

**Pengaruh *Sales* (penjualan) dan *Debt to Equity Ratio* (DER)
Terhadap Pertumbuhan Laba
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Periode 2014-2018)**

Rifani Akbar Sulbahri
Universitas Tridinanti Palembang
Email : rifaniakbar.sulbahri@univ-tridinanti.ac.id

Abstract

The company always wants its business to grow. These developments will occur if supported by the ability of management to establish policies in planning, obtaining, and utilizing funds to maximize corporate values. It cannot be denied that profit growth cannot be separated from the company's financial performance. One of the most commonly used financial analysis tools is financial ratios. This research was conducted to reexamine the relationship of Sales and financial ratios with profit growth. The inconsistency of the results from previous studies caused this issue to be interesting to be examined again. This study aims to provide evidence that the variable Sales (Sales) and Debt to Equity Ratio, affect the profit growth. The conclusion in this study obtained Sales significant effect on earnings changes with the value of prob. sales variable <critical probability value ($\alpha = 5\%$) of 0.0043 <0.05, so that the sales variable has a significant effect on earnings changes. DER has a significant effect on earnings changes on prob. DER variable <critical probability value ($\alpha = 5\%$) of 0.0000 <0.05, so that the DER variable has a significant effect on earnings changes.

Keywords: Profit Growth, Sales, DER

Abstrak

Perusahaan senantiasa menginginkan usahanya berkembang. Perkembangan tersebut akan terjadi apabila didukung oleh adanya kemampuan manajemen dalam menetapkan kebijaksanaan dalam merencanakan, mendapatkan, dan memanfaatkan dana-dana untuk memaksimalkan nilai-nilai perusahaan. Tidak dapat dipungkiri bahwa pertumbuhan laba tidak bisa terlepas dari kinerja keuangan perusahaan. Salah satu alat analisis keuangan yang paling sering digunakan adalah rasio keuangan. Penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali hubungan *Sales* (Penjualan) dan rasio keuangan dengan pertumbuhan laba. Adanya ketidak konsisten hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya menyebabkan isu ini menarik untuk diteliti kembali. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti bahwa variabel *Sales* (Penjualan) dan *Debt to Equity Ratio*, berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Kesimpulan pada penelitian ini didapat *Sales* berpengaruh signifikan terhadap Perubahan laba dengan Nilai prob. variabel sales < nilai probabilitas kritis ($\alpha = 5\%$) sebesar 0.0043 < 0,05, sehingga variabel sales berpengaruh signifikan terhadap perubahan laba. DER berpengaruh signifikan terhadap Perubahan laba Nilai prob. variabel DER < nilai probabilitas kritis ($\alpha = 5\%$) sebesar 0.0000 < 0.05, sehingga variabel DER berpengaruh signifikan terhadap perubahan laba.

Kata Kunci : Pertumbuhan Laba, Penjualan, DER

1. Pendahuluan

Setiap perusahaan senantiasa menginginkan usahanya berkembang. Perkembangan tersebut akan terjadi apabila didukung oleh adanya kemampuan manajemen dalam menetapkan kebijaksanaan dalam merencanakan, mendapatkan, dan memanfaatkan dana-dana untuk memaksimalkan nilai-nilai perusahaan. Masalah yang dihadapi perusahaan adalah bagaimana perusahaan mendapatkan dana dan menggunakan dana tersebut dengan seefektif mungkin. Seiring dengan laju tatanan perekonomian dunia yang telah mengalami perkembangan dan mengarah pada sistem ekonomi pasar bebas, perusahaan-perusahaan semakin terdorong untuk meningkatkan daya saing. Mereka bersaing dengan sangat ketat antara yang satu dengan yang lainnya. Dalam persaingan tersebut, akan terjadi seleksi yang tinggi. Setiap perusahaan dituntut untuk selalu mencari cara agar dapat memenangkan persaingan tersebut dengan mengelola perusahaan sebaik mungkin.

