
PENGARUH *GROWTH OPPORTUNITY*, UKURAN PERUSAHAAN, *CASH CONVERSION CYCLE*, DAN *FINANCIAL LEVERAGE* TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI DI BURSA EFEK INDONESIA

Mulyana

email: mulyanalim.16@gmail.com

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Widya Dharma Pontianak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *growth opportunity*, ukuran perusahaan, *cash conversion cycle*, dan *financial leverage* terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2014 sampai dengan 2018. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* perusahaan memenuhi kriteria sebanyak 34 sampel perusahaan. Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berupa laporan keuangan perusahaan sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2014 sampai dengan tahun 2018. Bentuk penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian asosiatif. Penelitian ini telah memenuhi uji regresi berganda. Kemampuan variabel independen (*growth opportunity*, ukuran perusahaan, *cash conversion cycle*, dan *financial leverage*) memberikan penjelasan terhadap variabel dependen (profitabilitas) sebesar 56 persen dan sisanya dijelaskan oleh faktor lain. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *growth opportunity* tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas. *Cash conversion cycle* dan *financial leverage* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. Adapun saran yang diberikan penulis adalah penelitian selanjutnya dapat menggunakan model pengukuran lain dalam mengukur profitabilitas, seperti *return on equity*, *return on investment*, *net profit margin*, dan sebagainya. Hal ini dapat digunakan sebagai pembandingan model yang tepat dalam penggunaan proksi profitabilitas.

Kata Kunci: *Growth, Size, Cash, Financial*, dan Profitabilitas

PENDAHULUAN

Salah satu yang ingin dicapai sebuah perusahaan adalah memperoleh laba. Perusahaan yang memiliki laba yang besar dapat menambah aset perusahaan dan meningkatkan pertumbuhan perusahaan. Peningkatan pertumbuhan perusahaan menandakan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik, sehingga kemampuan perusahaan dalam mengelola asetnya dapat menghasilkan laba bersih yang lebih besar. Profitabilitas dapat juga digunakan untuk mengukur keberhasilan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan perusahaan.

Kemampuan perusahaan dalam meningkatkan pertumbuhannya dilihat dari tingkat penjualan perusahaan. Penjualan yang tinggi akan meningkatkan pertumbuhan perusahaan, sehingga dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan. Selain itu, pertumbuhan yang tinggi dapat menunjukkan peluang perusahaan kedepannya serta

meningkatkan penjualan setiap tahunnya. *Growth opportunity* dalam suatu perusahaan dapat menunjukkan dari pertumbuhan penjualan dari tahun sebelumnya.

Ukuran perusahaan dapat dilihat dari besar kecil ukuran perusahaan. Perusahaan yang besar cenderung memiliki total aset yang besar dibandingkan perusahaan kecil dan sebaliknya. Selain memiliki total aset yang besar, perusahaan besar juga mampu mendapatkan sumber dana dari berbagai sumber. Kemampuan suatu perusahaan akan menghasilkan laba yang tinggi seiring dengan perkembangan perusahaan.

Cash conversion cycle membutuhkan rentang waktu yang diperlukan perusahaan dalam melakukan siklus operasi. *Cash conversion cycle* terdapat tiga kombinasi, diantaranya adalah *days of sales outstanding*, *days of sales inventory*, dan *days of payable outstanding*. *Cash conversion cycle* memiliki peranan yang penting dalam menjalankan sebuah perusahaan, karena dapat mengembalikan kas dalam jangka panjang maupun jangka pendek. Perusahaan yang menyelesaikan siklus dalam jangka panjang maka dapat mengembalikan kas dengan lambat dan perusahaan akan memperoleh laba dengan waktu yang lama.

Financial leverage sebagai acuan perusahaan untuk melihat seberapa besar pengaruh aktiva yang dibiayai oleh utang. Selain itu, perusahaan menggunakan utang dengan tujuan untuk kegiatan operasi perusahaan. Kemampuan suatu perusahaan dalam membayar utang tergantung pada laba yang dihasilkan. Perusahaan dengan laba yang tinggi akan meningkatkan aset perusahaan, sehingga perusahaan dapat membayar utang tersebut.

