

PENGARUH PERPUTARAN PERSEDIAAN DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP PROFITABILITAS DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Kasus pada Perusahaan Retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022)

Novia Lailia^{1*}, Sri Luayyi², Srikalimah³

Prodi Akuntansi, Universitas Islam Kediri

Jl. Sersan Suharmaji No. 38, Manisrenggo, Kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur 64128

relianovia@gmail.com, sriluayyi.kediri@yahoo.co.id, srikalimah@uniska-kediri.ac.id

Abstrack

This research aims to analyze the influence of inventory turnover and sales growth on profitability with company size as a moderating variable. The profitability variable is proxied by ROA. The sampling technique in this research uses the method purposive sampling. The final sample obtained was 28 companies. This research uses secondary data obtained through website Indonesian Stock Exchange (BEI). This research is quantitative research using moderated regression analysis. The research results show that partially and simultaneously inventory turnover and sales growth have no effect on profitability, while company size is unable to moderate the relationship between inventory turnover and profitability and company size is able to moderate the relationship between sales growth and profitability.

Keywords: *Inventory Turnover, Sales Growth, Profitability, Company Size*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Perputaran Persediaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. Variabel profitabilitas diproksikan dengan ROA. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Sampel akhir yang diperoleh yaitu sebanyak 28 perusahaan. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui *website* Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan perputaran persediaan dan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas, sedangkan ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan antara perputaran persediaan terhadap profitabilitas dan ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan antara pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas.

Kata Kunci : *Perputaran Persediaan, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan*

Article History

Received: November 2024

Reviewed: November 2024

Published: November 2024

Plagiarism Checker No 225.66f

DOI : Prefix DOI :

10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed under
a [Creative Commons
Attribution-NonCommercial 4.0
International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

1. Pendahuluan

Perkembangan dunia usaha dan perkembangan teknologi telah membawa pengaruh besar terhadap perekonomian Indonesia. Hal ini dapat dilihat dengan adanya persaingan yang semakin ketat dalam dunia usaha serta banyaknya perusahaan-perusahaan baru yang bermunculan. Persaingan ini mengharuskan perusahaan untuk dapat selalu maju dan berkembang dengan mengelola semua sumber daya yang ada secara optimal agar dapat bertahan di dunia usaha dan mendapatkan laba yang maksimal.

Perusahaan merupakan organisasi yang beroperasi dengan tujuan untuk menghasilkan keuntungan, dengan cara menjual produk barang atau jasa kepada para pelanggannya. Tercapainya tujuan tersebut ditentukan oleh kinerja yang nantinya akan dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan manajer perusahaan. Seberapa baik kinerja operasional perusahaan dalam menjalankannya sesuai tujuan yang sudah direncanakan. Sebab jika perusahaan tidak menghasilkan profit yang sudah direncanakan akan berdampak pada operasi perusahaan yang terus menurun dan berakhir untuk menutup usahanya (Canizio, 2017). Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1997 tentang Dokumen Perusahaan Pasal 1 ayat 1, perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang melakukan kegiatan secara tetap dan terus menerus dengan tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba, baik yang diselenggarakan oleh orang-perorangan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan dalam wilayah Negara Republik Indonesia. Setiap perusahaan baik perusahaan kecil maupun perusahaan yang sudah besar pasti menginginkan peningkatan laba dari tahun ke tahun.

Salah satu sub sektor perusahaan yang kita ketahui adalah perusahaan retail. Retail merupakan mata rantai yang penting dalam proses distribusi barang dan merupakan mata rantai terakhir dalam suatu proses distribusi [2]. Melalui ritail, suatu produk dapat bertemu langsung dengan penggunanya. Bisnis ritel di Indonesia memberikan kontribusi yang besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan juga menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar. Angka pertumbuhan bisnis retail Indonesia dipengaruhi oleh kekuatan daya beli masyarakat, penambahan jumlah penduduk, dan juga banyaknya kebutuhan masyarakat akan pemenuhan produk konsumsi.

Pada perkembangannya, kini bisnis retail di Indonesia mulai bertransformasi dari bisnis retail tradisional menuju bisnis retail modern. Perkembangan bisnis retail modern di Indonesia sudah semakin menjamur di hampir seluruh wilayah Indonesia. Hal tersebut dapat terlihat dari banyaknya toko retailer modern yang membuka cabang di berbagai wilayah di Indonesia. Namun saat ini bisnis retail sedang goyah di tengah pandemi COVID-19. Mengacu pada laporan keuangan auditan perusahaan pada tahun 2019, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (AMRT) dan PT Matahari Department Tbk (LPPF) masing-masing mencatatkan kenaikan pendapatan sebesar 9,2% dan 0,4% year on year (yoy). Sementara dua emiten yang lain yakni PT Erajaya Swasembada Tbk (ERAA) dan PT Hero Supermarket Tbk (HERO) justru membukukan penurunan pendapatan masing-masing sebesar 5,2% dan 5,4% (yoy). Fenomena terjadinya penurunan profitabilitas khususnya *Return On Assets* pada tahun ke tahun mulai dari 2019 – 2022 merupakan masalah bagi perusahaan yang disebabkan oleh berbagai faktor. Hal ini akan mengakibatkan kerugian suatu perusahaan karena sulitnya mengelola keuangan untuk pengembangan bisnis dan prestasi perusahaan juga dapat menurun dimasa yang akan datang.