Seiring dengan laju tatanan perekonomian dunia yang telah mengalami perkembangan dan mengarah pada sistem ekonomi pasar bebas, perusahaan-perusahaan semakin terdorong untuk meningkatkan daya saing. Suatu perusahaan dapat dikatakan mencapai kesuksesan dan berhasil memenangkan persaingan apabila dapat menghasilkan laba yang maksimal. Laba mencerminkan pengembalian kepada pemegang ekuitas untuk periode yang bersangkutan. Laba merupakan kenaikan manfaat ekonomi selama satu periode akuntansi dalam bentuk pemasukan atau penambahan aktiva atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal (Juliana dan Sulardi, 2003).

Tidak dapat dipungkiri bahwa pertumbuhan laba tidak bisa terlepas dari kinerja keuangan perusahaan. Salah satu alat analisis keuangan yang paling sering digunakan adalah rasio keuangan. Rasio keuangan merupakan perbandingan-perbandingan angka-angka dari perkiraan-perkiraan yang terdapat di neraca dan laporan laba rugi. Perbandingan antara satu perkiraan dengan perkiraan yang lain harus saling berhubungan sehingga hasilnya dapat diinterpretasikan untuk mengetahui kondisi keuangan dan kinerja perusahaan baik, maka hasil perhitungan rasio keuangan harus dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya atau dengan rata-rata industri. Menurut Sulfida (2010), analisis laporan keuangan meliputi perhitungan dan interpretasi rasio keuangan. Rasio keuangan dapat dihitung dari isi informasi keuangan dalam laporan keuangan sehingga menunjukkan kekuatan perusahaan.

Suatu perusahaan pada umumnya memiliki laporan keuangan, karena laporan keuangan memiliki peranan yang sangat penting. Suatu laporan keuangan dapat dijadikan sebagai sumber untuk mengetahui keberhasilan suatu perusahaan pada tahun-tahun yang telah lalu. Dengan membandingkan laporan keuangan pada dua periode atau lebih untuk dianalisa lebih lanjut sehingga dapat diketahui kelemahan-kelemahan di masa yang lalu dan dapat direncanakan di masa mendatang.

Untuk menganalisa sebuah laporan keuangan biasanya seorang manajer memerlukan suatu ukuran tertentu, dan biasanya ukuran yang sering dan umum digunakan dalam menganalisa financial adalah rasio. Untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba maka diperlukan suatu analisis finansial, dalam hal ini yang digunakan adalah rasio profitabilitas. Analisa tersebut dapat menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Dengan banyaknya jumlah laba yang dihasilkan, dapat menjadi tolak ukur perusahaan untuk dapat meningkatkan pertumbuhannya dan bersaing dengan perusahaan lainnya. Dengan meningkatnya penjualan dan profitabilitas dalam perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan telah mengalami peningkatan dan menunjukkan bahwa perusahaan telah mengalami pertumbuhan, sesuai dengan tujuan utama perusahaan.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali hubungan *Sales* (Penjualan) dan rasio keuangan dengan pertumbuhan laba. Adanya ketidak konsistenan hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya menyebabkan isu ini menarik untuk diteliti kembali. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti bahwa variabel *Sales* (Penjualan) dan *Debt to Equity Ratio*, berpengaruh terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Oleh karena itu penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pihak-pihak yang menanamkan modalnya dalam perusahaan sebagai salah satu pertimbangan dalam mengambil keputusan investasi.

2. Kajian Pustaka

2.1 Pertumbuhan Laba

Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan laba. Pengertian laba secara operasional merupakan perbedaan antara pendapatan yang direalisasi yang timbul dari transaksi selama satu periode dengan biaya yang berkaitan dengan pendapatan tersebut. Wild dan Halsey (2005, hal.408) "Laba (*Income* – juga disebut *Earnings* atau *Profit*) merupakan ringkasan hasil aktivitas operasi usaha yang dinyatakan dalam istilah keuangan". Laba mencerminkan pengembalian kepada pemegang ekuitas untuk periode bersangkutan, sementara pos-pos dalam laporan merinci bagaimana laba di dapat.

Menurut Darsono dan Purwanti (2008, hal.121) menyatakan "Laba ialah prestasi seluruh karyawan dalam suatu perusahaan yang dinyatakan dalam bentuk angka keuangan yaitu selisih positif antara pendapatan dikurangi beban (*Expenses*)". Laba merupakan dasar ukuran kinerja bagi kemampuan manajemen dalam mengoperasikan harta perusahaan. Laba harus direncanakan dengan baik agar manajemen dapat mencapainya secara efektif.

