

BAB IV

DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS, DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Deskripsi Objek Penelitian

a. Gambaran Umum PT Elang Mahkota Elang Teknologi Tbk

Nama	: Elang Mahkota Elang Teknologi Tbk
Kode Emiten	: EMTEK
Tanggal Didirikan	: 3 Agustus 1983
Pendiri	: Eddy Kusnadi Sariaatmadja
Kantor Pusat	: SCTV Tower 18 th , Senayan City. Jl Asia Afrika Lot 19, Jakarta 10270, Indonesia
Alamat Email	: corsec@emtek.co.id
Telepon	: (021) 72782066
Faks	: (021) 72782194
Situs	: www.emtek.co.id
Tanggal pencatatan	: 1983-08-03/2010-01-12
Papan	: Utama
Industri	: Media, Telekomunikasi, Property, Yayasan
Sektor	: Industrial
Sub Sektor	: Holging Multi Sektor

b. Sejarah berdirinya PT Elang Mahkota Elang Teknologi Tbk

Pada tahun 1983, PT Elang Mahkota Komputer (Emtek) didirikan oleh Eddy Kusnadi Sariaatmadja sebagai perusahaan layanan komputer pribadi dan pernah menjadi distributor eksklusif produk Compaq di Indonesia. Eddy mengembangkan bisnisnya bersama saudaranya, Fofa Sariaatmadja dari yang awalnya menjual perangkat keras, kemudian ke berbagai bidang terkait seperti perangkat lunak, data dan jaringan komputer. Terdapat 3 anak usaha utama dalam Grup Emtek pada 1995, meliputi PT Intipraja Teknosindo (manufaktur/perakitan perangkat keras), PT Abhimata Citra Abadi (jaringan), PT Abhimata Persada (perangkat lunak) dan yang kemudian bertambah dengan PT Tangara Mitrakom (VSAT) dan PT Bitnet Komunikasindo (ISP). Pada tahun 1997, PT Elang Mahkota Komputer berganti nama menjadi PT Elang Mahkota Teknologi, sebagai langkah untuk menciptakan perusahaan komunikasi dan teknologi one-stop solution. Emtek pernah diberi kepercayaan untuk menjadi penyuplai perangkat keras Compaq ke berbagai instansi pemerintah dan perusahaan swasta.

Pada tahun 2000, yang awalnya menggandeng Singleton Group Australia untuk mengakuisisi sebagian saham SCTV, dengan mendirikan PT Cipta Aneka Selaras (kemudian menjadi PT Surya Citra Media Tbk, SCM) sebagai perusahaan induk dari televisi swasta kedua di Indonesia. Emtek memasuki bisnis penyiaran Tahun 2 Agustus 2004, Emtek bersama MRA Media mendirikan televisi swasta lokal pertama di Jakarta yakni O Channel yang memfokuskan siarannya di wilayah Jabodetabek. Kepemilikan Emtek kemudian terus meningkat, hingga tahun 2005, kepemilikan saham lebih banyak SCM sudah berada di tangan Emtek

melalui PT Abhimata Mediatama. Tahun 2007-2008, Emtek membeli saham MRA Media sehingga O Channel telah dimiliki Emtek sebesar 100 persen. 17 April 2008, Emtek menguasai Surya Citra Media secara langsung. Sementara itu, bisnis distributor Compaq, kemudian dilepas (beralih ke perusahaan lain) seiring mergernya Compaq dengan Hewlett-Packard.

Pada 12 Januari 2010, Emtek melepas 10% sahamnya dan merupakan emiten pertama yang melakukan IPO dan resmi mencatatkan saham perdananya di Bursa Efek Indonesia di tahun tersebut. 3 Mei 2011, Emtek resmi membeli saham Indosiar Karya Media (induk Indosiar) sebesar 27,24% dari PT Prima Visualindo. Akhirnya emtek resmi menguasai Indosiar dengan saham 84,77%. Pada 23 November 2011 bidang penyiaran dilakukan dengan televisi berlangganan yang bisa dipasang dengan antena televisi biasa. dengan merek Nexmedia.

Nexmedia menghentikan operasinya pada 1 September 2019, dan digantikan dengan Nex Parabola dan Vidio Premier. Seiring waktu, bisnis teknologi dan komputer di Emtek, kalah saing dengan bisnisnya dibidang penyiaran yang lebih bisa memberikan keuntungan yang pastinya lebih besar.

Tahun 2010-an, bisnis keluarga Sariaatmadja ini berekspansi ke beberapa bidang diantaranya, seperti kesehatan (rumah sakit) dan teknologi aplikasi digital. Aplikasi digital, yang mengelola berbagai situs informasi milik grup ini dan memberikan pendanaan pada startup, seperti Dana dan Bukalapak, namun pada bidang kesehatan didirikan PT Elang Medika Corpora dan sejumlah akuisisi yang dilakukan pada beberapa perusahaan rumah sakit hal ini ditangani oleh PT Kreatif

Media Karya. Tahun 2021, grup Emtek akhirnya juga terjun juga ke industri perbankan yaitu dengan mengakuisisi Bank Fama Internasional.¹

c. Visi Dan Misi PT Elang Mahkota Elang Teknologi Tbk

1) Visi

Sebagai pilihan utama dalam layanan penyediaan solusi informasi, komunikasi, serta teknologi bagi segenap pemangku kepentingan secara berkelanjutan dan penyedia hiburan dan informasi terkemuka bagi masyarakat Indonesia.

2) Misi

Kami akan menjadi pilihan utama melalui upaya penyediaan konten yang menarik, pemberian layanan yang unggul, dan pengembangan sumber daya manusia secara berkelanjutan.

Kami senantiasa berupaya untuk menjadi pilihan utama dalam penyediaan konten berkualitas bagi masyarakat Indonesia dan membangun reputasi sebagai penyedia layanan terpercaya untuk ragam solusi lengkap dalam rangka memenuhi kebutuhan para pelanggan kami.

Dengan mewujudkan pencapaian-pencapaian tersebut, kami akan menciptakan bisnis yang menguntungkan secara berkelanjutan bagi para pemangku kepentingan kami.²

¹ "Elang Mahkota Teknologi," Dalam Wikipedia Bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas, diakses dari https://id.m.wikipedia.org/wiki/Elang_Mahkota_Teknologi pada tanggal 27 januari 2023 pukul 07.12 WIB.

² "EMTK," diakses dari https://www.emtek.co.id/company-overview?locale=id_ID pada tanggal 28 januari 2023 pukul 14.15 WIB.

2. Deskripsi Data Penelitian

a) Ukuran Perusahaan

Pada penelitian ini ukuran perusahaan yang dapat dilihat dari total asset yang dimiliki perusahaan yang digunakan sebagai gambaran besar kecilnya perusahaan. berikut rumus untuk menghitung ukuran perusahaan:

$$\text{Size} = \ln (\text{Total Asset})$$

Dari rumus tersebut didapatkan hasil perhitungan dari tahun 2012-2021.