Persediaan merupakan salah satu komponen aktiva lancar perusahaan dagang yang sering mengalami perputaran. Persediaan berperan sangat besar dalam jalannya aktivitas operasional perusahaan karena persediaan digunakan dalam hampir seluruh transaksi operasional penjualan seperti pembelian, penjualan dan retur. Menurut Askari, (2018) perputaran persediaan yang dihasilkan mampu untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan maka bisnis perlu lebih memperhatikan dan meningkatkan efektivitas operasional dan mencapai standar industri perputaran persediaan dan profitabilitas perusahaan serta meningkatkan volume penjualan. Selain itu, perusahaan juga harus mampu menekan biaya

biaya yang dikeluarkan serta memanfaatkan seluruh aset yang tersedia diperusahaan serta menyesuaikan jumlah persediaan dengan kegiatan penjualan.

Pertumbuhan penjualan menurut Setyawati, (2018) tingginya tingkat pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan strateginya atau sasaran penjualannya. Jika tingkat pertumbuhan penjualan semakin meningkat maka besarnya keuntungan juga semakin meningkat. Begitu saat tingkat pertumbuhan penjualan menurun maka laba yang diperoleh juga akan menurun. Naiknya penjualan berdampak cukup strategis pada peningkatan profitabilitas perusahaan, sebab peningkatan pertumbuhan penjualan akan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi dapat mengindikasikan semakin luasnya perkembangan usaha perusahaan dan pangsa pasar yang dimiliki perusahaan tersebut.

Penjualan secara umum terbagi menjadi 2 jenis, penjualan tunai dan penjualan kredit. Penjualan kredit akan lebih diminati oleh pembeli dibandingkan penjualan tunai apabila harga penjualan sama. Namun penjualan kredit memiliki risiko terhambatnya kas masuk untuk perputaran persediaan dan piutang tak tertagih. Hal ini dapat dikendalikan dengan pemberian harga lebih rendah untuk penjualan tunai dari penjualan kredit.

Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan (Kasmir, 2013:196). Apabila kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba rendah maka penilaian terhadap rasio profitabilitas juga akan rendah. Perhitungan profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai melalui berbagai cara tergantung pada laba dan aktiva atau modal yang akan diperbandingkan satu dengan lainnya. Menurut Srikalimah, (2017) Rasio profitabilitas adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu.

Tingkat profitabilitas suatu perusahaan dapat menunjukkan seberapa besar kemampuan dari suatu perusahaan untuk menghasilkan laba. Profitabilitas yang besar dapat menunjang aktivitas perusahaan dengan maksimal sedangkan dengan profitabilitas rendah mengindikasikan perlunya perbaikan dalam perusahaan tersebut. Profitabilitas dapat diukur dengan beberapa rumus, antara lain *Return On Assets (ROA)*, *Return On Equity (ROE)*, *Return On Investment (ROI)*, *Net Profit Margin*. Penelitian ini menghitung profitabilitas menggunakan *Return On Assets (ROA)*. ROA dapat memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektifitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan. Menurut Harahap, (2001) *Return On Assets (ROA)* menggambarkan perputaran aktiva yang diukur dari penjualan, semakin besar rasio ini maka semakin baik dan berarti bahwa aktiva dapat dapat lebih cepat berputar dan meraih laba.

Ukuran perusahaan (*size*) menggambarkan besar kecilnya aktiva yang dimiliki suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dikatakan sebagai kemampuan perusahaan dalam menyediakan jumlah dan berbagai kapasitas produksi atau jasa. Ukuran suatu perusahaan merupakan faktor utama dalam menentukan profitabilitas dari suatu perusahaan. Ukuran perusahaan didefinisikan sebagai skala yang mengklasifikasikan besar kecilnya perusahaan melalui nilai total aset, jumlah penjualan, dan kapitalisasi pasar. Nilai total aset dapat mengindikasikan besar kecilnya modal yang ditanam dan jumlah penjualan mengindikasikan besar kecilnya perputaran uang pada perusahaan (Aghnitama, 2021).