KAJIAN TEORITIS

Salah satu keberhasilan sebuah perusahaan dapat dilihat dari laba yang diperoleh. Menurut Kasmir (2017: 115): Profitabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mencari laba. Laba dapat diperoleh dari kegiatan operasional perusahaan. Menurut Hayat, et al (2018: 108): Profitabilitas dijadikan sebagai tolak ukur untuk menilai keefektifitas manajemen yang ditinjau dari keuntungan, dibandingkan dengan penjualan perusahaan. Hal ini, dalam meningkatkan laba perusahaan harus mampu meningkatkan kinerja serta meningkatkan penjualan agar dapat memperoleh laba yang tinggi.

Menurut Syamsuddin (2011: 59): Perusahaan harus dalam keadaan untung agar dapat meningkatkan peluang pertumbuhan di masa depan. Tanpa adanya keuntungan, maka perusahaan akan mengalami kesulitan untuk menarik modal dari luar. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat mengelola kasnya dengan baik agar mampu memperoleh keuntungan.

Menurut Sutrisno (2013: 228): Semakin besar laba yang dihasilkan maka menggambarkan kinerja manajemen yang baik dalam mengelola perusahaan. Menurut Sudana (2011: 22): Rasio profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan *return on assets* (ROA). *Return on assets* menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola seluruh aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak. Semakin besar ROA, berarti semakin efisien perusahaan dalam mengelola aktiva untuk menghasilkan laba yang lebih besar.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, dapat diambil kesimpulan bahwa profitabilitas digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat laba yang diperoleh dalam suatu perusahaan. Berikut faktor yang diduga memengaruhi profitabilitas diantaranya adalah *growth opportunity*, ukuran perusahaan, *cash conversion cycle*, dan *financial leverage*.

Menurut Kasmir (2017: 116): Rasio pertumbuhan merupakan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian. Salah satu cara untuk mempertahankan produknya yaitu melalui pengembangan produk dan melakukan promosi. Pengembangan produk dalam perusahaan sangat diperlukan agar mampu bersaing dengan produk lain. Selain itu, dalam memasarkan produknya perusahaan juga harus melakukan promosi agar dapat menarik pelanggan. Hal ini, perusahaan harus mampu meningkatkan penjualannya agar dapat memperoleh laba yang besar.

Menurut Setiawan (2009: 165): *Growth opportunity* merupakan peluang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang. Perusahaan yang memiliki *growth opportunity* yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang besar terhadap penjualan produk. Hal ini bahwa keberhasilan sebuah perusahaan dapat menjual produknya dengan baik.

Selain itu, pertumbuhan yang tinggi dapat memperoleh laba yang tinggi, sehingga akan meningkatkan aset perusahaan. Perusahaan yang memiliki aset yang besar dapat

menunjukkan keberhasilan kinerja manajemen perusahaan dalam menjual dan memasarkan produknya. Hal ini bahwa keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan pertumbuhan dapat menghasilkan laba yang tinggi, sehingga menandakan tingkat efektivitas manajemen perusahaan.

Growth opportunity dapat dihitung dari pertumbuhan penjualan dari tahun sebelumnya. Semakin tinggi pertumbuhan perusahaan maka semakin tinggi profitabilitas, sehingga lebih besar peluang perusahaan untuk terus mengembangkan dan meningkatkan keefektifan perusahaan di masa yang akan datang. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Setiawan (2009) dan Alghusin (2015), yang menunjukkan bahwa *growth opportunity* berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Menurut Setiawan (2009: 164): Ukuran perusahaan merupakan cerminan besar kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan yang besar memiliki total aset yang besar, sehingga perusahaan akan membeli barang baku dengan jumlah yang banyak. Perusahaan yang besar mampu mengendalikan dan menjalankan perusahaan dengan baik, karena perusahaan besar memiliki kinerja manajemen yang baik serta mengoperasikan perusahaan dengan baik. Selain memiliki total aset yang besar, perusahaan lebih mudah mendapatkan pinjaman dari kreditor. Sesuai dengan keputusan Bapepam Nomor Kep-11/PM/1997 yang menyebutkan bahwa perusahaan kecil memiliki total aset tidak lebih dari Rp100.000.000.000,00. Sebaliknya, perusahaan besar memiliki total aset lebih dari Rp100.000.000.000,00.

