

PENGARUH LIKUIDITAS, SALES GROWTH, LEVERAGE, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN SEKTOR CONSUMER CYCLICALS

Rifatul Mafrudhoh¹, Syaiful Bahri², Nur Ainiyah³

¹²³Universitas Islam Majapahit Mojokerto, Indonesia

rifatulmafrudhoh@gmail.com, syaifulbahri@unim.ac.id, nurainiyah@unim.ac.id

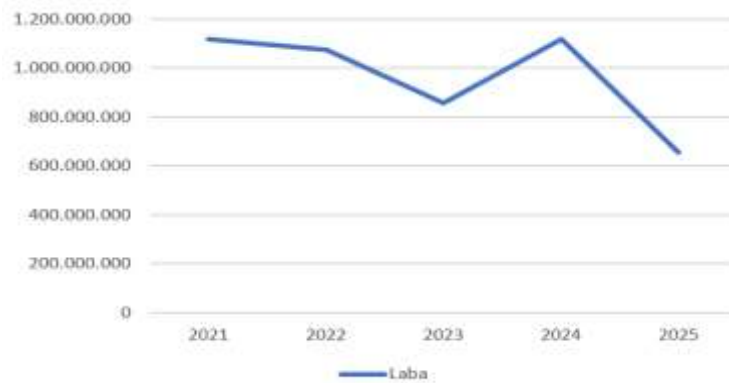
*Corresponding Author

Artikel Informasi	Abstrak
Submission : 27-07-2026 Review : 06-08-2026 Revised : 14-08-2026 Accepted : 25-08-2026 Published : 31-08-2026 Kata kunci: Leverage; Likuiditas; Profitabilitas; Sales Growth; Ukuran Perusahaan	Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh likuiditas, sales growth, leverage, serta ukuran perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan sektor consumer cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2021–2025. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sumber data berupa laporan keuangan tahunan perusahaan yang diperoleh sebagai data sekunder. Penentuan sampel dilakukan melalui metode purposive sampling berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, sehingga menghasilkan 30 perusahaan dengan total 150 observasi selama lima tahun pengamatan. Pengujian hipotesis dan analisis hubungan antarvariabel dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas, sales growth, dan leverage tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Temuan ini mengindikasikan bahwa perubahan pada tingkat likuiditas, pertumbuhan penjualan, maupun penggunaan utang belum mampu memberikan pengaruh yang berarti terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode penelitian. Sebaliknya, ukuran perusahaan terbukti berpengaruh negatif terhadap profitabilitas, sehingga peningkatan skala perusahaan tidak selalu diikuti oleh peningkatan kemampuan menghasilkan laba. Secara bersama-sama, likuiditas, sales growth, leverage, dan ukuran perusahaan terbukti berpengaruh terhadap profitabilitas. Nilai Adjusted R-Square sebesar 0,108 menunjukkan bahwa model penelitian mampu menjelaskan variasi profitabilitas sebesar 10,8%, sementara 89,2% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang digunakan dalam penelitian.
How To cite : Mafrudhoh, R., Bahri, S., & Ainiyah, N. (2026). Pengaruh likuiditas, sales growth, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan sektor consumer cyclicals. <i>Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam (JoIEaF)</i>, 3(1), 46–57.	
DOI: 10.70248/joieaf.v3i1.4417 This is an open access article under https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/ Copyright© 2026 by Author. Published by Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri	



PENDAHULUAN

Profitabilitas menjadi indikator utama dalam menilai kinerja keuangan perusahaan karena mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasionalnya [1]. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan dan mengelola sumber daya yang tersedia secara optimal guna menghasilkan keuntungan [19]. Selain itu, profitabilitas juga memiliki peran penting dalam menarik perhatian investor serta mencerminkan keberlangsungan usaha perusahaan dalam jangka panjang. Profitabilitas yang tinggi dapat menjadi indikator bahwa perusahaan memiliki kondisi usaha yang relatif kuat dan mampu mempertahankan posisi kompetitifnya dalam menghadapi persaingan pasar [2].