Hasil perhitungannya sebagai berikut:

Tabel 4.1
Perhitungan Ukuran Perusahaan Periode 2012-2021

Tahun	Bulan	Total Aset	Nilai	Rata-Rata Q1-Q4
2012	Maret	7163300889	22.692	22.9
	Juni	8596034627	22.875	
	September	9643575676	22.990	
	Desember	10177897837	23.043	
2013	Maret	10785029738	23.101	23.2
	Juni	11452526389	23.161	
	September	11962881655	23.205	
	Desember	12825628223	23.275	
2014	Maret	12993812895	23.288	23.5
	Juni	14466008105	23.395	
	September	16832295337	23.547	
	Desember	19885196539	23.713	
2015	Maret	18813111477	23.658	23.6
	Juni	17078889317	23.561	
	September	17820706911	23.604	
	Desember	17500271744	23.585	
2016	Maret	17514760401	23.586	23.7
	Juni	20289767618	23.733	
	September	20965149407	23.766	
	Desember	20376367838	23.738	
2017	Maret	20653744719	23.751	23.8

	Juni	22326666280	23.829	
	September	22058131865	23.817	
	Desember	22209662128	23.824	
2018	Maret	22546921856	23.839	23.8
	Juni	22254628270	23.826	
	September	22241856956	23.825	
	Desember	19525411684	23.695	
2019	Maret	19427378244	23.690	23.6
	Juni	17921927309	23.609	
	September	18237170847	23.627	
	Desember	17540637852	23.588	
2020	Maret	18538529778	23.643	23.6
	Juni	17336493116	23.576	
	September	17635896399	23.593	
	Desember	17884145634	23.607	
2021	Maret	27582455941	24.040	24.1
	Juni	25884635050	23.977	
	September	27206380494	24.027	
	Desember	38168511114	24.365	

Sumber: Data Sekunder yang Diolah (2023)

Pada tabel 4.1 dapat dilihat nilai Ukuran Perusahaan pada tahun 2012-2018 selalu mengalami kenaikan. Pada tahun 2012 nilai rata-rata sebesar 22,9. Pada tahun 2013 mengalami peningkatan menjadi 33,2. Pada tahun 2014 mengalami peningkatan menjadi 33,5. Pada tahun 2015 mengalami peningkatan menjadi 33,6. Pada tahun 2016 mengalami peningkatan 33,7. Pada tahun 2017 dan 2018 mendapatkan nilai rata rata sebesar 33,8. Selanjutnya pada tahun 2019-2020 nilai rata-rata yang dihasilkan mengalami sedikit penurunan menjadi 23,6. Namun pada periode berikutnya tahun 2021 nilai rata rata mengalami peningkatan menjadi 24,1. Dalam hal ini dapat disimpulkan jika setiap tahunnya ukuran perusahaan semakin berkembang.

b) Rasio Pertumbuhan Penjualan

Rasio pertumbuhan penjualan yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada pertumbuhan penjualan antara tahun sekarang dibandingkan dengan tahun lalu. Berikut rumus untuk menghitung pertumbuhan penjualan:

$$\frac{\text{Penjualan Tahun Ini} - \text{Penjualan Tahun Lalu}}{\text{Penjualan Tahun Lalu}}$$

Dari rumus tersebut didapatkan hasil perhitungan dari tahun 2012-2021.

Hasil perhitungannya sebagai berikut:

Tabel 4.2
Perhitungan Rasio Pertumbuhan Penjualan Periode 2012-2021

Tahun	Bulan	Penjualan Tahun Ini	Penjualan Tahun Lalu	Nilai	Rata Rata Q1-Q4
2012	Maret	1060060091	811845392	0.306	Dipersenkan 20%
	Juni	2189956039	1786002499	0.226	
	September	3468263966	3041085796	0.140	
	Desember	4681029525	4136532904	0.132	
2013	Maret	1267731285	1060060091	0.196	Dipersenkan 22%
	Juni	2737474367	2189956039	0.250	
	September	4203227791	3468263966	0.212	
	Desember	5792494662	4681029525	0.237	
2014	Maret	1498554163	1267731285	0.182	Dipersenkan 16%
	Juni	3239205806	2737474367	0.183	
	September	4821103546	4203227791	0.147	
	Desember	6522251321	5792494662	0.126	
2015	Maret	1418397242	1388428667	0.022	Dipersenkan 6%
	Juni	3168331206	3004821795	0.054	
	September	4783003796	4457315842	0.073	
	Desember	6429109329	5983938709	0.074	
2016	Maret	1575536364	1418397242	0.111	Dipersenkan 12%
	Juni	3497369100	3168331206	0.104	
	September	5354491388	4783003796	0.119	
	Desember	7368822314	6429109329	0.146	
2017	Maret	1923609147	1575536364	0.221	0.152
	Juni	4248790909	3497369100	0.215	

	September	6106906510	5354491388	0.141	Dipersenkan 15%
	Desember	7592963086	7368822314	0.030	
2018	Maret	1878984567	1923609147	-0.023	0.049
	Juni	4109573650	4248790909	-0.033	
	September	6555139097	6106906510	0.073	Dipersenkan 5%
	Desember	8959710884	7592963086	0.180	
2019	Maret	2644441492	1878984567	0.407	0.300
	Juni	5402384193	4109573650	0.315	
	September	8116003178	6555139097	0.238	Dipersenkan 30%
	Desember	11100064611	8959710884	0.239	
2020	Maret	2645456398	2644441492	0.000	0.029
	Juni	5347964657	5402384193	-0.010	
	September	8518514987	8116003178	0.050	Dipersenkan 3%
	Desember	11936381982	11100064611	0.075	
2021	Maret	3125532468	2645456398	0.181	0.147
	Juni	6449064546	5347964657	0.206	
	September	9597626851	8518514987	0.127	Dipersenkan 15%
	Desember	12840734365	11936381982	0.076	