Menurut Al-Abass (2017: 297): Perusahaan kecil biasanya tidak mudah mendapatkan sumber dana eksternal. Selain itu, perusahaan kecil memiliki total aset yang kecil sehingga apabila perusahaan meminjam uang kepada kreditor akan menurunkan perolehan laba dibandingkan perusahaan besar. Perusahaan yang besar lebih mudah memperoleh laba, karena memiliki kinerja manajemen yang baik sehingga perusahaan mampu mengelola kegiatan operasi perusahaan serta dapat memasarkan produk perusahaan dengan baik. Ukuran perusahaan sangat menentukan tingkat keberhasilan dalam sebuah perusahaan.

Ukuran perusahaan diprosikan dengan menggunakan Logaritma natural (Ln) dari total aset. Tingkat keberhasilan suatu perusahaan dapat dilihat dari laba yang diperoleh. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin tinggi laba yang diperoleh. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Setiawan (2009) dan Alghusin

(2015), yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Menurut Sugathadasa (2018: 38-39): *Cash conversion cycle* merupakan salah satu langkah dalam mengevaluasi serta mengukur risiko dan pengembalian yang terkait dengan manajemen likuiditas. Perusahaan dalam mengevaluasi siklus operasi ini memerlukan rentang waktu dalam menyelesaikan dan mengembalikan uang tunai. *Cash conversion cycle* memiliki tiga komponen, yaitu periode konversi persediaan, periode konversi piutang, dan periode penangguhan pembayaran. Pertama, periode konversi persediaan yaitu perusahaan membeli bahan baku kepada pemasok dan kemudian bahan tersebut diproduksi. Kedua, periode konversi piutang yaitu di mana perusahaan menagih piutangnya kepada pelanggan. Ketiga, periode konversi penangguhan pembayaran yang di mana perusahaan membayar utang kepada pemasok atas bahan baku yang dibeli. Keefektifan suatu perusahaan dapat dilihat dari kemampuan suatu perusahaan dalam menyelesaikan siklus konversi kas, apakah perusahaan dapat menyelesaikan dan mengembalikan kas dalam jangka pendek ataupun jangka panjang.

Menurut Fahmi (2016: 140): *Cash conversion cycle* atau siklus konversi kas menyangkut berapa lama waktu yang diperlukan untuk menghasilkan kas dan digunakan kembali sesuai dengan waktunya. Perusahaan yang dapat menyelesaikan siklus operasi dengan waktu yang singkat akan semakin efisien dibandingkan waktu yang lama. Kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan siklus operasi dengan waktu yang cepat akan lebih cepat perusahaan untuk memperoleh laba.

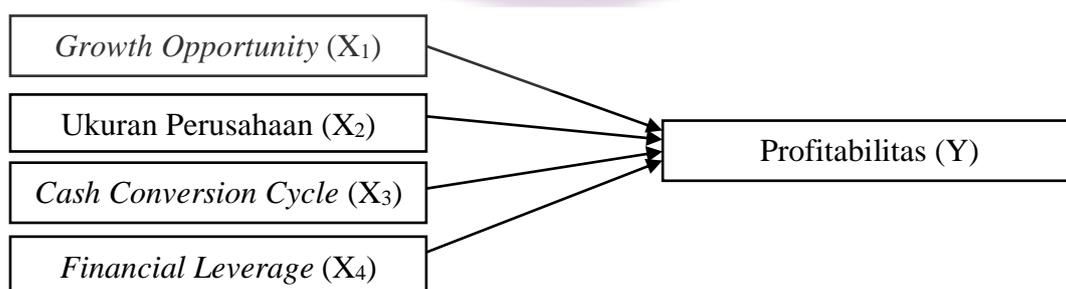
Menurut Al-Abass (2017: 297): *Cash conversion cycle* dapat diukur dengan berapa lama waktu perusahaan menagih piutang dari konsumen ditambah berapa waktu perusahaan menjual persediaan dikurangi berapa lama waktu perusahaan membayar utang kepada supplier. Kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan hasil operasi dilihat dari keefektifitas perusahaan. Apabila perusahaan menyelesaikan *cash conversion cycle* dalam waktu yang pendek, maka semakin cepat perusahaan akan memperoleh kas. Sebaliknya, jika perusahaan menyelesaikan *cash conversion cycle* dalam waktu yang panjang, maka semakin lama perusahaan dalam memperoleh kas. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sugathadasa (2018) dan Murugeau (2013), yang menunjukkan bahwa *cash conversion cycle* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.