Gambar 1. Laba Perusahaan Sektor Consumer Cyclical Tahun 2021-2025

Sumber: Data diolah, 2026

Sektor *consumer cyclical*s mencakup perusahaan yang bergerak dalam penyediaan produk dan layanan non-esensial, di mana tingkat permintaannya cenderung mengalami perubahan mengikuti perekonomian serta kemampuan masyarakat dalam melakukan konsumsi. Karakteristik tersebut menyebabkan kinerja perusahaan pada sektor ini cenderung berfluktuasi sehingga diperlukan pengelolaan keuangan yang baik untuk menjaga stabilitas laba perusahaan. Fenomena pada perusahaan sektor *consumer cyclical*s yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2025 menunjukkan bahwa profitabilitas perusahaan mengalami fluktuasi. Fluktuasi ini mengindikasikan bahwa kinerja perusahaan sangat dipengaruhi kondisi ekonomi serta kemampuan perusahaan dalam mengelola faktor internalnya. Ketidakstabilan profitabilitas tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat permasalahan dalam pengelolaan keuangan perusahaan.

Penelitian ini didasarkan pada *signaling theory* dan *trade-off theory*. *Signaling theory* menyatakan bahwa perusahaan memberikan sinyal kepada investor melalui informasi dalam laporan keuangan untuk menggambarkan kondisi perusahaan [3]. Sementara itu, *trade-off theory* menerangkan bahwa perusahaan perlu menentukan struktur modal yang optimal dengan menyeimbangkan manfaat yang diperoleh dari pendanaan melalui utang, seperti adanya penghematan pajak serta risiko yang menyertainya. Keseimbangan tersebut akan memengaruhi keputusan pendanaan serta berdampak pada kinerja dan profitabilitas [4].

Terdapat beberapa faktor yang diduga memengaruhi profitabilitas. Faktor pertama yaitu likuiditas, kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya [1]. Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang baik cenderung memiliki kondisi keuangan yang stabil sehingga mampu menghindari risiko kesulitan keuangan (*financial distress*) dan meningkatkan kepercayaan investor. Penelitian [5] serta [6] bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Namun, hasil yang berbeda ditemukan oleh [7] dan [8] bahwa likuiditas berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.

Faktor kedua yang diduga memengaruhi profitabilitas yaitu *sales growth*. Pertumbuhan penjualan mencerminkan sejauh mana perusahaan mampu meningkatkan pendapatan penjualan pada setiap periode serta menunjukkan keberhasilan strategi pemasaran yang diterapkan. Semakin tinggi pertumbuhan penjualan maka semakin besar peluang perusahaan dalam meningkatkan laba yang diperoleh. [5] serta [9] menemukan *sales growth* berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Sebaliknya, [10] dan [11] menemukan *sales growth* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

Faktor selanjutnya yang diduga memengaruhi profitabilitas yaitu *leverage*. *Leverage* menunjukkan besarnya perusahaan menggunakan utang dalam membiayai aktivitas operasionalnya. Penggunaan utang secara efektif menjadi sumber pendanaan yang mampu meningkatkan laba melalui mekanisme *financial leverage*, terutama jika perusahaan mampu menghasilkan tingkat pengembalian yang lebih tinggi dibandingkan biaya utangnya. Akan tetapi, penggunaan utang yang berlebihan dapat meningkatkan risiko keuangan dan menurunkan profitabilitas perusahaan [20]. Penelitian [11] serta [12] bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Sebaliknya, [13] dan [8] menemukan *leverage* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.

Faktor berikutnya yang diduga memengaruhi profitabilitas yaitu ukuran perusahaan (*firm size*). Ukuran perusahaan mencerminkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari total aset, penjualan, maupun kapitalisasi pasar. Perusahaan yang berukuran besar umumnya memiliki keunggulan dalam hal akses pendanaan, efisiensi operasional, serta kemampuan dalam menghadapi risiko bisnis. Hal ini memungkinkan perusahaan besar untuk menghasilkan profitabilitas yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan kecil. Penelitian [11] serta [12] menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Namun, penelitian [10] dan [14] menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.

Berdasarkan adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh likuiditas, *sales growth*, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas, serta fenomena fluktuasi profitabilitas pada perusahaan sektor *consumer cyclicals*, menunjukkan bahwa hubungan antar variabel tersebut masih perlu dikaji lebih lanjut. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis sejauh mana likuiditas, *sales growth*, *leverage*, serta ukuran perusahaan memengaruhi tingkat profitabilitas perusahaan pada sektor *consumer cyclicals* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021-2025.