Sumber: Data Sekunder yang Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.2 nilai rata-rata pertumbuhan penjualan selalalu mengalami perubahan pada tahun 2012 nilai pertumbuhan penjualan sebesar 0,201 yang dapat dibulatkan menjadi 20%. Pada tahun 2013 pertumbuhan penjualan mengalami peningkatan 0,224 yang dapat dibulatkan menjadi 22%. Pada tahun 2014-2018 nilai pertumbuhan penjualan mengalami penurunan. Tahun 2014 nilai pertumbuhan penjualan 0,160 yang dapat dibulatkan menjadi 16%. Tahun 2015 nilai pertumbuhan penjualan 0,056 yang dapat dibulatkan menjadi 6%. Tahun 2016 nilai pertumbuhan penjualan 0,120 yang dapat dibulatkan menjadi 12%. Tahun 2017 nilai pertumbuhan penjualan 0,152 yang dapat dibulatkan menjadi 12%. Tahun 2018 nilai pertumbuhan penjualan 0,049 yang dapat dibulatkan menjadi 5%. Kemudian pada tahun 2019 nilai pertumbuhan penjualan meningkat menjadi 0,300 yang dibulatkan sebesar 30% namun pada

tahun selanjutnya yaitu 2020 nilai pertumbuhan penjualan kembali mengalami penurunan menjadi 0,029 yang dapat dibulatkan menjadi 3%. Selanjutnya pada periode terakhir tahun 2021 nilai pertumbuhan penjualan kembali mengalami peningkatan menjadi 0,147 yang dapat dibulatkan menjadi 15% dalam hal ini dapat diartikan jika nilai pertumbuhan penjualan mengalami kenaikan sebesar 12% dari yang semula 3% menjadi 15%

c) Rasio Leverage

Rasio leverage yang digunakan dalam penelitian ini *debt to assets ratio* atau DAR, yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam seberapa asset perusahaan yang dibiayai oleh hutang. Berikut rumus untuk menghitung DAR:

$$DAR = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}}$$

Dari rumus tersebut didapatkan hasil perhitungan dari tahun 2012-2021.

Hasil perhitungannya sebagai berikut:

Tabel 4.3
Perhitungan Rasio Leverage 2012-2021

Tahun	Bulan	Total Hutang	Total Aset	Nilai	Rata-Rata Q1-Q4
2012	Maret	2235723756	7163300889	0.312	0.268 Dipersenkan 27%
	Juni	2846663474	8596034627	0.331	
	September	1961431452	9643575676	0.203	
	Desember	2311678445	10177897837	0.227	
2013	Maret	2422236246	10785029738	0.225	0.265 Dipersenkan 26%
	Juni	3315047714	11452526389	0.289	
	September	3280236664	11962881655	0.274	
	Desember	3461758833	12825628223	0.270	
2014	Maret	3345565469	12993812895	0.257	0.235 Dipersenkan
	Juni	4245403816	14466008105	0.293	
	September	3520441433	16832295337	0.209	

	Desember	3568057597	19885196539	0.179	23%
2015	Maret	2003791419	18813111477	0.107	0.116 Dipersenkan 12%
	Juni	2012864319	17078889317	0.118	
	September	2086048675	17820706911	0.117	
	Desember	2111140558	17500271744	0.121	
2016	Maret	2172945283	17514760401	0.124	0.201 Dipersenkan 20%
	Juni	4550454537	20289767618	0.224	
	September	4845244053	20965149407	0.231	
	Desember	4570540400	20376367838	0.224	
2017	Maret	4722368208	20653744719	0.229	0.210 Dipersenkan 21%
	Juni	4910041770	22326666280	0.220	
	September	4267745019	22058131865	0.193	
	Desember	4359188483	22209662128	0.196	
2018	Maret	4676529200	22546921856	0.207	0.208 Dipersenkan 21%
	Juni	4648591099	22254628270	0.209	
	September	4613160974	22241856956	0.207	
	Desember	4061078369	19525411684	0.208	
2019	Maret	4195510954	19427378244	0.216	0.246 Dipersenkan 25%
	Juni	3796006663	17921927309	0.212	
	September	4642150578	18237170847	0.255	
	Desember	5275358414	17540637852	0.301	
2020	Maret	6663849933	18538529778	0.359	0.346 Dipersenkan 35%
	Juni	6192947324	17336493116	0.357	
	September	6331862762	17635896399	0.359	
	Desember	5485106483	17884145634	0.307	
2021	Maret	5236167039	27582455941	0.190	0.136 Dipersenkan 14%
	Juni	3286024979	25884635050	0.127	
	September	2934601376	27206380494	0.108	
	Desember	4499644830	38168511114	0.118	

Sumber: Data Sekunder yang Diolah (2023)

Pada tabel 4.3 dapat dilihat nilai DAR selalu mengalami perubahan. Pada tahun 2012 nilai DAR sebesar 0,268 yang dapat diartikan suatu perusahaan dapat dibiayai oleh hutang sebesar 27%. Pada tahun 2013 nilai DAR mengalami penurunan menjadi 0,265 yang dapat diartikan suatu perusahaan dapat dibiayai oleh hutang sebesar 26%. Pada tahun 2014 nilai DAR mengalami penurunan

menjadi 0,235 yang dapat diartikan suatu perusahaan dapat dibiayai oleh hutang sebesar 23%. Pada tahun 2015 nilai DAR mengalami penurunan menjadi 0,116 yang dapat diartikan suatu perusahaan dapat dibiayai oleh hutang sebesar 12%. Pada tahun 2016 nilai DAR mengalami kenaikan menjadi 0,201 yang dapat diartikan suatu perusahaan dapat dibiayai oleh hutang sebesar 20%. Pada tahun 2017 dan 2018 nilai DAR mengalami kenaikan menjadi 0,210 dan 0,208 yang dapat diartikan suatu perusahaan dapat dibiayai oleh hutang sebesar 21%. Pada tahun 2019 nilai DAR mengalami kenaikan menjadi 0,246 yang dapat diartikan suatu perusahaan dapat dibiayai oleh hutang sebesar 25%. Pada tahun 2020 nilai DAR mengalami kenaikan menjadi 0,346 yang dapat diartikan suatu perusahaan dapat dibiayai oleh hutang sebesar 35%. Kemudian pada periode 2021 nilai DAR mengalami penurunan menjadi 0,136 yang dapat diartikan suatu perusahaan dapat dibiayai oleh hutang sebesar 14%

Berdasarkan data tahun 2012-2021 kondisi perusahaan dalam kemampuan dibiayai oleh hutang berada pada kondisi yang sangat baik karena nilai rata-rata *Debt To Assets ratio* setiap tahunnya kurang dari 0,5 dan nilai rata-ratanya berada dibawah persentase 50%.

d) Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini *Return On Asset* atau ROA, yang digunakan perusahaan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang dihasilkan dalam total asset. Berikut rumus untuk menghitung ROA:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Dari rumus tersebut didapatkan hasil perhitungan dari tahun 2012-2021.