Menurut Fahmi (2016: 72): *Financial leverage* adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Utang dibutuhkan perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan. Selain itu, perusahaan harus membatasi utang agar tidak menimbulkan utang yang terlalu tinggi. Utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan yang di mana perusahaan akan sulit untuk melepaskan beban utangnya. Hal ini, perusahaan harus dapat menyeimbangi seberapa besar utang yang layak diambil dan sumber mana yang bisa dipakai untuk membayar utang.

Menurut Kasmir (2017: 112): *Financial leverage* digunakan untuk mengetahui seberapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan asetnya. Perusahaan menggunakan utang dengan tujuan untuk menambah aset perusahaan dalam melaksanakan kegiatan operasional perusahaan. Dalam suatu perusahaan harus mampu memperkirakan seberapa besar utang yang dibutuhkan perusahaan dan seberapa besar perusahaan mampu untuk membayar utang tersebut.

Menurut Sujarweni (2017: 111): *Financial leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajiban baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Kemampuan perusahaan dalam membayar utangnya dilihat dari aktiva yang dimiliki. Selain itu, *financial leverage* dalam penelitian ini dapat dihitung dengan menggunakan *debt to assets ratio* (DAR). Menurut Kasmir (2017: 112): *Debt to assets ratio* dapat dihitung dengan cara perbandingan seluruh utang dengan seluruh aktiva. Semakin besar utang perusahaan daripada aktiva maka perusahaan tersebut mengalami kebangkrutan atau kesulitan keuangan. Dengan kata lain bahwa perusahaan tersebut tidak dapat memenuhi beban utangnya. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan Alghusin (2015) oleh yang menunjukkan bahwa *financial leverage* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.

GAMBAR 1.1
KERANGKA KONSEPTUAL



Tinjauan: Kerangka Pemikiran, 2020

Berdasarkan uraian dari kajian teori, maka penulis merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₁ : *Growth opportunity* berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

H₂ : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

H₃ : *Cash conversion cycle* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.

H₄ : *Financial leverage* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.

METODE PENELITIAN

Bentuk penelitian yang digunakan adalah asosiatif. Pengumpulan data menggunakan data sekunder, berupa laporan keuangan perusahaan sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2014 sampai dengan tahun 2018 yang diperoleh dari situs Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 53 perusahaan. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, dengan kriteria perusahaan yang melakukan IPO sebelum tahun 2014 dan perusahaan tidak mengalami *suspend* selama tahun penelitian dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2018. Berdasarkan kriteria tersebut diperoleh sampel sebanyak 34 perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokolerasi, dan uji heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi (R^2) uji kelayakan model, dan uji t.

PEMBAHASAN

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk menguji *goodness-fit* dari model regresi. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen.

TABEL 1
PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI DI BEI
HASIL PENGUJIAN KOEFISIEN DETERMINASI (R²)
TAHUN 2014 s.d. 2018

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,757 ^a	,573	,560	,0456736

a. Predictors: (Constant), Financial Leverage, Ukuran Perusahaan, Growth Opportunity, Cash Conversion Cycle

b. Dependent Variable: Profitabilitas

Sumber: Data Olahan SPSS 22, 2020

Hasil regresi Tabel 1 menjelaskan bahwa nilai *adjusted R square* sebesar 0,560. Hasil regresi uji koefisien determinasi (R²) ini menunjukkan kemampuan variabel independen (*growth opportunity*, ukuran perusahaan, *cash conversion cycle*, dan *financial leverage*) dalam memberikan penjelasan terhadap perubahan pada variabel dependen (profitabilitas) adalah sebesar 0,560 atau 56% dan sisanya dijelaskan oleh faktor lain.

2. Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (*growth opportunity*, ukuran perusahaan, *cash conversion cycle*, dan *financial leverage*) terhadap variabel dependen (profitabilitas).