TINJAUAN PUSTAKA

Likuiditas dan Profitabilitas

Likuiditas menggambarkan kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi dan melunasi kewajiban jangka pendek yang telah jatuh tempo dalam jangka waktu paling lama satu tahun [2]. Tingkat likuiditas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang baik dalam menjaga stabilitas keuangan dan kelancaran operasional. Dalam perspektif *signaling theory*, tingkat likuiditas yang tinggi dapat menjadi indikasi positif bagi investor karena mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek serta mengelola aset lancar secara efektif. Kondisi tersebut dapat meningkatkan kepercayaan investor serta mendukung aktivitas operasional perusahaan sehingga berdampak pada peningkatan laba. Semakin tinggi tingkat likuiditas, semakin tinggi profitabilitas perusahaan. Hal ini diperkuat temuan [5], [15], serta [14] bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

H1: Likuiditas berpengaruh positif terhadap profitabilitas

Sales Growth dan Profitabilitas

Sales growth merupakan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan penjualan dari satu periode ke periode berikutnya [16]. Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam memperluas pasar, meningkatkan permintaan produk, dan mempertahankan daya saing. Berdasarkan *signaling theory*,

kenaikan penjualan mencerminkan adanya sinyal positif terhadap potensi pertumbuhan dan kinerja perusahaan pada masa yang akan datang. Tingginya pertumbuhan penjualan menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan pendapatan yang lebih besar sehingga berpotensi meningkatkan laba. Hal ini diperkuat temuan [5], [9], serta [14] bahwa *sales growth* berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

H2: *Sales Growth* berpengaruh positif terhadap profitabilitas

Leverage dan Profitabilitas

Leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana perusahaan menggunakan utang dalam membiayai aset dan aktivitas operasionalnya [17]. Dalam perspektif *trade-off theory*, pemanfaatan utang pada tingkat yang tepat memberikan keuntungan bagi perusahaan, baik melalui penghematan pajak maupun tersedianya tambahan dana yang dapat digunakan untuk menunjang pengembangan dan ekspansi usaha. Apabila dikelola secara efektif, penggunaan utang dapat meningkatkan kapasitas operasional perusahaan dan mendorong peningkatan laba. Berdasarkan hal tersebut, *leverage* dapat menjadi faktor yang memengaruhi profitabilitas perusahaan. Semakin optimal penggunaan *leverage*, semakin tinggi profitabilitas perusahaan. Hal ini diperkuat temuan [11] serta [12] bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

H3: *Leverage* berpengaruh positif terhadap profitabilitas

Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas

Ukuran perusahaan merupakan skala yang menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang umumnya diukur menggunakan total aset [18]. Perusahaan berskala besar didukung sumber daya yang lebih memadai, peluang memperoleh pendanaan yang lebih luas, serta kemampuan operasional yang lebih baik daripada perusahaan berskala kecil. Berdasarkan *signaling theory*, ukuran perusahaan yang besar menjadi indikasi bahwa perusahaan memiliki kondisi yang lebih stabil dan prospek yang menjanjikan. Keunggulan tersebut memungkinkan perusahaan meningkatkan efisiensi operasional dan menghasilkan laba yang lebih tinggi. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin tinggi profitabilitas. Hal ini diperkuat temuan [11] serta [12] bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

H4: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian kuantitatif asosiatif kausal. Populasi perusahaan sektor *consumer cyclicals* yang terdaftar di BEI periode 2021-2025 sebanyak 163 perusahaan. Pengambilan sampel *purposive sampling*: (1) perusahaan sektor *consumer cyclicals* di BEI sampai periode 2025, (2) menyajikan laporan keuangan mata uang rupiah, (3) memperoleh laba, (4) konsisten menyajikan laporan keuangan, dan (5) memiliki data lengkap. Berdasarkan Tabel 1 jumlah sampel 30 perusahaan selama periode 2021-2025 berarti 5 tahun, maka analisis didasarkan pada $30 \times 5 = 150$ data.

Tabel 1. Prosedur Pemilihan Sampel

Kriteria	Jumlah
Perusahaan sektor <i>consumer cyclicals</i> terdaftar di BEI sampai periode 2025	163
Tidak menyajikan dengan mata uang rupiah	(4)
Mengalami kerugian pada periode penelitian	(76)

Kriteria	Jumlah
Tidak konsisten menyajikan laporan keuangan	(40)
Tidak memiliki data lengkap sesuai dengan variabel	(13)
Memenuhi kriteria dan sampel penelitian	(30)
Jumlah observasi : 5 tahun X 30 perusahaan	150

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan Tabel 2 penelitian sebanyak 150 observasi dari perusahaan sektor *consumer cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021-2025.