Hasil perhitunganya sebagai berikut:

Tabel 4.4
Perhitungan Profitabilitas Periode 2012-2021

Tahun	Bulan	Laba Bersih	Total Aset	Nilai	Rata-Rata Q1-Q4
2012	Maret	154911086	7163300889	0.022	0.155 Dipersenkan 15%
	Juni	1432974164	8596034627	0.167	
	September	3190912339	9643575676	0.331	
	Desember	1029499909	10177897837	0.101	
2013	Maret	314027150	10785029738	0.029	0.071 Dipersenkan 7%
	Juni	621251181	11452526389	0.054	
	September	1141266727	11962881655	0.095	
	Desember	1364544542	12825628223	0.106	
2014	Maret	191304057	12993812895	0.015	0.049 Dipersenkan 5%
	Juni	662631082	14466008105	0.046	
	September	1000029891	16832295337	0.059	
	Desember	1487194686	19885196539	0.075	
2015	Maret	650767180	18813111477	0.035	0.077 Dipersenkan 8%
	Juni	1146797214	17078889317	0.067	
	September	1821723759	17820706911	0.102	
	Desember	1840757747	17500271744	0.105	
2016	Maret	59770441	17514760401	0.003	0.025 Dipersenkan 2%
	Juni	343633510	20289767618	0.017	
	September	731092093	20965149407	0.035	
	Desember	892885880	20376367838	0.044	
2017	Maret	126707547	20653744719	0.006	0.017 Dipersenkan 2%
	Juni	503544404	22326666280	0.023	
	September	464016119	22058131865	0.021	
	Desember	447944371	22209662128	0.020	
2018	Maret	-86480834	22546921856	-0.004	-0.034 Dipersenkan -3%
	Juni	-90670618	22254628270	-0.004	
	September	-217567336	22241856956	-0.010	
	Desember	-2305536736	19525411684	-0.118	
2019	Maret	-104896789	19427378244	-0.005	-0.070 Dipersenkan -7%
	Juni	-1143972237	17921927309	-0.064	
	September	-1399665763	18237170847	-0.077	
	Desember	-2343106373	17540637852	-0.134	

2020	Maret	-377009366	18538529778	-0.020	0.016 Dipersenkan 2%
	Juni	-394501141	17336493116	-0.023	
	September	176894256	17635896399	0.010	
	Desember	1717376472	17884145634	0.096	
2021	Maret	217966826	27582455941	0.008	0.051 Dipersenkan 5%
	Juni	493909656	25884635050	0.019	
	September	549960817	27206380494	0.020	
	Desember	6019825801	38168511114	0.158	

Sumber: Data Sekunder yang Diolah (2023)

Pada tabel 4.4 dapat dilihat nilai rata-rata ROA dalam menghasilkan laba dari tahun 2012-2021 selalu mengalami perubahan. Pada tahun 2012 nilai ROA sebesar 15%. Pada tahun 2013 nilai ROA sebesar 7% yang berarti mengalami penurunan dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2014 nilai ROA kembali mengalami penurunan menjadi 5%. Kemudian pada tahun 2015 nilai ROA mengalami kenaikan menjadi 8%. Pada tahun 2016 ROA kembali mengalami penurunan menjadi 2% dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2018 dan 2019 nilai ROA berada pada kondisi yang tidak baik karena memiliki nilai sebesar -3% dan -7%. Pada tahun 2020 nilai ROA mengalami kenaikan sebesar 2% dan kemudian pada tahun 2021 nilai ROA kembali mengalami kenaikan menjadi 5%, jika ROA kembali mengalami peningkatan secara kontinue maka akan mendapatkan dampak yang baik bagi perusahaan karena laba yang dihasilkan perusahaan akan mengalami kenaikan untuk masa depan perusahaan.

3. Analisis Data

a. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul. Dalam penelitian ini statistik

deskriptif dapat dilihat dari nilai nilai minimum, maximum, nilai rata-rata (mean), dan standar devisinya. Berikut merupakan data hasil uji statistik deskriptif:

Tabel 4.5
Hasil Uji Stasistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ukuran Perusahaan	40	22.69	24.37	23.5816	0.33597
Pertumbuhan Penjualan	40	-0.03	0.41	0.1437	0.09791
Leverage	40	0.11	0.36	0.2228	0.07157
Profitabilitas	40	-0.13	0.33	0.0358	0.07887
Valid N (Listwise)	40				

Sumber: *SPSS Statistic versi 24*

Berdasarkan tabel 4.5 jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 40 sampel yang diteliti dari laporan keuangan triwulan pada PT Elang Mahkota Teknologi yang terdaftar di bursa efek Indonesia pada tahun 2012-2021.

Ukuran perusahaan memperoleh nilai minimum sebesar 22,69 dan nilai maximum sebesar 24,37 sedangkan nilai rata-rata (mean) sebesar 23,5816 dan nilai standar devisiasi sebesar 0,33597 yang berarti nilai standar devisiasi lebih kecil dari nilai mean, yang dapat diartikan jika nilai standar devisiasi semakin mendekati nilai rata-rata.

Pertumbuhan penjualan memperoleh nilai minimum sebesar -0,03 dan nilai maximum sebesar 0,41 sedangkan nilai rata-rata (mean) sebesar 0,1437 dan nilai standar devisiasi sebesar 0.09791 yang berarti nilai standar devisiasi lebih kecil dari nilai mean, yang dapat diartikan jika nilai standar devisiasi semakin mendekati nilai rata-rata.

Leverage (DAR) memperoleh nilai minimum sebesar 0,11 dan nilai maximum sebesar 0,36 sedangkan nilai rata-rata (mean) sebesar 0,2228 dan nilai standar deviasi sebesar 0,07157 yang berarti nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai mean, yang dapat diartikan jika nilai standar deviasi semakin mendekati nilai rata-rata.

Profitabilitas memperoleh nilai minimum sebesar -0,13 dan nilai maximum sebesar 0,33 sedangkan nilai rata-rata (mean) sebesar 0.0358 dan nilai standar deviasi sebesar 0.07887 yang berarti nilai standar deviasi lebih besar dari nilai mean, yang dapat diartikan jika nilai standar deviasi semakin lebar variasi datanya.

b. Uji Aumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk melihat apakah data terdapat multikolinearitas, heteroskedastisitas, autokorelasi dan normalitas residual dalam model regresi. Berikut beberapa pengujian yang digunakan pada penelitian ini:

1) Uji Multikoleniaritas

Pada penelitian ini uji multikolinieritas dilakukan dengan cara melihat nilai *tolerance* (TOL) dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai TOL lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10 maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas. Berikut tabel hasil uji multikolinearitas:

Tabel 4.6

Hasil Uji Multikoleniaritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF

1	(Constant)	3.546	0.954		3.718	0.001		
	Ukuran Perusahaan	-0.143	0.039	-0.611	-3.637	0.001	0.698	1.433
	Pertumbuhan Penjualan	-0.205	0.121	-0.255	-1.702	0.097	0.879	1.138
	Leverage	-0.446	0.176	-0.405	-2.540	0.016	0.774	1.291

a. Dependent Variable: Profitabilitas

Sumber: *SPSS Statistic versi 24*

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dilihat jika nilai TOL pada ukuran perusahaan sebesar $0,698 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $1,433 < 10$. Nilai TOL pertumbuhan penjualan sebesar $0,879 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $1,138 < 10$. Nilai TOL leverage (DAR) sebesar $0,774 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $1,291 < 10$. Maka dapat disimpulkan jika tidak terjadi gejala multikolinearitas.