TABEL 2
PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI DI BEI
HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS
TAHUN 2014 s.d. 2018
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	-,309	,078
Growth Opportunity	-,014	,013
Ukuran Perusahaan	,017	,003
Cash Conversion Cycle	,000	,000
Financial Leverage	-,221	,023

a. Dependent Variable: Profitabilitas

Sumber: Data Olahan SPSS 22, 2020

Analisis regresi berganda pada Tabel 2, menunjukkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,309 + -0,014X_1 + 0,017X_2 + 0,000X_3 + -0,221X_4 + e$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta pada persamaan regresi menghasilkan nilai negatif sebesar -0,309, yang menunjukkan bahwa semua variabel independen (*growth opportunity*, ukuran perusahaan, *cash conversion cycle*, dan *financial leverage*) bernilai nol maka nilai variabel dependen (profitabilitas) adalah sebesar -0,309.
- b. *Growth opportunity* yang dihitung dengan penjualan tahun ini dikurangi penjualan tahun lalu dibandingkan dengan penjualan tahun lalu memiliki koefisien regresi dengan nilai negatif sebesar 0,014. Hal ini menunjukkan bahwa jika setiap variabel independen lain bernilai konstan, maka setiap kenaikan *growth opportunity* sebesar satu satuan akan menurunkan profitabilitas sebesar 0,014 satuan.
- c. Ukuran perusahaan dihitung dengan menggunakan logaritma natural (Ln) dari total aset yang memiliki koefisien regresi dengan nilai positif sebesar 0,017. Hal ini menunjukkan bahwa jika setiap variabel independen lain bernilai konstan, maka setiap kenaikan ukuran perusahaan sebesar satu satuan akan meningkatkan profitabilitas sebesar 0,017 satuan.
- d. *Cash conversion cycle* diukur dengan menggunakan kombinasi dari tiga rumus. Pertama, *days of sales outstanding*, dihitung dengan membandingkan piutang usaha dan penjualan yang dikali dengan 365. Kedua, *days of sales inventory*, dihitung dengan membandingkan persediaan dan beban pokok penjualan dikali 365. Ketiga, *days of payable outstanding*, dihitung dengan membandingkan utang usaha dengan beban pokok penjualan dikali 365. *Cash conversion cycle* memiliki koefisien regresi dengan nilai sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel independen lain memiliki nilai tetap dan *cash conversion cycle* mengalami kenaikan satu-satuan, maka profitabilitas cenderung berubah. Perubahan nilai terkecil yaitu peningkatan pada *cash conversion cycle* berpengaruh pada peningkatan profitabilitas.
- e. *Financial leverage* dihitung dengan total utang dibandingkan dengan total aset yang memiliki koefisien regresi dengan nilai negatif sebesar -0,221. Hal ini menunjukkan bahwa jika setiap variabel independen lain bernilai konstan, maka setiap penurunan *financial leverage* sebesar satu satuan akan menurunkan profitabilitas sebesar -0,221 satuan.

3. Uji Kelayakan Model

Uji kelayakan model adalah dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi dalam penelitian ini layak diuji atau tidak.

TABEL 3
PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI DI BEI
HASIL PENGUJIAN KELAYAKAN MODEL
TAHUN 2014 s.d 2018

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	,378	4	,094	45,294	,000 ^b
Residual	,282	135	,002		
Total	,660	139			

a. Dependent Variable: Profitabilitas

b. Predictors: (Constant), Financial Leverage, Ukuran Perusahaan, Growth Opportunity, Cash Conversion Cycle

Sumber: Data Olahan SPSS 22, 2020

Pada Tabel 3.13, diketahui bahwa nilai signifikansi uji kelayakan model sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 45,294 > 2,4387$ yang artinya bahwa semua variabel independen dalam penelitian ini (*growth opportunity*, ukuran perusahaan, *cash conversion cycle*, dan *financial leverage*) berpengaruh terhadap variabel dependen (profitabilitas). Hal ini menunjukkan model regresi penelitian ini layak untuk diuji.

4. Uji t

Uji t adalah menguji apakah terdapat pengaruh variabel independen (*growth opportunity*, ukuran perusahaan, *cash conversion cycle*, dan *financial leverage*) terhadap variabel dependen (profitabilitas) yang diformulasikan dalam model.