Tabel 2. Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Likuiditas	150	0.4904	24.8873	2.813965	3.1311540
<i>Sales growth</i>	150	0.4829	890.1933	9.776987	79.1836612
<i>Leverage</i>	150	0.0461	940.5014	11.992533	88.6310389
Ukuran perusahaan	150	22.0762	31.2144	26.226274	2.7717657
Profitabilitas	150	0.0004	0.5496	0.068228	0.0652427

Variabel profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Assets* (ROA) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,0682 atau 6,82%. Nilai tersebut menunjukkan perusahaan sektor *consumer cyclicals* yang menjadi sampel penelitian mampu menghasilkan laba sebesar 6,82% dari total aset yang dimiliki. Standar deviasi sebesar 0,0652 yang relatif mendekati nilai rata-rata menunjukkan adanya variasi profitabilitas antar perusahaan yang cukup moderat. Kondisi ini mencerminkan tingkat kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba selama periode penelitian cenderung beragam.

Variabel likuiditas dengan CR sebesar 2,8140. Nilai tersebut menggambarkan secara umum perusahaan memiliki aset lancar yang mampu menutupi kewajiban jangka pendek sebesar 2,81 kali. Nilai standar deviasi sebesar 3,1312 melampaui nilai rata-rata mengindikasikan tingkat likuiditas antarperusahaan dalam sampel penelitian menunjukkan tingkat penyebaran atau variasi yang relatif tinggi. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek berbeda-beda.

Variabel *sales growth* sebesar 9,7770. Nilai tersebut mencerminkan perusahaan mengalami pertumbuhan penjualan. Namun, standar deviasi sebesar 79,1837 yang jauh lebih besar dibandingkan nilai rata-rata mengindikasikan adanya perbedaan tingkat pertumbuhan penjualan yang sangat tinggi antar perusahaan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa tidak semua perusahaan mampu meningkatkan penjualannya secara konsisten.

Variabel *leverage* dengan DER sebesar 11,9925. Hasil tersebut mengindikasikan sebagian masih memanfaatkan utang sebagai sumber pendanaan dalam menjalankan aktivitas operasional. Nilai standar deviasi sebesar 88,6310 jauh lebih besar dibandingkan tingkat rata-rata mengindikasikan adanya heterogenitas struktur pendanaan antar perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat perusahaan dengan tingkat penggunaan utang yang sangat tinggi dibandingkan perusahaan lainnya.

Variabel ukuran perusahaan dengan LN (Total Aset) sebesar 26,2263. Hasil tersebut mengindikasikan mayoritas sampel termasuk dalam kategori perusahaan dengan total aset yang relatif tinggi. Standar deviasi sebesar 2,7718 yang lebih rendah

dibandingkan nilai rata-rata menunjukkan ukuran perusahaan cenderung seragam sehingga tidak terdapat perbedaan yang terlalu besar dalam skala perusahaan yang diteliti.

Tabel 3. Uji Normalitas Data

Unstandardized Residual		
N	150	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	0.10178543
Most Extreme Differences	Absolute	0.068
	Positive	0.068
	Negative	-0.038
Test Statistic		0.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.085 ^c

Uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov. Hasil pengujian menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0.085 dengan jumlah observasi (N) sebanyak 150. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,085 > 0,05$) sehingga residual terdistribusi normal. Selain itu, nilai mean residual sebesar 0.0000000 mengindikasikan tidak adanya bias sistematis pada model regresi.

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Likuiditas	0.962	1.040
<i>Sales growth</i>	0.996	1.004
<i>Leverage</i>	0.993	1.007
Ukuran perusahaan	0.952	1.051

Berdasarkan Tabel 4, hasil uji multikolinearitas menunjukkan seluruh variabel independen memiliki nilai tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 sesuai kriteria yang ditetapkan [21]. Nilai VIF tertinggi terdapat pada variabel ukuran perusahaan sebesar 1,051, sedangkan nilai terendah terdapat pada variabel *sales growth* sebesar 1,004. Hasil tersebut mengindikasikan model regresi terbebas dari gejala multikolinearitas dan korelasi antar variabel relatif rendah.

Pengujian autokorelasi dilakukan dengan menggunakan Durbin-Watson (DW) diperoleh nilai DW sebesar 0,918. Hasil tersebut berada pada rentang $-2 < DW < 2$, maka residual pada model bersifat saling bebas dan tidak terdapat korelasi antar residual

Pengujian heteroskedastisitas melalui metode Spearman's rho menghasilkan nilai signifikansi di atas 0,05, yaitu likuiditas sebesar 0,812, *sales growth* sebesar 0,424, *leverage* sebesar 0,211, dan ukuran perusahaan sebesar 0,789. Dengan mengacu pada hasil pengujian, model regresi dapat dinyatakan bebas dari gejala heteroskedastisitas.