2) Uji Heteroskedastisitas

Pada penelitian ini uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji glejser, yang mengambil keputusannya dengan cara melihat pada variabel bebas memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dan jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terjadi gejala heteroskedastisitas. Berikut tabel hasil uji heteroskedastisitas yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.7
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.
1	(Constant)	0.630	0.641	0.983	0.332
	Ukuran Perusahaan	-0.024	0.026	-0.179	0.366
	Pertumbuhan Penjualan	0.023	0.081	0.288	0.775
	Leverage	-0.062	0.118	-0.527	0.601

A. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: *SPSS Statistic versi 24*

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat jika nilai signifikansi untuk variabel ukuran perusahaan sebesar $0,366 > 0,05$. Nilai signifikansi untuk variabel pertumbuhan penjualan sebesar $0,775 > 0,05$. Nilai signifikansi untuk variabel leverage (DAR) sebesar $0,601 > 0,05$ maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3) Uji Autokorelasi

Pada penelitian ini uji autokorelasi bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Uji autokorelasi menggunakan uji *Durbin Watson* (DW), dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika $DW < dL$, berarti terdapat korelasi positif.
- Jika $dL < DW < du$, berarti tidak dapat mengambil keputusan.
- Jika $dU < DW < 4-dU$, berarti tidak ada korelasi positif maupun negatif.
- Jika $4-dU < DW < 4dL$, berarti tidak dapat mengambil keputusan.
- Jika $DW > 4-dL$, berarti terdapat korelasi negatif.

Berikut uji autokorelasi dengan uji Durbin Watson yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.8
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate	Durbin-Watson
1	.540 ^a	0.291	0.232	0.06911	1.408

A. Predictors: (Constant), Leverage, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan

B. Dependent Variable: Profitabilitas

Sumber: *SPSS Statistic versi 24*

Pada tabel 4.8 dapat dilihat pada tabel diatas jika nilai *Durbin Watson* menghasilkan nilai 1,408. Jika diinterpretasikan berdasarkan 5 keputusan uji DW dapat diketahui dengan melihat tabel dibawah ini:

Tabel 4.9
Nilai Durbin Watson

DW	dL	dU	4-dL	4dU
1,408	1,148	1,475	2,852	2,543

Pada tabel 4.9 menunjukkan jika nilai uji *Durbin Watson* $dL < DW < dU$ atau $1,148 < 1,408 < 1,475$ sehingga tidak dapat mengambil keputusan. Oleh karena itu, peneliti memutuskan menggunakan uji Run Test. Berikut hasil uji pada uji Run Test:

Tabel 4.10
Hasil Uji Run Test

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	0.00643
Cases < Test Value	20
Cases >= Test Value	20
Total Cases	40
Number of Runs	16
Z	-1.442
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.149

a. Median

Sumber: *SPSS Statistic versi 24*

Berdasarkan tabel 4.10 hasil yang diperoleh dari uji *Run Test* dapat dilihat jika nilai *Asmp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,149 yang berarti nilai signifikasinya lebih besar dari 0,05. Jadi, dapat disimpulkan pada penelitian ini tidak terdapat gejala autokorelasi.

4) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah ada nilairesidual yang berdistribusi normal atau tidak dalam model regresi. Pada uji normalitas ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* dengan menggunakan pendekatan metode *Exact*. Alat ukur dalam metode *Exact* dapat dilihat pada nilai singnifikasi $> 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa data residual berdistribusi normal, namun sebaliknya jika data signifikasinya $< 0,05$ maka data residual tidak bisa dikatakan berdistribusi normal. Berikut hasil uji normalitas menggunakan metode *Exact* dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.11
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.000000
	Std. Deviation	0.06639530
Most Extreme Differences	Absolute	0.143
	Positive	0.143
	Negative	-0.062
Test Statistic		0.143
Asymp. Sig. (2-tailed)		.038 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		0.350
Point Probability		0.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: *SPSS Statistic versi 24*

Pada tabel 4.11 dapat dilihat jika nilai residual pada ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan dan leverage menggunakan metode *Exact* yang nilai signifikasinya 0,350. Maka dapat disimpulkan nilai $0,350 > 0,05$ yang berarti data pada penelitian ini berdistribusi normal.

c. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana arah hubungan variabel tak bebas dengan variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel bebas terdiri dari: Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, dan Leverage. Berikut tabel hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.12
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
1 (Constant)	3.546	0.954		3.718	0.001
Ukuran Perusahaan	-0.143	0.039	-0.611	-3.637	0.001
Pertumbuhan Penjualan	-0.205	0.121	-0.255	-1.702	0.097
Leverage	-0.446	0.176	-0.405	-2.540	0.016

A. Dependent Variable: Profitabilitas

Sumber: *SPSS Statistic versi 24*

Berdasarkan tabel 4.12 hasil yang diperoleh dari uji Regresi Linier Berganda, dapat disusun persamaan regresi linear bergandanya sebagai berikut:

$$Y = 3.546 - 0,143 X_1 - 0,202 X_2 - 0,446 X_3$$

Pada persamaan regresi linier diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta menunjukkan nilai sebesar 3.546 yang menyatakan jika nilai Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Leverage (DAR) memiliki nilai sama dengan 0, maka nilai Profitabilitas (ROA) sebesar 3.546
- 2) Nilai Ukuran Perusahaan menunjukkan nilai sebesar -0,143 yang dapat diartikan setiap peningkatan Ukuran Perusahaan satu satuan, maka

Profitabilitas (ROA) akan menurun sebesar -0,143 dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya dianggap konsisten.

- 3) Nilai Pertumbuhan Penjualan sebesar -0,202 yang dapat diartikan setiap peningkatan Pertumbuhan Penjualan satu satuan, maka Profitabilitas (ROA) akan menurun sebesar -0,202 dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya dianggap konsisten.
- 4) Nilai Leverage sebesar -0,446 yang dapat diartikan setiap peningkatan Leverage (DAR) satu satuan, maka Profitabilitas (ROA) akan menurun sebesar -0,143 dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya dianggap konsisten.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Untuk mengetahui kontribusi dari variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat pada nilai *R Square*. Berikut tabel Koefisien Determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.13
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate
1	.540 ^a	0.291	0.232	0.06911

A. Predictors: (Constant), Leverage, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan

Sumber: *SPSS Statistic versi 24*

Berdasarkan tabel 4.13 hasil yang diperoleh dari nilai tabel Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,291. Hal ini menunjukkan jika kontribusi Ukuran

Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Leverage (DAR) terhadap Profitabilitas (ROA) sebesar 29,1% sementara 70,3% merupakan kontribusi variabel lainnya yang tidak dimasukkan pada penelitian ini. Sementara itu, nilai residual analisis regresinya dapat dicari dengan rumus:

$$E_2 = \sqrt{1 - 0,291} = 0,842$$

B. Pembuktian Hipotesis

1. Uji F

Uji F digunakan untuk melakukan pengujian secara serentak pada variabel Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Leverage (DAR) terhadap variabel Profitabilitas (ROA). Dalam pengambilan keputusan Uji F dapat diukur dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $Sig. < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sedangkan $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $Sig. > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Berikut tabel hasil uji F dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.14 Hasil Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	0.071	3	0.024	4.932	.006 ^b
	Residual	0.172	36	0.005		
	Total	0.243	39			

a. Dependent Variable: PROFITABILITAS

b. Predictors: (Constant), LEVERAGE, PERTUMBUHAN PENJUALAN, UKURAN PERUSAHAAN

Sumber: *SPSS Statistic versi 24*

Berdasarkan tabel 4.14 hasil yang diperoleh dari nilai tabel pada F_{hitung} sebesar 4,932 dengan nilai signifikasinya sebesar 0,006. Untuk nilai dari F_{tabel} dapat dihitung dengan rumus:

Diketahui : $V_1 = p$ $p =$ Banyaknya variabel independen

$$p = 3$$

$V_2 = n - p - 1$ $n =$ Banyaknya sampel

$$V_2 = 40 - 3 - 1 = 36$$

Jadi, $F_{\text{tabel}} = F_{\alpha}(V_1, V_2)$

$$= F_{0,05}(3, 36)$$

$$= 2,866 \text{ (Berdasarkan tabel distribusi F)}$$

Dengan adanya uji F dan perhitungan kriteria diatas maka dapat diputuskan jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ atau $\text{sig.} < 0,05$ yaitu $4,932 > 2,866$ atau $0,006 < 0,05$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan jika H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya terdapat pengaruh secara simultan pada Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Leverage terhadap Profitabilitas pada PT Elang Mahkota Teknologi, Tbk Periode 2012-2021

2. Uji T

Uji T digunakan untuk melakukan pengujian secara terpisah pada variabel Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Leverage (DAR) terhadap variabel Profitabilitas (ROA). Dalam pengambilan keputusan jika Uji T positif, maka dapat diukur dengan $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $\text{Sig.} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sedangkan $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ atau $\text{Sig.} > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Jika pada nilai Berikut tabel hasil uji T dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.15
Hasil Uji T

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
B	Std. Error	Beta			

1	(Constant)	3.546	0.954		3.718	0.001
	Ukuran Perusahaan	-0.143	0.039	-0.611	-3.637	0.001
	Pertumbuhan Penjualan	-0.205	0.121	-0.255	-1.702	0.097
	Leverage	-0.446	0.176	-0.405	-2.540	0.016

A. Dependent Variable: Profitabilitas

Sumber: *SPSS Statistic versi 24*

Berdasarkan tabel 4.15 hasil yang diperoleh dari nilai tabel pada t_{hitung} untuk variabel Ukuran Perusahaan sebesar -3,637 dengan nilai signifikasinya sebesar 0,001. Nilai t_{hitung} untuk variabel Pertumbuhan Penjualan sebesar -1702 dengan nilai signifikasinya sebesar 0,097. Nilai t_{hitung} untuk variabel Leverage - 2,540 dengan nilai signifikasinya sebesar 0,016. Untuk nilai dari t_{tabel} dapat dihitung dengan rumus:

$$\begin{aligned} \text{Diketahui: } V &= n - p & p &= \text{Banyaknya variabel independen} \\ &= 40 - 3 = 37 & n &= \text{Banyaknya sampel} \\ \alpha &= 0,05 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Jadi, } T_{tabel} &= (\alpha/2, V) \\ &= (0,05/2, 37) \\ &= 0,025, 37 \\ &= 2,026 \text{ (Berdasarkan tabel distribusi T)} \end{aligned}$$

Dengan adanya uji T dan perhitungan kriteria diatas maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu:

- a. Pada tabel 4.15 dapat dilihat hasil perhitungan variabel Ukuran Perusahaan terhadap variabel Profitabilitas memiliki nilai koefisien regresi atau Beta sebesar -1,043 dan memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $\text{sig.} < 0,05$ yaitu $-3,637 > 2,026$ yang memiliki arah negatif dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$.

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa ukuran perusahaan memiliki arah yang negatif dan signifikan dengan profitabilitas. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya ada pengaruh pada Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas.

- b. Pada tabel 4.15 dapat dilihat hasil perhitungan variabel Pertumbuhan Penjualan terhadap variabel Profitabilitas memiliki nilai koefisien regresi atau Beta sebesar -0,205 dan memiliki nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $sig. > 0,05$ yaitu $-1,702 < 2,026$ yang memiliki arah negatif dengan nilai signifikansi sebesar $0,097 > 0,05$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya tidak ada pengaruh pada Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas.
- c. Pada tabel 4.15 dapat dilihat hasil perhitungan variabel Leverage terhadap variabel Profitabilitas memiliki nilai koefisien regresi atau Beta sebesar -0,446 dan memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $sig. < 0,05$ yaitu $-2540 > 2,020$ yang memiliki arah negatif dengan nilai signifikansi sebesar $0,016 < 0,05$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Leverage (DAR) memiliki arah yang negatif dan signifikan dengan profitabilitas. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya ada pengaruh signifikan pada Leverage terhadap Profitabilitas.

C. Pembahasan

1. Hipotesis Pertama (H_1) : ada pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Leverage terhadap Profitabilitas

Hipotesis pertama menyatakan bahwa ada pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Leverage terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Elang Mahkota Teknologi di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan hasil uji F didapatkan hasil dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig. < 0,05$ yaitu $4,932 > 2,866$ atau $0,006 < 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan jika Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan Dan Leverage ada pengaruh terhadap Profitabilitas. Untuk hasil tabel R^2 sebesar 29,1% yang berarti ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan dan leverage memiliki kontribusi sebesar 29,1% yang berarti 70,3% merupakan kontribusi variabel lainnya yang tidak dimasukan pada penelitian ini yaitu modal kerja, perputaran modal dan stuktur modal dan likuiditas³.