TABEL 4
PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI DI BEI
HASIL PENGUJIAN UJI t
TAHUN 2014 s.d. 2018

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,309	,078		-3,980	,000
Growth Opportunity	-,014	,013	-,061	-1,059	,292
Ukuran Perusahaan	,017	,003	,401	6,565	,000
Cash Conversion Cycle	,000	,000	-,282	-4,436	,000
Financial Leverage	-,221	,023	-,556	-9,651	,000

a. Dependent Variable: Profitabilitas

Sumber: Data Olahan SPSS 22, 2020

Berdasarkan Tabel 4, hasil uji t pada variabel *growth opportunity* menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $-1,059 > -1,978$ dan nilai signifikansi $0,292 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Jadi hasil pengujian dapat disimpulkan *growth opportunity* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014 sampai tahun 2018. Hasil uji t pada variabel ukuran perusahaan diketahui nilai t_{hitung} sebesar $6,565 > 1,978$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi hasil pengujian dapat disimpulkan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014 sampai tahun 2018. Hasil uji t pada variabel *cash conversion cycle* diketahui nilai t_{hitung} sebesar $-4,436 < -1,978$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi hasil pengujian dapat disimpulkan *cash conversion cycle* berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014 sampai tahun 2018. Hasil uji t pada variabel *financial leverage* diketahui nilai t_{hitung} sebesar $-9,651 < -1,978$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi hasil pengujian dapat disimpulkan *financial leverage* berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014 sampai tahun 2018.

PENUTUP

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa *growth opportunity* tidak terdapat pengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia. Ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia. *Cash conversion cycle* dan *financial leverage* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia.

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis memberikan saran agar penelitian selanjutnya dapat menggunakan model pengukuran lain dalam mengukur profitabilitas, seperti *return on equity*, *return of investment*, *net profit margin*, dan sebagainya. Hal ini agar dapat digunakan sebagai pembandingan model yang tepat dalam penggunaan proksi profitabilitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Abass, Hasan Subhi. 2017. "Relationship between Cash Conversion Cycle (CCC) with Firm Size and Profitability." *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciencies*, Vol. 7, no. 4, pp. 296-304.
- Alghusin, Nawaf Ahmad Salem. 2015. "The Impact of Financial Leverage, Growth, and Size on Profitability of Jordanian Industrial Listed Companies." *Research Journal of Finance and Accounting*, Vol. 6, no. 16, pp. 86-94.
- Fahmi, Irham. 2016. *Pengantar Manajemen Keuangan Teori Dan Soal Jawab*. Bandung: Alfabeta.
- Hayat, Atma, Muhamad Yamin Noch, Hamdani, Mohamad Ridwan Rumasukun, Abdul Rasyid, dan Murni Dahlena Nasution. 2018. *Manajemen Keuangan*. Medan: Madenatera.
- Kasmir. 2016. *Pengantar Manajemen Keuangan Edisi Kedua*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Murugesu, Miss. Tharshiga. 2013. "Effect of Cash Conversion Cycle on Profitability: Listed Plantation Companies n Sri Lanka." *Research Journal of Finance and Accounting*, Vol. 4, no. 18, pp. 132-137.
- Setiawan, Rahmat. 2009. "Pengaruh *Growth Opportunity* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Industri Manufaktur di Indonesia." *Majalah Ekonomi*, Vol. 19, no. 2, pp. 163-173.
- Sudana, I Made. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori & Praktik*. Jakarta: Erlangga.
- Sugathadasa, DDK. 2018. "The Relationship between Cash Conversion Cycle and Firm Profitability: Special Reference to Manufacturing Companies in Colombo Stock Exchange." *Journal of Economics and Finance (IOSR)*, Vol. 9, no. 6, pp. 38-47.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2017. *Manajemen Keuangan Teori Aplikasi dan Hasil Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sutrisno. 2013. *Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Syamsuddin, Lukman. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan Konsep Aplikasi dalam Perencanaan, Pengawasan, dan Pengembalian Keputusan Edisi Baru*. Jakarta: Rajawali Pers.

www.idx.co.id