Uji koefisien determinasi berdasarkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,108 yang berarti variabel likuiditas, *sales growth*, *leverage*, dan ukuran perusahaan mampu menjelaskan profitabilitas sebesar 10,8%, sedangkan 89.2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Uji ketepatan model (Uji F), diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka model persamaan regresi yang diformulasikan telah tepat dan layak digunakan. Hasil koefisien regresi dan uji t disajikan pada tabel 5.

Tabel 5. Uji Regresi Linier

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Uji t	Nilai Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.579	0.081	0.579	7.122	0.000
Likuiditas	-0.001	0.003	-0.017	-0.212	0.833
<i>Sales growth</i>	0.000	0.000	-0.130	-1.672	0.097
<i>Leverage</i>	1.854E-6	0.000	0.002	0.019	0.985
Ukuran perusahaan	-0.013	0.003	-0.327	-4.126	0.000

Variabel likuiditas memiliki koefisien sebesar -0,017 dengan tingkat signifikansi 0,833 ($> 0,05$) serta nilai t sebesar -0,212. Hasil ini menunjukkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Berdasarkan hal tersebut, H1 yang menyatakan likuiditas berpengaruh positif terhadap profitabilitas ditolak.

Koefisien variabel *sales growth* sebesar -0,130 dengan tingkat signifikansi 0,097 ($> 0,05$) serta nilai t hitung sebesar -1,672. Hasil ini menunjukkan bahwa *sales growth* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Berdasarkan hal tersebut, H2 yang menyatakan *sales growth* berpengaruh positif terhadap profitabilitas ditolak.

Koefisien variabel *leverage* sebesar 0,002 dengan tingkat signifikansi 0,985 ($> 0,05$) serta nilai t sebesar 0,019. Hasil ini menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Berdasarkan hal tersebut, H3 yang menyatakan *leverage* berpengaruh positif terhadap profitabilitas ditolak.

Koefisien variabel ukuran perusahaan sebesar -0,327 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($< 0,05$) serta nilai t sebesar -4,126. Berdasarkan hasil pengujian, ukuran perusahaan memberikan pengaruh negatif terhadap profitabilitas sehingga H4 ditolak.

Tabel 6. Kesimpulan Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Prediksi	Hasil	Keputusan
H1	Likuiditas (+)	Tidak signifikan	Ditolak
H2	<i>Sales growth</i> (+)	Tidak signifikan	Ditolak
H3	<i>Leverage</i> (+)	Tidak signifikan	Ditolak
H4	Ukuran perusahaan (+)	Negatif signifikan	Ditolak

PEMBAHASAN

Pengaruh Likuiditas terhadap Profitabilitas

Hasil penelitian menunjukkan likuiditas tidak mampu memberikan pengaruh terhadap profitabilitas perusahaan sektor *consumer cyclicals*. Kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek tidak dapat dijadikan jaminan bahwa perusahaan juga mampu meningkatkan perolehan laba. Perusahaan cenderung mempertahankan aset lancar dalam jumlah besar untuk menjaga kestabilan operasional dan mengantisipasi ketidakpastian kondisi ekonomi sehingga aset yang tersedia belum digunakan secara optimal untuk aktivitas yang produktif.

Berdasarkan perspektif signaling theory, informasi keuangan yang disampaikan perusahaan menjadi dasar bagi investor dalam menilai prospek dan kinerja perusahaan. Tingkat likuiditas yang tinggi dapat dipersepsikan sebagai sinyal bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang baik dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Namun, kondisi tersebut tidak selalu menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang tinggi. Dengan demikian, penilaian investor tidak hanya

didasarkan pada tingkat likuiditas, tetapi juga pada efektivitas perusahaan dalam mengelola asetnya sehingga mampu menghasilkan profitabilitas yang optimal. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian [9] dan [12] bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Namun, hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian [5] serta [14] menemukan likuiditas berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Pengaruh *Sales Growth* Terhadap Profitabilitas

Hasil penelitian menunjukkan *sales growth* tidak memberikan pengaruh terhadap profitabilitas perusahaan sektor *consumer cyclicals*. Kondisi ini menunjukkan bahwa peningkatan penjualan belum tentu diikuti dengan peningkatan laba perusahaan. Dalam praktiknya, peningkatan penjualan sering disertai dengan meningkatnya biaya operasional, biaya pemasaran, maupun biaya distribusi sehingga laba yang diperoleh perusahaan tidak mengalami peningkatan secara optimal.