Banyak penelitian telah dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat meningkatkan profitabilitas yang hasil penelitiannya ada yang sejalan dan ada yang bertentangan. Penelitian terdahulu oleh Anindita & Elmanizar, (2019) menyatakan bahwa perputaran modal (WCTO) berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas (ROA). Menurut Setyawati (2018) Pertumbuhan penjualan (Ppen) berpengaruh tidak signifikan terhadap profitabilitas Perusahaan Wholesale and Retail periode 2012-2016. Pengaruh yang tidak signifikan ini dikarenakan pertumbuhan penjualan tidak dapat menutupi biaya yang

dikeluarkan oleh perusahaan dan adanya ketidakstabilan penjualan dari tahun ke tahun selama periode 2012-2016 sehingga berakibat pada laba yang di dapat perusahaan.

Ukuran perusahaan pada penelitian Aprilia, (2017) menunjukkan pengaruh positif terhadap profitabilitas. Dengan demikian, perusahaan perlu memperbesar total asset sebagai proksi dari ukuran perusahaan agar profitabilitas meningkat karena dengan adanya peningkatan pada total aset perusahaan dapat memaksimalkan sumber daya yang dimiliki, sehingga profitabilitas perusahaan akan meningkat.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari Anindita & Elmanizar, (2019), Aprilia (2017), Setyawati (2018), Nur, (2019) dan Serene, (2020) berpijak pada penelitian sebelumnya, maka *novelty* dalam penelitian ini adalah pengujian atas peran ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi dalam pengaruh perputaran persediaan dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas perusahaan.

2. Tinjauan Pustaka

Perputaran Persediaan

Persediaan merupakan barang-barang yang disimpan untuk digunakan atau dijual pada masa atau periode yang akan datang. Persediaan terdiri dari persediaan bahan baku, persediaan bahan setengah jadi, dan persediaan barang jadi. Persediaan merupakan elemen utama modal kerja yang merupakan aktivitas dalam keadaan selalu berputar dan terus menerus mengalami perubahan. Persediaan merupakan jumlah barang yang disediakan perusahaan dan bahan-bahan yang terdapat diperusahaan untuk proses produksi, serta barang-barang atau produk jadi yang disebabkan untuk memenuhi permintaan dari konsumen atau langganan setiap waktu.

Persediaan merupakan bagian dari aktiva lancar yang dapat berupa barang setengah jadi, barang jadi, dan barang siap produksi yang memiliki peran besar dalam aktivitas operasional perusahaan dimana persediaan akan selalu dibeli kemudian dijual kembali kepada pelanggan dengan tujuan untuk menggenapi permintaan dari waktu ke waktu. Sebagai aset lancar dengan nilai yang besar, diperlukan pengelolaan yang ketat karena nilai persediaan akan berpengaruh pada pemenuhan permintaan, efisiensi, dan efektivitas suatu entitas.

Perusahaan melakukan pengukuran terhadap perputaran persediaan untuk mengetahui berapa kali jumlah barang persediaan diganti dalam satu tahun [4]. Perputaran persediaan merupakan salah satu perangkat yang digunakan untuk memperoleh keuntungan dengan menggunakan besar investasi atau modal sebagai penentunya. Perputaran persediaan digunakan untuk mengukur beberapa kali dana yang tertanam dalam persediaan ini berputar dalam suatu periode. Perputaran persediaan merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa kali dana yang ditanam dalam persediaan (*inventory*) berputar dalam satu periode. Rasio ini dikenal dengan nama rasio perputaran persediaan (*inventory turn over*).

Nilai perputaran persediaan yang besar menunjukkan dana yang digunakan untuk membelanjakan persediaan kembali dengan cepat dan dapat menghindari risiko penurunan nilai dari persediaan. Apabila tingkat perputaran persediaan rendah, perusahaan akan kehilangan peluang untuk memperoleh *profit* yang lebih besar atau yang diperkirakan karena lambatnya waktu yang diperlukan untuk menjual persediaan. Perputaran persediaan yang terlalu lambat dapat menimbulkan risiko persediaan mengalami penurunan nilai [11]. Perputaran persediaan dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Perputaran Persediaan} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Rata-rata persediaan}}$$

Pertumbuhan Penjualan

Penjualan merupakan merupakan suatu kesepakatan bersama antara pembeli dan penjual dimana penjual memberikan penawaran kepada pembeli untuk membeli barang dengan maksud agar pembeli membayar sejumlah uang sebagai ganti barang tersebut, sesuai

kesepakatan kedua belah pihak. Tujuan utama penjualan yaitu mendatangkan keuntungan atau laba dari produk atau barang yang dihasilkan produsen dengan pengelolaan yang baik. Penjualan tunai adalah penjualan yang pembayarannya dapat diterima sekaligus (langsung lunas). Sedangkan penjualan kredit adalah penjualan yang dilakukan secara non-tunai, dalam hal ini laba yang diharapkan adalah lebih besar daripada penjualan tunai.

