki aset yang besar pula disebabkan mereka mampu melakukan penjualan dalam jumlah yang besar sehingga laba (keuntungan) yang dihasilkan oleh perusahaan akan meningkat.
5. Ukuran Perusahaan ( $Z$ ) tidak dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan antara Profitabilitas ( $X2$ ) dan Pertumbuhan Laba ( $Y$ ), karena besar kecilnya ukuran perusahaan tidak menjamin bahwa mereka mampu memanfaatkan harta yang dimiliki untuk mendapatkan keuntungan bagi perusahaan. Perusahaan dengan total aset yang besar belum tentu menunjukkan bahwa mereka berada pada tahap kedewasaan yang matang dengan anggapan memiliki prospek yang baik.
6. Ukuran Perusahaan ( $Z$ ) dapat memperkuat hubungan *Current Ratio* ( $X3$ ) dan Pertumbuhan Laba ( $Y$ ), karena ukuran perusahaan yang besar dan terkontrol dapat memperkuat perusahaan dengan tingkatan laba (keuntungan) yang mereka peroleh. Semakin tingginya nilai *current ratio* yang dihasilkan oleh perusahaan menunjukkan bahwa mereka semakin mampu dalam melunasi hutang jangka pendeknya. Sehingga nantinya perusahaan dapat terhindar dari ketidakmampuan dalam membayar kewajibannya dan laba (keuntungan) yang diperoleh perusahaan akan meningkat.

### Kontribusi Penelitian

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan maupun para pelaku usaha untuk mengevaluasi kondisi keuangan mereka di masa lalu, mengamati kondisi keuangan saat ini, serta memperkirakan kondisi keuangan di masa mendatang.
2. Selain itu hasil penelitian ini berperan dalam memberikan informasi sebagai dasar pertimbangan dan pendukung bagi para pelaku usaha guna meningkatkan laba (keuntungan) usaha mereka.

### Keterbatasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini memiliki keterbatasan diantaranya :

1. Periode penelitian yang hanya 3 tahun, sehingga menyebabkan jumlah sampel yang diperoleh hanya sedikit.
2. Banyak perusahaan yang tidak mengirimkan laporan keuangan tahunannya di situs Bursa Efek Indonesia, sehingga sampel perusahaan menjadi sedikit.

### Saran

Adapun saran yang dapat peneliti sampaikan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diantaranya adalah :

1. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel penelitian, serta menambah jumlah periode waktu penelitian agar hasil penelitian selanjutnya bisa memberikan hasil yang baik.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan sektor perusahaan lainnya sehingga dapat membandingkan hasil dari sektor perusahaan ecer dengan sektor usaha yang lainnya.

## REFERENSI

- [1] D. A. Muthmainah, "Pendapatan Emiten Ritel Melonjak 100 Persen Sepanjang 2018 ," <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20190404133259-92-383471/pendapatan-emiten-ritel-melonjak-100-persen-sepanjang-2018>, Apr. 04, 2019.
- [2] I. Maryati and A. A. Mulya, "Pengaruh Quick Ratio, Debt To Total Asset, Total Asset Turnover dan Sales Growth Terhadap Pertumbuhan Laba Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur," *Akurat Responsibilitas Audit dan Pajak (AKURAT)*, vol. 2, no. 1, 2019, Accessed: Nov. 23, 2022. [Online]. Available: <https://jom.fe.budiluhur.ac.id/index.php/jma/article/view/224>
- [3] Q. R. Siregar, M. F. Gurning, and J. Simatupang, "Analisis Determinan Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia," *Jurnal Humaniora*, vol. 4, no. 1, pp. 216–234, 2020, doi: <https://doi.org/10.30601/humaniora.v4i1.998>.
- [4] E. Maryanti, S. Biduri, and H. M. Kumala, "Apakah Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi?," *Jurnal Akuntansi Integratif*, vol. 8, no. 1, pp. 33–43, 2022, doi: <https://doi.org/10.29080/jai.v8i1.791>.
- [5] N. F. Ariyagraha and H. Suprihadi, "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi," *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, vol. 7, no. 8, 2018, Accessed: Nov. 23, 2022. [Online]. Available: <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1540>
- [6] R. D. Wardani and A. D. Yando, "Pengaruh Rasio Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI," *Scientia Journal : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, vol. 2, no. 1, pp. 1–11, 2020.
- [7] R. K. Putra and S. Anwar, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Laba Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Pemoderasi," *Jurnal Akuntansi Kompetif*, vol. 4, no. 3, 2021, doi: <https://doi.org/10.35446/akuntansikompetif.v4i3.709>.
- [8] Z. Simbolon and M. Miftahuddin, "Pengaruh Likuiditas dan Solvabilitas Terhadap Pertumbuhan Laba pada Perusahaan Transportasi yang Terdaftar di BEI Periode 2009-2018," *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, vol. 2, no. 1, pp. 65–71, Dec. 2021, doi: [10.31289/jimbi.v2i1.469](https://doi.org/10.31289/jimbi.v2i1.469).
- [9] R. J. Panjaitan, "Pengaruh Current Ratio, Debt To Equity Ratio, Net Profit Margin Dan Return On Asset Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Consumer Goods Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2016," *Jurnal Manajemen*, vol. 4, no. 1, pp. 61–72, 2018, [Online]. Available: <http://ejournal.lmiimedan.net>
- [10] F. I. Susyana and N. M. Nugraha, "Pengaruh Net Profit Margin, Return On Assets, Dan Current Ratio Terhadap Pertumbuhan Laba," *Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan*, vol. 3, no. 1, pp. 56–69, 2021, doi: <https://doi.org/10.32897/jemper.v3i1.568>.
- [11] M. Agustin, Y. Indah, and N. Kartika, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Laba Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur Periode 2015 –2019," *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Keuangan*, vol. 1, no. 2, pp. 26–45, 2020, doi: <https://doi.org/10.31967/jakuma.v1i2.405>.