Ukuran yang sering kali dipakai untuk menentukan sukses tidaknya manajemen perusahaan adalah laba yang diperoleh perusahaan. Untuk menilai kinerja keuangan perusahaan, diperlukan suatu informasi yang relevan yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan pada jangka waktu tertentu terhadap pihak-pihak yang berkepentingan (Iswana & Aliya, 2018 : 180). Berhasil atau tidaknya suatu perusahaan pada umumnya ditandai dengan kemampuan manajemen dalam melihat kemungkinan dan kesempatan di masa yang akan datang, baik jangka panjang maupun jangka

pendek. Dengan demikian sasaran utama pelaporan keuangan adalah informasi tentang prestasi-prestasi perusahaan yang disajikan melalui pengukuran laba dan komponen-komponennya.

Menurut Warsidi dan Pramuka (2000, hal.45) “Pertumbuhan laba dihitung dengan cara mengurangkan laba periode sekarang dengan laba periode sebelumnya kemudian dibagi dengan laba pada periode sebelumnya. Pertumbuhan laba dipengaruhi oleh perubahan komponen-komponen dalam laporan keuangan. Pertumbuhan laba yang disebabkan oleh perubahan komponen laporan keuangan misalnya perubahan penjualan, perubahan harga pokok

Berikut Rumus Perhitungan dari Pertumbuhan Laba :

$$\text{Pertumbuhan Laba} = \frac{\text{Laba bersih taun}_t - \text{Laba bersih taun}_{t-1}}{\text{Laba bersih taun}_{t-1}}$$

Keterangan:

Laba bersih taun t = laba bersih taun berjalan
Laba bersih taun $t-1$ = laba bersih taun sebelumnya

2.2 Sales (Penjualan)

Menurut Swastha (2001:1) penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang dan jasa yang ditawarkan. Menurut Winardi (2005:26) penjualan adalah berkumpulnya seorang pembeli dan penjual dengan tujuan melaksanakan tukar menukar barang dan jasa berdasarkan pertimbangan yang berharga misalnya pertimbangan uang.

Pencapaian volume penjualan adalah salah satu hal penting yang harus diperhatikan dalam suatu perusahaan. Volume penjualan merupakan total keseluruhan dari hasil penjualan yang dicapai oleh perusahaan atau badan usaha dari suatu kegiatan pemasaran dalam periode tertentu. Volume penjualan tidak memisahkan secara tunai maupun kredit tetapi dihitung secara keseluruhan dari total yang dicapai. Seandainya volume penjualan meningkat dan biaya distribusi menurun maka tingkat pencapaian laba perusahaan meningkat tetapi sebaliknya bila volume penjualan menurun maka pencapaian laba perusahaan juga menurun.

Menurut Kotler (2000) volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu dan didalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik, sedangkan menurut Swastha & Irawan (1999:150) volume penjualan merupakan tingkat penjualan maksimum yang dapat dicapai oleh penjual. Ada beberapa usaha untuk meningkatkan volume penjualan, adalah sebagai berikut. Yang pertama menjajakan produk dengan sedemikian rupa sehingga konsumen melihatnya. Yang kedua menempatkan dan pengaturan yang tertatur sehingga produk tersebut akan menarik perhatian konsumen. Yang ketiga mengadakan analisa pasar. Yang keempat menentukan calon pembel atau konsumen yang potensial. Yang kelima mengadakan pameran. Yang keenam mengadakan *discount* atau potongan harga.

2.3 Debt to Equity Ratio

Debt to Equity Ratio adalah rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan atau berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang. Semakin besar rasio akan semakin baik. Sebaliknya dengan rasio yang rendah, semakin tinggi tingkat pendanaan yang disediakan pemilik dan semakin besar batas pengamanan bagi peminjam jika terjadi kerugian atau penyusutan terhadap nilai aktiva. Rasio ini memberikan petunjuk umum tentang kelayakan dan risiko keuangan perusahaan. Rumus yang digunakan untuk menghitung

Debt to Equity Ratio merupakan rasio yang membandingkan utang perusahaan dengan total ekuitas. *Debt to Equity Ratio* merupakan *Financial Leverage* yang dipertimbangkan sebagai variabel keuangan karena secara teoritis menunjukkan rasio suatu perusahaan sehingga berdampak pada ketidakpastian harga saham.