Memperoleh laba yang maksimal merupakan tujuan didirikannya setiap perusahaan. Dengan penjualan yang besar, diharapkan laba atas penjualan juga besar. Hal ini mendorong manajemen untuk berusaha memaksimalkan penjualan dalam perusahaan yang dikelola dengan harapan laba akan diterima lebih besar.

Pertumbuhan penjualan merupakan elemen utama yang menyumbang nilai pemasukan besar terhadap suatu entitas, setiap entitas akan mengupayakan adanya peningkatan dari penjualan setiap periode tersebut. Pertumbuhan penjualan menunjukkan kinerja yang baik suatu perusahaan yang akan berdampak positif untuk dapat menarik para investor [12]. Pengukuran terhadap tingkat pertumbuhan penjualan perlu dilakukan untuk mengetahui perkembangan penjualan perusahaan tiap periode. Pada penelitian ini untuk mengukur tingkat perkembangan penjualan dilakukan dengan menggunakan rasio pertumbuhan penjualan [4]. Berikut rumus untuk menghitung pertumbuhan penjualan :

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan tahun ini} - \text{tahun lalu}}{\text{Penjualan tahun lalu}} \times 100\%$$

Profitabilitas

Seorang manajer keuangan sebelum mengambil keputusan harus mengetahui terlebih dahulu bagaimana kondisi keuangan perusahaan saat itu. Kondisi keuangan yang disajikan dalam bentuk laporan keuangan dapat dijadikan pertimbangan manajer keuangan dengan melakukan analisis terlebih dahulu terhadap laporan keuangan tersebut. Tingkat profitabilitas yang tinggi pada sebuah perusahaan akan meningkatkan daya saing antar perusahaan.

Menurut Luayyi (2024) Profitabilitas merupakan faktor terpenting dari suatu perusahaan. Berdirinya suatu perusahaan selalu diiringi dengan tujuan mendapatkan profit perusahaan sebagai upaya dalam menjaga keberlanjutan perusahaan. Salah satu alat ukur profitabilitas yaitu *Return On Asset* (ROA). Profitabilitas merupakan alat ukur untuk mengetahui tingkat keberhasilan perusahaan dalam memperoleh keuntungan. Menurut Pungky (2022) profitabilitas adalah laba yang diperoleh perusahaan pada periode tertentu. Profitabilitas merupakan alat ukur untuk mengetahui tingkat keberhasilan perusahaan dalam memperoleh keuntungan [15]. Profitabilitas merupakan hasil dari berbagai kebijakan manajemen dalam memanfaatkan sumber daya yang ada selama satu periode, dengan tujuan perusahaan memperoleh laba. Apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat [10]. Rasio profitabilitas merupakan pengukuran yang dipakai untuk melihat tingkat pengembalian keuntungan dengan perbandingan penjualan atau aset, menghitung besarnya tingkat kapabilitas sebuah perusahaan mendapatkan keuntungan dalam aktivitas penjualan.

Rasio profitabilitas dapat diukur dengan 8 cara yaitu *Gross Profit Margin* (GPM), *Net Profit Margin* (NPM), *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE), *Return On Investment* (ROI), *Return On Sales* (ROS), *Return On Capital Employed* (ROCE), dan *Earning per Share* (EPS). Pada penelitian ini, profitabilitas diproyeksikan dengan *Return on Asset* (ROA). *Return on Asset* atau tingkat pengembalian aset merupakan indikator yang mengukur seberapa baik suatu perusahaan dalam memanfaatkan aset yang dimilikinya untuk menghasilkan suatu laba. Berikut rumus menghitung *Return On Assets* (ROA) :

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan didefinisikan sebagai skala yang mengklasifikasikan besar kecilnya perusahaan melalui nilai total aset, jumlah penjualan, dan kapitalisasi pasar. Nilai total aset dapat mengindikasikan besar kecilnya modal yang ditanam dan jumlah penjualan mengindikasikan besar kecilnya perputaran uang pada perusahaan (Aghnitama, 2021). Menurut Astuty (2022) Ukuran perusahaan adalah ukuran atau besarnya aset yang dimiliki perusahaan yang menggambarkan kemampuan finansial perusahaan dalam suatu periode tertentu dan biasanya digambarkan dengan total aset. Struktur aset merupakan sebagian jumlah aset yang dapat dijadikan jaminan oleh perusahaan untuk melakukan pinjaman kepada kreditur. Sedangkan *return on assets* merupakan salah satu jenis rasio profitabilitas dimana rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset yang dimiliki. Ukuran perusahaan turut menentukan tingkat kepercayaan investor. Semakin besar perusahaan, maka semakin dikenal oleh masyarakat yang artinya semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Bahkan perusahaan besar yang memiliki total aktiva dengan nilai aktiva yang cukup besar dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Dalam hal ukuran perusahaan dilihat dari total *assets* yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan [17]. Ukuran perusahaan dapat dihitung menggunakan logaritma natural dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln (Total Aset)}$$