- [12] T. P. Wigati, "Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating," *Jurnal Neraca*, vol. 16, no. 1, pp. 27–39, 2020, doi: <https://doi.org/10.48144/neraca.v16i1.488>.
- [13] A. G. P. As'ari and T. K. Pertiwi, "Rasio Fundamental Terhadap Pertumbuhan Laba : Variabel Moderasi Ukuran Perusahaan," *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research. (Printed)*, vol. 5, no. 1, pp. 261–270, 2021, doi: <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i1.382>.
- [14] S. A. Saraswati and I. Nurhayati, "Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi," *JURNAL ILMIAH KOMPUTERISASI AKUNTANSI*, vol. 15, no. 1, pp. 241–254, 2020, doi: <https://doi.org/10.51903/kompak.v15i1.648>.
- [15] R. A. Sulbahri, "Pengaruh Sales(penjualan) dan Debt to Equity Ratio(DER) Terhadap Pertumbuhan Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Periode 2014-2018)," *MBIA*, vol. 19, no. 2, pp. 199–217, 2020, doi: <https://doi.org/10.33557/mbia.v19i2.937>.
- [16] R. Lumbantoruan, S. M. Agustin, Susanti, and I. R. Sari, "Pengaruh Profitabilitas, Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan dan Solvabilitas terhadap Pertumbuhan Laba," *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, vol. 4, no. 1, pp. 442–449, Jun. 2021, doi: [10.34007/jehss.v4i1.673](https://doi.org/10.34007/jehss.v4i1.673).
- [17] N. A. Kusoy and M. P. Priyadi, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Rasio Aktivitas Terhadap Pertumbuhan Laba," *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, vol. 9, no. 5, pp. 1–20, 2020, doi: [2460-0585](https://doi.org/10.2460-0585).
- [18] A. Fahmie, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Struktur Kepemilikan, Pertumbuhan Penjualan dan Komisaris Independen terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Tahun 2012-2014)," *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, vol. 6, no. 2, pp. 119–131, 2018, doi: <https://doi.org/10.37641/jiakes.v6i2.139>.
- [19] N. A. & M. P. P. Kusoy, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Rasio Aktivitas terhadap Pertumbuhan Laba," *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, vol. 9, no. 5, pp. 1–20, 2020.
- [20] B. A. Petra, N. Apriyanti, A. Agusti, N. Nesvianti, and Y. Yulia, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Current Ratio dan Perputaran Persediaan terhadap Pertumbuhan Laba," *Jurnal Online Insan Akuntan*, vol. 5, no. 2, pp. 197–214, 2021, doi: <https://doi.org/10.51211/joia.v5i2.1438>.
- [21] L. K. Kakalang, H. Sabijono, and J. D. L. Warongan, "Perputaran Persediaan Dan Perputaran Modal Kerja Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Tekstil dan Garmen Periode 2019-2020," *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum)*, vol. 5, no. 2, pp. 1039–1046, 2022.
- [22] E. Kurniawan and D. S. BS, "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pertumbuhan Penjualan Perusahaan Otomotif Pada Masa Pandemi Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi," *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, vol. 3, no. 2, pp. 29–43, 2021, Accessed: Nov. 26, 2022. [Online]. Available: <https://uia.e-journal.id/Akrual/article/view/1736>
- [23] W. W. Hidayat, *Dasar-Dasar Analisis Laporan Keuangan*, 1st ed., vol. 1. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2018.
- [24] M. P. Putri and S. R. Fuadati, "Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, Dan Profitabilitas, Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Pertambangan," *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, vol. 8, pp. 1–18, 2019, [Online]. Available: <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2527>
- [25] R. D. Wardani and A. D. Yando, "Pengaruh Rasio Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Pertumbuhan Laba pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI," *SCIENTIA JOURNAL : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, vol. 2, no. 1, 2020.
- [26] E. T. Putri and Andriyansah, "Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Pertumbuhan Laba," *Journal of Accounting for Sustainable Society (JASS)*, vol. 4, no. 1, pp. 16–28, 2022, doi: <https://doi.org/10.35310/jass.v4i01.969>.
- [27] R. P. Ravasadewa and S. R. Fuadati, "PENGARUH RASIO KEUANGAN TERHADAP PERTUMBUHAN LABA PADA PERUSAHAAN BATUBARA DI BURSA EFEK INDONESIA," *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, vol. 7, no. 5, pp. 1–15, 2018, Accessed: May 25, 2023. [Online]. Available: <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1974>
- [28] B. A. Petra, N. Apriyanti, A. Agusti, and Y. Yulia, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Current Ratio dan Perputaran Persediaan terhadap Pertumbuhan Laba," *Jurnal Online Insan Akuntansi*, vol. 5, no. 2, pp. 197–214, 2020, Accessed: Dec. 11, 2022. [Online]. Available: <https://ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JOIA/article/view/1438>

**Conflict of Interest Statement:**

*The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.*