Debt to Equity Ratio yang tinggi mempunyai dampak yang buruk terhadap kinerja perusahaan karena tingkat utang yang semakin tinggi berarti beban bunga akan semakin besar yang berarti mengurangi keuntungan. Sebaliknya, tingkat *Debt to Equity Ratio* yang rendah menunjukkan kinerja yang semakin baik, karena menyebabkan tingkat pengembalian yang semakin tinggi.

Menurut Riyanto (2008 hal.333), "*Debt to Equity Ratio* digunakan untuk mengukur bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan untuk keseluruhan hutang". *Debt to Equity Ratio* memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki oleh perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat risiko tidak tertagihnya suatu utang oleh para investor. Semakin besar nilai *Debt to Equity Ratio*, berarti semakin besar jumlah aktiva yang dibiayai oleh pemilik perusahaan dan semakin kecil nilai *Debt to Equity Ratio*, berarti semakin kecil jumlah aktiva yang dibiayai oleh pemilik perusahaan.

Debt to Equity Rasio merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Untuk mencari rasio ini dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain rasio ini untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang. Menurut Kasmir (2010, hal.124) Rumusan untuk mencari *Debt to Equity Ratio* dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Liability}}{\text{Total Equity}}$$

Besar-kecilnya rasio *Debt to Equity Ratio* akan mempengaruhi tingkat pencapaian laba (*Return On Equity*) perusahaan. Semakin tinggi *Debt to Equity Ratio* menunjukkan semakin besar beban perusahaan terhadap pihak luar, hal ini sangat memungkinkan menurunkan kinerja perusahaan, karena tingkat ketergantungan dengan pihak luar semakin tinggi.

2.4 Kerangka Pemikiran

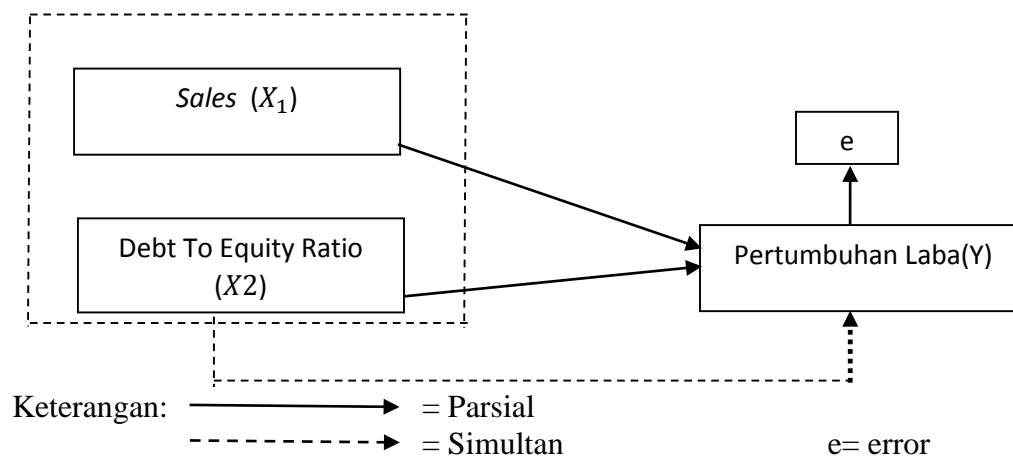
Dari Pendahuluan, Kajian Pustaka dan tujuan yang telah diuraikan, dapat disusun beberapa hipotesis penelitian sebagai berikut:

H_1 : Sales secara simultan dan Parsial berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

H_2 : Rasio *Debt to Equity Ratio* secara simultan dan Parsial berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Kerangka pemikiran pada umumnya menggambarkan tentang bagaimana teori yang digunakan berhubungan dengan Faktor-faktor yang penulis identifikasi pada penelitian ini. Dalam hal ini laporan keuangan menjadi dasar untuk perhitungan antar *Sales* dan rasio keuangan untuk berbagai tujuan, dimana salah satu tujuan tersebut adalah melihat pengaruhnya terhadap Pertumbuhan Laba.