2. Hipotesis (H_2) : Ada Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas

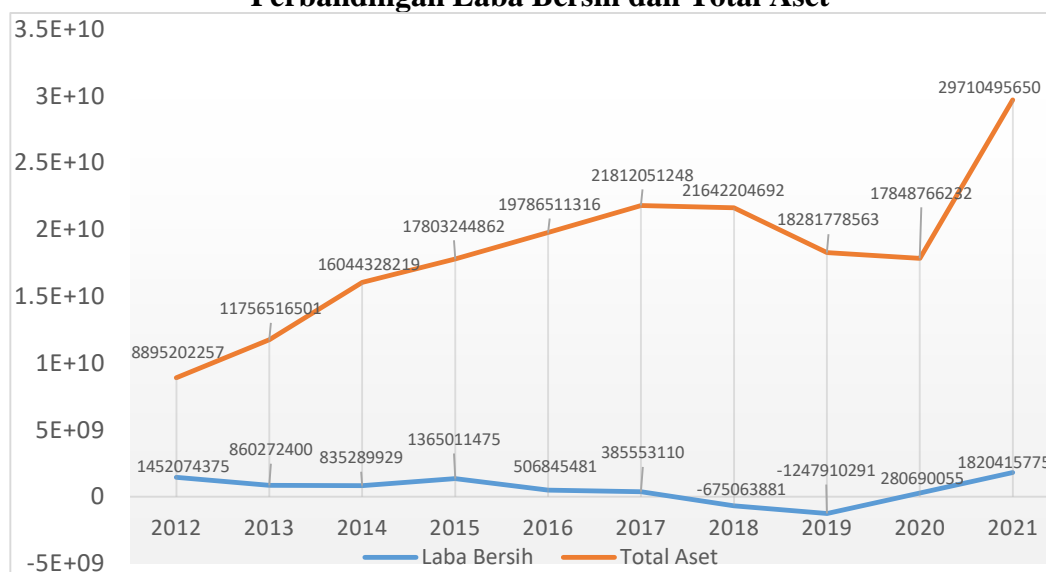
Hipotesis kedua menyatakan bahwa ada pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Elang Mahkota Teknologi di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan hasil uji T didapatkan hasil dengan nilai $-3,637 > 2,026$ yang memiliki arah negatif, dengan nilai signifikasi sebesar $0,001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan jika Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh negatif dan signifikan pada Profitabilitas dengan nilai koefisien beta $-1,043$. Tanda negatif didepan angka korelasi merupakan petunjuk arah korelasi yang berlawanan arah.⁴ Jadi, dapat dijelaskan jika koefisien regresi ukuran perusahaan yang menunjukkan hasil

³ Vidyasari, Mendra, Dan Saitri, "Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Likuiditas Dan Perputaran Modal Kerja Terhadap Profitabilitas."

⁴ Rusyadi Ananda dan Muhammad Fadhli, *Statistik Pendidikan* (Medan: CV. Widya Puspita, 2018), 200.

negatif dapat mengartikan jika semakin tinggi profitabilitasnya maka semakin kecil/rendah ukuran perusahaannya. Dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Gambar 4.1
Perbandingan Laba Bersih dan Total Aset



Pada tabel 4.1 dapat dilihat, jika total asset pada tahun 2019-2020 total asset mengalami penurunan dari 18.281.778.562 menjadi 17.848.766.23. Hal itu terjadi karena dampak penurunan nilai goodwill pada tahun 2018 yang berimbas pada penurunan asset tahun 2019-2020.⁵ Sedangkan pada laba bersih perusahaan pada tahun 2019-2020 mengalami kenaikan yang semula memiliki nilai minus yaitu sebesar -1.247.910.291 menjadi 280.690.055. PT. Elang Mahkota Teknologi yang bergerak pada bidang media mengalami kenaikan laba pada tahun 2020⁶ (SCM, SCTV, Indonsiar, O-Chanel), telekomunikasi dan mengalami kenaikan

⁵ <https://www.cnbcindonesia.com/market/20190401190225-17-64160/emtek-catatkan-rugi-rp-262-t-sepanjang-2018>, Diakses pada 13 april 2023 jam 08.00

⁶ <https://www.cnbcindonesia.com/market/20210405105610-17-235239/cetak-laba-begini-kinerja-duo-emiten-eddy-sariaatmadja>, Diakses pada 13 april 2023 jam 08.10

laba tahun 2019-2020 pada rumah sakit *Omni Hospitals*.⁷ EMTEK saat pandemi covid-19 terjadi dapat mempertahankan laba karena masyarakat melakukan *Work From Home* dan karantina atau lebih banyak menghabiskan waktu dirumah dari pada diluar maka dari itu perusahaan mampu menaikkan laba yang dihasilkan. Hal tersebut yang menyebabkan kenaikan Profitabilitas ini terjadi. Jadi, meskipun asset (ukuran Perusahaan) menurun jika laba bersih mengalami kenaikan berarti banyaknya asset tidak berpengaruh terhadap laba. Hal ini yang membuat nilai profitabilitasnya naik dan berakibat kinerja perusahaan semakin baik. Hasil penelitian ini sejalan dengan judul Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Sub Sektor Barang Makanan dan Minuman yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2020 dengan nilai nilai t_{hitung} sebesar -2.276 dan t_{tabel} 2,006 dengan nilai signifikan sebesar $0,027 < 0,05$ yang berarti ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas.⁸

3. Hipotesis Ketiga (H₃) : ada pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas

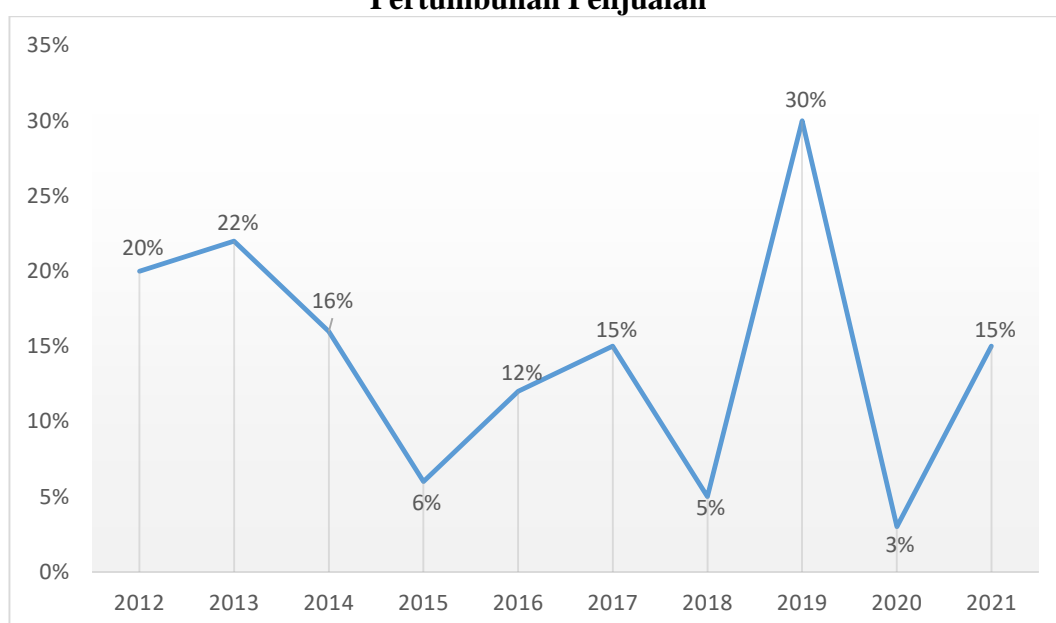
Hipotesis ketiga menyatakan bahwa ada pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Elang Mahkota Teknologi di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan hasil uji t didapatkan hasil dengan nilai $-1,702 < 2,026$ yang memiliki arah negatif dengan nilai signifikansi sebesar $0,097 > 0,05$. Hal ini menunjukkan jika Pertumbuhan Penjualan secara tidak langsung tidak memiliki