Berdasarkan *signaling theory*, pertumbuhan penjualan memberikan sinyal yang baik kepada investor sebab kondisi tersebut mengindikasikan adanya peningkatan aktivitas dan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan pasar. Namun, peningkatan penjualan tersebut belum tentu mencerminkan efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Berdasarkan hal tersebut, pertumbuhan penjualan belum dapat dijadikan indikator utama yang mencerminkan peningkatan profitabilitas perusahaan.

Pada sektor *consumer cyclicals*, kondisi penjualan sangat dipengaruhi oleh daya beli masyarakat dan kondisi ekonomi. Perubahan pola konsumsi masyarakat menyebabkan perusahaan harus menyesuaikan strategi penjualannya sehingga peningkatan penjualan tidak selalu memberikan dampak langsung terhadap laba perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian [11] dan [10] bahwa *sales growth* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian [5] serta [9] menemukan *sales growth* berpengaruh positif terhadap profitabilitas

Pengaruh *Leverage* Terhadap Profitabilitas

Hasil penelitian menunjukkan *leverage* tidak memberikan pengaruh terhadap profitabilitas perusahaan sektor *consumer cyclicals*. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa pemanfaatan utang dalam struktur modal perusahaan belum memberikan kontribusi terhadap peningkatan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Hal ini dapat disebabkan oleh belum optimalnya pengelolaan dana yang bersumber dari utang untuk mendukung kegiatan operasional maupun pengembangan usaha.

Temuan ini sejalan dengan *trade-off theory* yang menekankan pentingnya mempertimbangkan keuntungan pendanaan melalui utang dan risiko yang menyertainya. Penggunaan utang memang dapat memberikan manfaat berupa tambahan sumber pendanaan dan penghematan pajak, namun di sisi lain juga dapat meningkatkan risiko keuangan serta beban perusahaan. Apabila penggunaan utang tidak dikelola secara optimal, maka utang justru tidak mampu meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Pada perusahaan sektor *consumer cyclicals*, kondisi pasar yang fluktuatif menyebabkan perusahaan menghadapi tingkat risiko yang cukup tinggi. Dalam kondisi tersebut, penggunaan utang yang besar dapat meningkatkan tekanan keuangan perusahaan sehingga tidak memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan laba. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian [10] menunjukkan

leverage tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Namun, hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian [11] dan [12] menemukan *leverage* berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas

Hasil penelitian menunjukkan ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap profitabilitas perusahaan sektor *consumer cyclicals*. Kondisi ini menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba cenderung menurun. Perusahaan dengan skala besar umumnya memiliki kompleksitas operasional yang lebih tinggi serta biaya operasional yang lebih besar sehingga pengelolaan perusahaan menjadi kurang efisien.

Berdasarkan *signaling theory*, perusahaan dengan skala besar sering kali dipandang sebagai indikator positif karena menunjukkan kepemilikan aset, sumber daya, dan akses terhadap pendanaan yang lebih baik. Namun, besarnya skala perusahaan tidak selalu mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya tersebut secara efektif untuk menghasilkan laba. Semakin besar perusahaan, semakin besar pula biaya yang harus dikelola sehingga dapat menekan profitabilitas perusahaan.

Pada sektor *consumer cyclicals*, perusahaan besar juga menghadapi persaingan pasar yang ketat serta perubahan perilaku konsumen yang cepat. Kondisi tersebut menyebabkan perusahaan harus mengeluarkan biaya yang lebih besar untuk mempertahankan pangsa pasar dan kegiatan operasionalnya sehingga profitabilitas perusahaan menjadi menurun. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian [10] dan [14] menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian [11] serta [12] menemukan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

KESIMPULAN

Likuiditas tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Kemampuan perusahaan yang tinggi dalam memenuhi kewajiban jangka pendek tidak serta merta diikuti oleh peningkatan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa aset lancar yang dimiliki perusahaan lebih difokuskan untuk menjaga kelancaran operasional dan memenuhi kewajiban jangka pendek dibandingkan untuk aktivitas yang mampu meningkatkan profitabilitas.

Sales growth tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Peningkatan penjualan tidak selalu diikuti oleh peningkatan laba perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang terjadi kemungkinan disertai dengan peningkatan biaya operasional, biaya pemasaran, maupun biaya distribusi sehingga tambahan pendapatan yang diperoleh belum mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap profitabilitas.