Gambar 1. Skema Kerangka Berfikir



3. Metode Penelitian

3.1 Sumber dan Teknik pengumpulan data

3.1.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data skunder yaitu laporan keuangan perusahaan Manufaktur periode 2014-2018 dari website www.idx.co.id

3.1.2 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dokumentasi, yaitu peneliti melakukan pengumpulan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen atau data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui media perantara yaitu internet melalui situs bursa efek indonesia dengan melihat laporan keuangan yang diterbitkan setiap tahunnya baik salam media cetak maupun data yang didownload dari internet melalui www.idx.co.id.

3.2 Metode Analisis Data

Teknik analisis kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan data laporan keuangan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dengan analisis data yang ada, analisis ini juga dilakukan dengan menggunakan program komputer yaitu Eviews.

3.3 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data menggunakan alat bantu statistik Eviews, dengan melakukan pengujian Uji Chow Pada Model *Fixed effect*, Uji Hausman Pada Model *Random effect*, Uji Lagrange Multiplier Pada Model *Common Effect*, Uji Asumsi Klasik, Uji Heteroskedastisitas, Uji Multikolinieritas, Analisis Regresi Berganda Data Panel, Uji Hipotesis, Uji F Statistik, Signifikanasi Parsial (uji t), dan Koefisien Determinasi (R^2).

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Gambaran Umum Penelitian

Analisis penelitian ini menggunakan data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan tahunan pada perusahaan retail yang dipublikasikan dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan rentang waktu 2014-2018. Data tersebut diambil dari situs www.idx.co.id. Adapun perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Daftar Perusahaan

No	Kode Emiten	Nama Perusahaan
1	ACES	Ace Hardware Indonesia Tbk
2	AMRT	Sumber Alfaria Trijaya Tbk
3	CSAP	Catur Sentosa Adiprana Tbk
4	ECII	Electronic City Indonesia Tbk
5	ERAA	Erajaya Swasembada Tbk
6	HERO	Hero Supermarket Tbk
7	MIDI	Midi Utama Indonesia
8	MPPA	Matahari Putra Prima Tbk
9	RALS	Ramayana Lestari Sentosa Tbk
10	RANC	Supra Boga Lestari Tbk
11	SONA	Sona Topas Tourism Industry Tbk
12	TELE	Tiphone Mobile Indonesia Tbk

Sumber : www.idx.co.id, Data diolah 2019

4.2 Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum dari data yang digunakan. Tabel 2 menunjukkan statistik deskriptif masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian berupa variabel independen yaitu sales (X1) dan DER (X2) serta variabel dependen yaitu perubahan laba (Y). Variabel-variabel penelitian tersebut diinterpretasikan dalam nilai mean, median, maximum, minimum. Jumlah pengamatan pada penelitian yaitu 60 data dan merupakan gabungan dari 12 perusahaan retail dengan rentang waktu selama tahun 2014-2018. Hasil analisis statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel dibawah :

Tabel 2. Statistik Deskriptif

	Y	SALES	DER
Mean	-0.962123	13306198	1.412483
Median	0.000000	7953762.	1.019227
Maximum	3.282285	61464903	4.285809
Minimum	-33.31073	1220632.	0.080196
Std. Dev.	4.421180	14522833	1.199509
Observations	60	60	60
<i>Notes : Y = Perubahan Laba</i>			

Sumber : Data diolah dengan eviews 9, 2019

Deskripsi dari masing-masing variabel berdasarkan tabel tersebut, yaitu :