3. Metodologi Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel *independent* (bebas) yaitu perputaran persediaan dan pertumbuhan penjualan terhadap variabel *dependent* (terikat) yaitu profitabilitas, serta untuk mengetahui apakah variabel *moderating* yaitu ukuran perusahaan mampu memperkuat atau memperlemah variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan ini yaitu penelitian kuantitatif.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada di Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia Universitas Islam Kadiri Kediri gedung Ulil Albab Lantai 3 yang beralamat di jalan Sersan Suharmaji No.38 Manisrenggo Kecamatan Kota Kediri Jawa Timur 64128.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Perusahaan Retail di Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel secara acak dimana kelompok sampel ditargetkan memiliki kriteria-kriteria tertentu. Berdasarkan kriteria dan populasi penelitian yang terdiri dari 32 Perusahaan Retail terdaftar di BEI dapat diambil sampel sebanyak 28 perusahaan.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (perputaran persediaan dan pertumbuhan penjualan) terhadap variabel terikat (profitabilitas) baik secara simultan maupun secara parsial. Analisis ini dikerjakan dengan bantuan program komputer SPSS (*Statistical Package For Social Science*). Langkah-langkah analisis dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Mengumpulkan data berupa laporan keuangan tahunan Perusahaan Retail yang terdaftar di BEI yang sudah di *purposive sampling*.
2. Memilah data yang diperlukan yaitu berupa total aset, total aktiva, laba bersih setelah pajak, harga pokok penjualan, rata-rata persediaan, dan penjualan. Jika sudah dipilah lalu dimasukkan ke excel untuk dihitung menggunakan rumus.
3. Melakukan pengujian dengan teknik analisis deskriptif statistik, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heterokedastitas, uji t, analisis regresi moderasi, dan selanjutnya melakukan pengujian hipotesis.
4. Menganalisis hasil dari pengujian yang telah dilakukan.
5. Membuat kesimpulan dari analisis hasil pengujian tersebut.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

1. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas (Uji Awal)
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		112
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.34545095
Most Extreme Differences	Absolute	0,297
	Positive	0,268
	Negative	-0,297
Test Statistic		0,297
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

Sumber : Output SPSS 25, data diolah 2024

Jika dilihat dari tabel dengan N = 112 data dapat diketahui nilai *Kolmogorov-Smirnov* 0,000 dimana artinya data belum berdistribusi normal, karena nilai sig masih dibawah 0,05. Untuk mengatasi data yang belum berdistribusi normal maka yang dilakukan yaitu dengan mentransformasi data dengan menggunakan logaritma natural.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas (Uji Setelah Transformasi Data)
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.72143455
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.066
	Negative	-.092
Test Statistic		.092
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

Sumber : Output SPSS 25, data diolah 2024

Jika dilihat dari tabel dengan N = 45 karena proses mengeluarkan data outlier dan transformasi data, nilai *Kolmogorov-Smirnov* yang semula sebesar 0,000 menjadi 0,200 yang artinya > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data diatas sudah berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Perputaran persediaan	.888	1.126
	Pertumbuhan penjualan	.947	1.056
	Ukuran perusahaan	.887	1.128

Sumber : Output SPSS 25, data diolah 2024

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* yang ditemukan pada variabel (X1) perputaran persediaan 0,888 dengan VIF 1,126, nilai *tolerance* pada variabel (X2) pertumbuhan penjualan 0,947 dengan VIF 1,056, nilai *tolerance* pada variabel (Z) ukuran perusahaan 0,887 dengan VIF 1,128. Berdasarkan kriteria diketahui bahwa nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa pengujian ini tidak terjadi multikelinearitas antar variabel independen.

3) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model		Sig.
1	(Constant)	.549
	Perputaran persediaan	.461
	Pertumbuhan penjualan	.057
	Ukuran perusahaan	.102

Sumber : Output SPSS 25, data diolah 2024

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel menunjukkan bahwa nilai sig variabel (X₁) perputaran persediaan dengan nilai sig 0,461, variabel (X₂) pertumbuhan penjualan dengan nilai sig 0,057, variabel (Z) ukuran perusahaan dengan nilai sig 0,102, yang artinya nilai sig dari variabel X₁, X₂, dan Z lebih besar dari 0,05 dimana yang artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4) Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi
Model Sumary^b

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.189 ^a	.036	-.035	.74736	1.455

Sumber : Output SPSS 25, data diolah 2024

Jika dilihat dari tabel 4.9 diperoleh nilai DW sebesar 1,455 nilai ini pada -2 sampai dengan +2 dimana yang artinya penelitian ini tidak ada autokorelasi.

2. Uji Hipotesis

1) Uji t

Tabel 6. Hasil Uji t
Coefficients^a

Model		t	Sig.
1	(Constant)	-10.574	.238
	Perputaran Persediaan	.005	.996
	Pertumbuhan Penjualan	1.036	.306

Sumber : Output SPSS 25, data diolah 2024

Berdasarkan tabel dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Perputaran Persediaan diperoleh t_{hitung} 0,005 dan nilai sig 0,996. Dimana dapat diartikan bahwa nilai sig > 0,05 maka H_{o1} diterima. Sehingga perputaran persediaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.
2. Pertumbuhan Penjualan diperoleh t_{hitung} 1,036 dan nilai sig 0,306. Dimana dapat diartikan bahwa nilai sig > 0,05 maka H_{o2} diterima. Sehingga perputaran persediaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

2) Uji F

**Tabel 7. Uji F
ANOVA**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.030	5	.606	1.141	.356 ^b
	Residual	20.721	39	.531		
	Total	23.751	44			

Sumber : Output SPSS 25, data diolah 2024

Berdasarkan tabel diperoleh F_{hitung} sebesar 1,141 < F_{tabel} 2,83 dan nilai signifikan sebesar 0,356 > 0,05, maka dapat disimpulkan secara simultan variabel independen tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

3) Koefisien Determinasi (R²)

**Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.357 ^a	.128	-.016	.72890

Sumber : Output SPSS 25, data diolah 2024

Berdasarkan tabel dapat disimpulkan bahwa angka *R Square* menunjukkan koefisien determinasi antar variabel independen dengan variabel dependen. Angka *R Square* sebesar 0,128 dimana hal tersebut menunjukkan bahwa hanya 12,8% variabel *dependent* dapat dijelaskan oleh variabel *independent*, sisanya 87,2% dijelaskan oleh faktor lain.

3. Analisis Regresi Moderasi

1) MRA Tahap I

**Tabel 9. Hasil Uji MRA Tahap I
Coefficients^a**

Model		t	Sig.
1	(Constant)	-10.574	.238
	Perputaran Persediaan	.005	.996
	Pertumbuhan Penjualan	1.036	.306

Sumber : Output SPSS 25, data diolah 2024

Berdasarkan tabel maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Uji MRA pada variabel perputaran persediaan diperoleh hasil t_{hitung} sebesar 0,005 dan nilai signifikansi sebesar 0,996. Karena t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($0,005 < 1,67943$), maka dapat diartikan bahwa perputaran persediaan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.
2. Uji MRA pada variabel pertumbuhan penjualan diperoleh hasil t_{hitung} sebesar 1,036 dan nilai signifikansi sebesar 0,306. Karena t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($1,036 < 1,67943$),

maka dapat diartikan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

2) MRA Tahap II

**Tabel 10. Hasil Uji MRA Tahap II
Coefficients^a**

Model		t	Sig.
1	(Constant)	-0,909	0,369
	Perputaran Persediaan	-0,008	0,994
	Pertumbuhan Penjualan	2,218	0,032
	Ukuran Perusahaan	0,378	0,708
	Perputaran Persediaan * Ukuran Perusahaan	0,037	0,970
	Pertumbuhan Penjualan * Ukuran Perusahaan	-2,022	0,050

Sumber : Output SPSS 25, data diolah 2024

Dari hasil tabel dapat disajikan ringkasan uji MRA tahap I dan II sebagai perbandingan hasil uji regresi sebelum dan sesudah adanya variabel moderasi.