Leverage tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Penggunaan utang belum mampu meningkatkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Utang yang digunakan sebagai sumber pendanaan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan, namun beban bunga dan risiko keuangan yang menyertainya dapat mengurangi pengaruh leverage terhadap profitabilitas.

Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. Kepemilikan aset dalam jumlah besar tidak secara otomatis mencerminkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba yang lebih tinggi. Besarnya aset yang dimiliki dapat

meningkatkan biaya operasional dan kompleksitas pengelolaan perusahaan sehingga berpotensi menekan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas perusahaan sektor *consumer cyclical*s yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2025 tidak dipengaruhi likuiditas, *sales growth*, dan *leverage*, tetapi dipengaruhi ukuran perusahaan. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba tidak hanya ditentukan oleh kondisi likuiditas, pertumbuhan penjualan, maupun struktur pendanaan, tetapi juga efektivitas pengelolaan aset dan efisiensi operasional perusahaan. Hasil penelitian ini turut memperkaya literatur mengenai faktor-faktor yang memengaruhi profitabilitas pada perusahaan sektor *consumer cyclical*s di Indonesia.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya menggunakan empat variabel independen, yaitu likuiditas, *sales growth*, *leverage*, dan ukuran perusahaan sehingga belum mampu menjelaskan seluruh faktor yang memengaruhi profitabilitas perusahaan. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain seperti struktur modal, aktivitas perusahaan, *corporate governance*, serta mempertimbangkan kondisi makroekonomi seperti inflasi dan suku bunga sebagai variabel pemoderasi. Selain itu, penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya menggunakan perusahaan sektor *consumer cyclical*s yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021-2025 sebagai objek penelitian. Hasil yang diperoleh perlu diinterpretasikan secara hati-hati apabila diterapkan pada sektor industri atau periode penelitian yang berbeda. Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan objek penelitian dengan melibatkan sektor lain serta memperpanjang periode pengamatan agar hasil yang diperoleh lebih representatif dan memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik.

Pernyataan Tidak Menggunakan Kecerdasan Buatan

Kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) tidak digunakan dalam proses penyusunan manuskrip ini. Penulis tidak menggunakan alat kecerdasan buatan untuk menghasilkan, menganalisis, atau memodifikasi isi artikel ini. Penulis bertanggung jawab sepenuhnya terhadap keakuratan, orisinalitas, integritas, dan isi akademik manuskrip.

Konflik Kepentingan

Penulis menyatakan bahwa tidak terdapat konflik kepentingan yang berkaitan dengan penelitian dan publikasi artikel ini.

Kontribusi Penulis

Rifatul Mafrudhoh berkontribusi dalam konseptualisasi penelitian, pengumpulan dan pengolahan data, analisis data, penyusunan draf awal, serta penulisan dan penyuntingan manuskrip. Syaiful Bahri dan Nur Ainiyah berkontribusi dalam memberikan bimbingan dan supervisi selama proses penelitian, memberikan masukan terhadap metodologi dan analisis penelitian, serta melakukan peninjauan dan penyuntingan manuskrip. Seluruh penulis telah membaca dan menyetujui versi akhir manuskrip.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Universitas Islam Majapahit Mojokerto atas dukungan akademik dan fasilitas yang diberikan selama proses