⁷ <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/06/emiten-rumah-sakit-grup-emtek-raih-laba-rp13855-miliar-pada-2021>, Diakses pada 13 april 2023 jam 08.15

⁸ Helfiardi Dan Suhartini, "Pengaruh Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Sub Sektor Barang Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2020," 521.

pengaruh terhadap Profitabilitas dengan nilai koefisien beta sebesar $-0,205$. Pada penelitian ini tidak adanya pengaruh signifikan antara pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas disebabkan oleh pertumbuhan penjualan pada tahun ke tahun yang mengalami naik turun (tidak stabil) yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Gambar 4.2
Pertumbuhan Penjualan



Pada tabel 4.2 dapat dilihat jika pertumbuhan penjualan tahun 2017-2018 menurun sebesar 5% hal ini terjadi karena PT. Elang Mahkota Teknologi sedang mengalami kerugian pada penurunan nilai *goodwill* yang memberikan kontribusi kerugian.⁹ Nilai *goodwill* merupakan asset tidak berwujud yang berupa selisih angka dari kelebihan harga beli yang jauh dari harga wajar dalam transaksi perusahaan. Hal tersebut yang menyebabkan pertumbuhan penjualan tidak memiliki pengaruh pada profitabilitas.

⁹ <https://www.cnbcindonesia.com/market/20190401190225-17-64160/emtek-catatkan-rugi-rp-262-t-sepanjang-2018>, Diakses pada 13 april 2023 jam 08.40

Hasil penelitian ini sejalan dengan judul Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Leverage Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Sektor Dagang Besar Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia dengan nilai dengan nilai t_{hitung} sebesar -1,310 dengan nilai signifikan sebesar $0,195 > 0,05$ yang berarti pertumbuhan penjualan tidak mempunyai pengaruh dan tidak memiliki signifikan dengan variabel profitabilitas.¹⁰

4. Hipotesis Keempat (H₄) : Ada Pengaruh Leverage Terhadap Profitabilitas

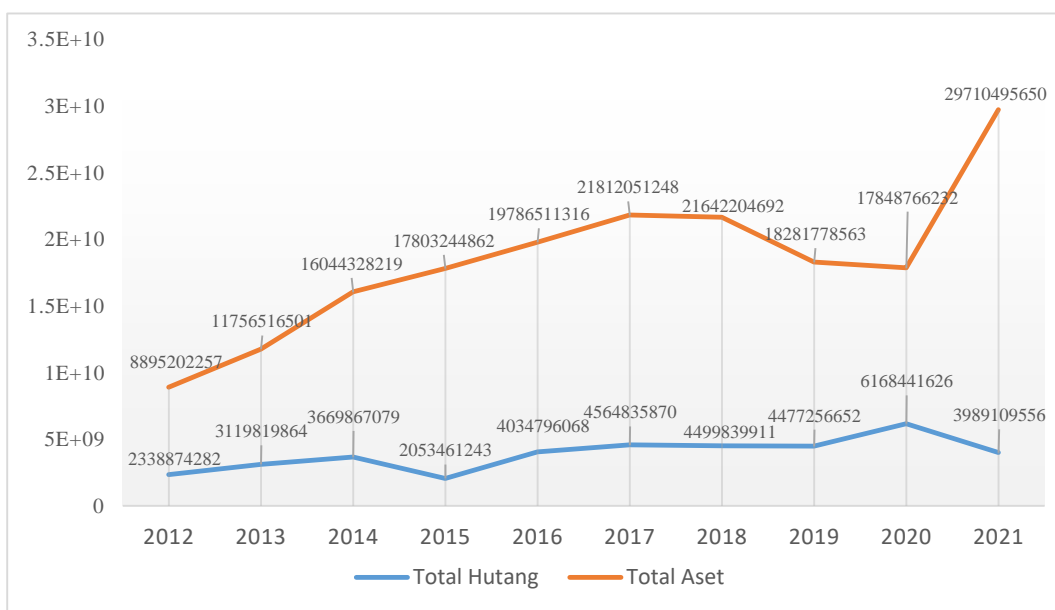
Hipotesis keempat menyatakan bahwa ada pengaruh Ukuran Leverage terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Elang Mahkota Teknologi di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan hasil uji didapatkan hasil dengan nilai $-2540 > 2,020$ yang memiliki arah negatif dengan nilai signifikansi sebesar $0,016 < 0,05$. Tanda negatif didepan angka korelasi merupakan petunjuk arah korelasi yang berlawanan arah.¹¹ Hal ini menunjukkan jika Leverage (DAR) memiliki pengaruh negatif dan signifikan pada Profitabilitas (ROA) yang memiliki nilai koefisien regresi beta sebesar -0,446. Koefisien regresi yang negatif dalam penelitian ini menunjukkan saat Leverage menurun maka profitabilitas yang diperoleh akan meningkat. Pengaruh yang signifikan menunjukkan jika leverage merupakan faktor utama yang mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Leverage yang rendah memiliki dampak yang baik terhadap kinerja perusahaan karena tingkat hutang yang semakin rendah berarti artinya akan meningkatkan keuntungan. Jadi, Leverage dapat berpengaruh

¹⁰ Afiezan Dkk., "Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Leverage (Der) Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Sektor Dagang Besar Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2015-2018. 218"

¹¹ Ananda Dan Fadhli, *Statistik Pendidikan*, 200.

terhadap profitabilitas karena Pt. Elang Mahkota Teknologi dapat dengan baik menutupi hutangnya dengan asetnya. Hal ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Gambar 4.3
Perbandingan Hutang dan Total aset



Pada tabel 4.3 dapat dilihat jika total hutang tahun 2020-2021 mengalami penurunan dari nilai 6.168.441.626 menjadi 3.989.109.556. Sedangkan aset yang didapat perusahaan semakin tinggi pada tahun 2020-2021 dengan nilai 17.848.766.232 menjadi 29.710.495.650. Hal ini yang membuktikan jika PT Mahkota Elang Teknologi dapat mengelolah hutang dengan baik karena perusahaan dapat menutupi hutangnya dengan aset.

Hasil penelitian ini sejalan dengan judul Pengaruh Leverage, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Plastik Dan Kemasan dengan nilai t_{hitung} sebesar $-0,127$ dengan nilai signifikan sebesar $0,07 >$

0,05 yang berarti leverage mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas.¹²

¹² Khasanah, "Pengaruh Leverage, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Plastik Dan Kemasan," 15.