**Tabel 4. 1
Hasil Ringkasan Uji MRA Tahap I dan Tahap II**

	Tahap I	Tahap II	Keterangan
	Y = Profitabilitas	Y = Profitabilitas	
Konstanta	.238	0,369	
Perputaran Persediaan	.996	0,994	H _{a3} : ditolak
Pertumbuhan Penjualan	.306	0,032	H _{a4} : diterima
Ukuran Perusahaan	-	0,708	
Perputaran Persediaan * Ukuran Perusahaan	-	0,970	
Pertumbuhan Penjualan * Ukuran Perusahaan	-	0,050	

Sumber : Output SPSS 25, data diolah 2024

Berdasarkan tabel, maka dapat terbentuk persamaan regresi sebagai berikut :

$Y = 0,238 + 0,996 \text{ perputaran persediaan} + 0,306 \text{ pertumbuhan penjualan} + e$ (Persamaan I)

$Y = 0,369 + 0,994 \text{ perputaran persediaan} + 0,032 \text{ pertumbuhan penjualan} + 0,708 \text{ ukuran perusahaan} + 0,970 \text{ (perputaran persediaan} \times \text{ukuran perusahaan)} + 0,050 \text{ (pertumbuhan penjualan} \times \text{ukuran perusahaan)} + e$ (Persamaan II)

Keterangan :

1. H_{a3} ditolak, ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan antara perputaran persediaan dengan profitabilitas. Nilai sig perputaran persediaan mengalami penurunan pada persamaan 1 (sebelum menambah variabel moderasi) menjadi 0,994 pada persamaan 2 (setelah menambah variabel moderasi).
2. H_{a4} diterima, ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan antara pertumbuhan penjualan dengan profitabilitas. Nilai sig perputaran persediaan mengalami penurunan pada persamaan 1 (sebelum menambah variabel moderasi) menjadi 0,032 pada persamaan 2 (setelah menambah variabel moderasi).

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

Perputaran persediaan menunjukkan seberapa sering persediaan dijual dan diganti selama periode waktu tertentu. Berdasarkan pengujian hipotesis uji t dan uji regresi moderasi, variabel perputaran persediaan dalam penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,996 > 0,05$ yang artinya perputaran persediaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Hal

tersebut menunjukkan bahwa penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Setyawati, (2018), dimana pada penelitian tersebut menyatakan bahwa perputaran persediaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Meningkat atau menurunnya perputaran persediaan tidak selalu ditentukan oleh persediaan itu sendiri tetapi lebih kepada penjualan yang dilakukan oleh perusahaan. Selain itu perputaran persediaan tidak berpengaruh karena faktor fluktuasi biaya persediaan, kualitas, kuantitas, dan harga persediaan yang mempengaruhi laba perusahaan.

Nilai penjualan yang diukur dengan membagi penjualan periode terakhir dibagi dengan penjualan periode awal disebut juga tingkat pertumbuhan penjualan. Berdasarkan pengujian hipotesis, variabel pertumbuhan penjualan dalam penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,306 > 0,05$ yang artinya pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Hal tersebut menunjukkan bahwa penelitian ini sejalan dengan penelitian Setyawati, (2018) dimana pada penelitian tersebut menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Hal tersebut terjadi karena penjualan tidak mampu menutupi biaya yang ditanggung oleh perusahaan dan terjadi ketidakstabilan penjualan dari tahun ke tahun selama periode 2019-2022.

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, diperoleh hasil dimana moderasi ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh perputaran persediaan terhadap profitabilitas dengan penurunan nilai signifikan dimana dalam persamaan 1 nilai signifikan menunjukkan nilai 0,996 dan dalam persamaan 2 menunjukkan nilai signifikan 0,994. Maka hipotesis 3 yaitu ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan perputaran persediaan terhadap profitabilitas. Perusahaan yang lebih besar sering kali memiliki struktur biaya tetap yang tinggi dan kompleksitas operasional yang lebih besar. Hal ini dapat mengakibatkan ketidakfleksibelan dalam penyesuaian terhadap perubahan permintaan dan kondisi pasar, sehingga mempengaruhi profitabilitas secara negatif.

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, diperoleh hasil dimana moderasi ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas, dengan penurunan nilai signifikan dimana dalam persamaan 1 nilai signifikan menunjukkan nilai 0,306 dan dalam persamaan 2 menunjukkan nilai signifikan 0,032. Maka hipotesis 4 yaitu ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas. Perusahaan yang lebih besar sering kali memiliki sumber daya yang lebih baik, akses ke pasar yang lebih luas, dan kemampuan untuk berinvestasi dalam inovasi dan efisiensi operasional. Hal ini memungkinkan mereka untuk memanfaatkan pertumbuhan penjualan secara lebih efektif, meningkatkan laba dan menarik minat investor.

5. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Perputaran persediaan dalam penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,996 > 0,05$ yang artinya perputaran persediaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Hal ini terjadi karena meningkat atau menurunnya perputaran persediaan tidak selalu ditentukan oleh persediaan itu sendiri tetapi lebih kepada penjualan yang dilakukan oleh perusahaan.
2. Pertumbuhan penjualan dalam penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,306 > 0,05$ yang artinya pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Hal tersebut terjadi karena penjualan tidak mampu menutupi biaya yang ditanggung oleh perusahaan dan terjadi ketidakstabilan penjualan dari tahun ke tahun selama periode 2019-2022.
3. Ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi, yaitu memperlemah hubungan perputaran persediaan terhadap profitabilitas. Hal ini terjadi karena perusahaan yang lebih besar sering kali memiliki struktur biaya tetap yang tinggi dan kompleksitas operasional yang lebih

- besar. Ukuran perusahaan mampu memoderasi, yaitu memperkuat hubungan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas.
4. Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas karena perusahaan yang lebih besar sering memiliki sumber daya yang lebih baik, akses ke pasar yang lebih luas, dan kemampuan untuk berinvestasi dalam inovasi dan efisiensi operasional.

Daftar Referensi

- [1] M. Amaral Canizio, "Pengaruh Perputaran Kas, Perputaran Piutang, Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas Pada Supermarket Di Timor Leste," *E-Jurnal Ekon. dan Bisnis Univ. Udayana*, vol. 10, p. 3527, 2017, doi: 10.24843/eeb.2017.v06.i10.p04.
- [2] E. Soliha, "Analisis Industri Ritel Di Indonesia," *J. Bisnis dan Ekon.*, vol. 15, no. 2, pp. 128–142, 2008.
- [3] F. R. Askari, "ANALISIS PERPUTARAN PERSEDIAAN DALAM MENINGKATKAN PROFITABILITAS PADA PT. SIANTAR TOP Tbk," *Anal. Perputaran Persediaan Dalam Meningkatkan. Profitab. Pada PT. Siantar Top Tbk*, vol. 1, no. 4, pp. 1–69, 2018, doi: 10.54259/akua.v1i4.1231.
- [4] E. Setyawati, "Pengaruh Perputaran Persediaan, Pertumbuhan Penjualan," 2018.
- [5] Srikalimah, "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Leverage Dalam Memprediksi Financial Distress (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2009-2013)," *J. Akunt. Ekon.*, vol. 2, no. 1, pp. 43–66, 2017.
- [6] S. S. Harahap, *Analitis Kritis Atas Laporan Keuangan*, Cetakan Ke. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2001.
- [7] R. D. Aghnitama, A. R. Aufa, and H. Hersugondo, "Market Capitalization dan Profitabilitas Perusahaan dengan FAR, AGE, EPS, dan PBV sebagai Variabel Kontrol," *J. Akunt. dan Manaj.*, vol. 18, no. 02, pp. 01–11, 2021, doi: 10.36406/jam.v18i02.392.
- [8] V. Anindita and E. Elmanizar, "Pengaruh Perputaran Modal Kerja, Likuiditas dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas," *Maj. Sainstekes*, vol. 6, no. 2, pp. 125–145, 2019, doi: 10.33476/ms.v6i2.1197.
- [9] I. D. APRILIA, "Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, Perputaran Persediaan, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Modal Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Tahun 2015," *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2017.
- [10] T. Nur, "Pengaruh Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi," *J. Manaj. Bisnis*, vol. 22, no. 1, pp. 58–76, 2019.
- [11] Serene, "Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas pada PT Focus Digisellindo Utama," *Univ. Puter. Batam*, 2020.
- [12] Khasanah dan Ngatno, "Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham Dengan Return on Assets (ROA) Dan Return on Equity (ROE) Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Perusahaan Sub Sektor Food and Beverages Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017)," *J. Ilmu Adm. Bisnis*, vol. 8 (2), pp. 184–194, 2019.
- [13] D. Rafita Sari, S. Luayyi, dan Srikalimah, P. Akuntansi, F. Ekonomi, and U. Islam Kadiri, "Analisis Pengaruh Pengungkapan Csr Terhadap Profitabilitas Perusahaan," *Neraca Manajemen, Ekon.*, vol. 3, no. 7, 2024.
- [14] A. Pungky, A. Agus, and S. Eni, "Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengambilan Keputusan Pendanaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Building Construction Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2017-2019)," *J. Ilm. Cendekia Akunt.*, vol. Vol. 7 No., 2022.
- [15] S. Luayyi, "Pengaruh Pendapatan Produk Samping, Biaya Kualitas Dan Biaya Operasional Terhadap Profitabilitas Perusahaan," *J. Ilm. Cendekia Akunt.*, vol. 8, 2023.
- [16] R. W. Astuty, "Pengaruh ukuran perusahaan, struktur aset, dan return on assets terhadap

- struktur modal," *J. Cendekia Keuang.*, vol. 1, no. 2, p. 81, 2022, doi: 10.32503/jck.v1i2.2384.
- [17] P. M. Novari and P. V. Lestari, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti Dan Real Estate," *E-Jurnal Manaj. Unud*, vol. 5, no. 9, pp. 5671–5694, 2016.