penelitian dan penyusunan manuskrip ini. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam penyelesaian penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. K. Dewi, H. Setiono, dan M. B. Ilmidavviq, "Pengaruh ROA, CR dan DER Terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Teknologi Yang Terdaftar di Bei Periode 2021-2023," *Akuntansi*, vol. 3, no. 3, hlm. 38–49, Agu 2024, doi: 10.55606/akuntansi.v3i3.2024.
- [2] S. Bahri, H. Setiono, N. Ainiyah, M. B. Ilmidavviq, dan M. Khanida, *Reaksi Pasar Perspektif Kinerja Keuangan*. Purbalingga: CV. Diva Pustaka, 2025.
- [3] S. Nur, V. N. Suciyaniti, A. Winarti, dan Z. Azmi, "Pemanfaatan Teori Signal dalam Bidang Akuntansi: Literatur Review," *Jurnal Ilmu Ekonomi, Bisnis, dan Manajemen*, vol. 4, no. 2, hlm. 55–65, Agu 2024, doi: 10.34007/ebmsj.v4i2.564.
- [4] N. Umdiana dan H. Claudia, "Struktur Modal Melalui Trade Off Theory," *Jurnal Akuntansi Kajian Ilmiah Akuntansi (JAK)*, vol. 7, no. 1, hlm. 52–70, Jan 2020, doi: 10.30656/jak.v7i1.1930.
- [5] S. D. Maharani dan D. Mariani, "Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Green Accounting Terhadap Profitabilitas," *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi Pajak*, vol. 2, no. 3, hlm. 231–240, Agu 2025, doi: 10.61132/aepgp.v2i3.1506.
- [6] Sarifudin dan R. M. Rizqi, "Pengaruh Likuiditas Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2024," *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, vol. 2, no. 1, hlm. 213–234, 2026, doi: 10.63822/dy7yq221.
- [7] S. D. Wardhani, Mahirun, dan Meliza, "Pengaruh Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham Perusahaan Sub Sektor Farmasi dan Riset Kesehatan di Bursa Efek Indonesia dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening," *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, vol. 7, no. 2, hlm. 162–178, 2024, doi: 10.31842/jurnalinobis.v7i2.313.
- [8] F. R. Muchlis dan Ratnaningrum, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Likuiditas Pada Profitabilitas Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2019-2023," *Jurnal Publikasi Ekonomi dan Akuntansi*, vol. 6, no. 2, hlm. 90–102, Mei 2026, doi: 10.51903/jupea.v6i2.5782.
- [9] R. K. Sari, Sunaryo, dan E. Bandawaty, "Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas," *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, vol. 7, Jun 2025, doi: 10.34005/akrual.v7i1.5082
- [10] F. K. Manurung, I. C. Panjaitan, H. Munthe, dan K. H. Siregar, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Total Debt To Equity Ratio (DER), Dan Leverage Terhadap Return On Asset Pada Perusahaan Manufaktur," *Jurnal Lentera Bisnis*, vol. 14, no. 2, hlm. 2461–2475, Mei 2025, doi: 10.34127/jrlab.v14i2.1621.
- [11] C. H. Putri dan Jamaludin, "Pengaruh Sales Growth, Firm Age, Firm Size Dan Leverage Terhadap Profitabilitas," *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, vol. 5, no. 4, hlm. 1937–1949, Okt 2023, doi: 10.24912/jpa.v5i4.26646.
- [12] Amelya dan E. S. Dermawan, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Aset, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pada Perusahaan

- Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019," *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, vol. 6, no. 2, hlm. 861-877, Apr 2024, doi: 10.24912/jpa.v6i2.29808.
- [13] H. F. Rompis, J. E. Tulung, dan J. S. B. Sumarauw, "Pengaruh Leverage, Arus Kas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas (ROA) Perusahaan Otomotif di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2024," *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, vol. 13, no. 4, hlm. 665-675, Nov 2025, doi: 10.35794/emba.v13i04.65064.
- [14] N. W. S. A. Yanti, I. W. Widnyana, dan I. W. Sukadana, "Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Sub Sektor Kesehatan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia," *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, vol. 6, no. 2, hlm. 496-515, Feb 2025, doi: 10.36733/emas.v6i2.11333.
- [15] G. M. Tunggalono dan B. Witono, "Pengaruh Firm Size, Leverage , dan Likuiditas Perusahaan Terhadap Profitabilitas Perusahaan," *Community Engagement & Emergence Journal*, vol. 6, no. 4, hlm. 2293-2306, 2025, doi: 10.37385/ceej.v6i4.9004.
- [16] I. D. P. Dewi dan Mirdawati, "Pengaruh Sales Growth, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal," *Jurnal Ekonomi Bisnis*, vol. 29, no. 2, hlm. 70-77, 2023, doi: 10.33592/jeb.v29i2.3733.
- [17] D. A. N. Sholichah, N. Ainiyah, dan M. B. Ilmiddaviq, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI Periode 2020-2023," *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, vol. 3, no. 3, hlm. 264-274, Sep 2025, doi: 10.59966/ekalaya.v3i3.2061.
- [18] S. Bahri and Faisol, "Determinasi Kualitas Laba : Peran Profitabilitas , Leverage , dan Ukuran Perusahaan," *Joebis J. Econ. Bus.*, vol. 3, no. 1, pp. 48-60, 2026, doi: 10.52298/joebis.v3i1.185.
- [19] I. Aprilia, *Akuntansi Manajemen Perencanaan Strategi*. Diva Pustaka, Purbalingga, 2026.
- [20] R. Mafrudhoh, *Akuntansi Keuangan Menengah*. Diva Pustaka, Purbalingga, 2026.
- [21] S. Bahri, *Metodologi Penelitian Bisnis Edisi Revisi*. Yogyakarta: Andi, 2025.