- Perubahan laba (Y) tertinggi sebesar 3.282285 dimiliki oleh PT Sona Topas Tourism Industry Tbk pada tahun 2015 dan terendah sebesar -33.31073 dimiliki oleh PT Matahari Putra Prima Tbk pada tahun 2017. Nilai mean dan median perubahan laba sebesar -0.962123 dan 0. Adapun standar deviasi perubahan laba sebesar 4.421180.
- Sales (X1) tertinggi sebesar 61464903 dimiliki oleh PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk pada tahun 2017 dan terendah sebesar 1220632 dimiliki oleh PT Sona Topas Tourism Industry Tbk pada tahun 2014. Nilai mean dan median sales sebesar 13306198 dan 7953762. Adapun standar deviasi pada variabel sales sebesar 14522833..
- DER (X2) tertinggi sebesar 4.285809 dimiliki oleh PT Midi Utama Indonesia Tbk pada tahun 2017 dan terendah sebesar 0.080196 dimiliki oleh PT Electronic City Indonesia Tbk pada tahun 2015. Nilai mean dan median DER sebesar 1.412483 dan 1.019227. Adapun standar deviasi pada DER sebesar 1.199509.

4.2.1 Estimasi Regresi Data Panel

Penelitian ini menggunakan model regresi data panel, hal ini dikarenakan data yang digunakan merupakan data panel. Data panel yaitu gabungan dari data time series (runtun waktu tahun 2014-2018) dan data cross section (12 perusahaan). Peneliti melakukan olah data dan perhitungan terhadap sampel dengan menggunakan program Microsoft Excel dan Eviews 9.0 sebagai alat pengolahan data. Widarjono (2013:355-361) menjelaskan bahwa secara umum, apabila menggunakan data panel akan menghasilkan intercept dan slope koefisien yang berbeda pada setiap perusahaan dan setiap periode waktu dan dalam mengestimasi regresi data panel terdapat tiga model, yaitu *Common Effect*, *Fixed Effect* dan *Random Effect*.

4.2.2 Model Common effect

Model *common effect* merupakan pendekatan data panel yang paling sederhana karena hanya mengkombinasikan data *time series* dan *cross section*. Hasil estimasi model *common effect* disajikan pada tabel berikut :

Tabel 3. Model *Common effect*

Dependent Variable: Y				
Method: Panel Least Squares				
Date: 11/29/19 Time: 16:52				
Sample: 2014 2018				
Periods included: 5				
Cross-sections included: 12				
Total panel (balanced) observations: 60				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-10.14672	9.371530	-1.082718	0.2835
SALES	1.510875	1.408114	1.072978	0.2878
DER	-0.872282	0.547197	-1.594091	0.1164
R-squared	0.044490	Mean dependent var		-0.962123
Adjusted R-squared	0.010963	S.D. dependent var		4.421180
S.E. of regression	4.396878	Akaike info criterion		5.848373
Sum squared resid	1101.955	Schwarz criterion		5.953091
Log likelihood	-172.4512	Hannan-Quinn criter.		5.889334
F-statistic	1.326990	Durbin-Watson stat		2.304074
Prob(F-statistic)	0.273344			

Sumber : Data diolah dengan eviews 9, 2019

Berdasarkan hasil regresi diatas, model persamaan untuk persamaan dengan menggunakan metode *common effect* dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 Y &= -10.14672 + 1.510875 \text{ Sales} - 0.872282 \text{ DER} \\
 \text{T-Hitung} &= (-1.082718) \quad (1.072978) \quad (-1.594091) \\
 \text{R Square} &= 4.45 \% \\
 \text{Adjusted R-Squared} &= 1.1\%
 \end{aligned}$$

4.2.3 Model Fixed effect

Model *Fixed effects* merupakan model pendekatan data panel yang mengasumsikan bahwa perbedaan antar individu dapat diakomodasi dari perbedaan *intercept*-nya. Hasil estimasi model *fixed effect* disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4. Model *Fixed effect*

Dependent Variable: Y				
Method: Panel Least Squares				
Date: 11/29/19 Time: 16:53				
Sample: 2014 2018				
Periods included: 5				
Cross-sections included: 12				
Total panel (balanced) observations: 60				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-45.46890	17.27338	-2.632310	0.0115
SALES	7.780702	2.591164	3.002782	0.0043
DER	-6.468770	1.215795	-5.320609	0.0000
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
R-squared	0.512753	Mean dependent var	-0.962123	
Adjusted R-squared	0.375053	S.D. dependent var	4.421180	
S.E. of regression	3.495100	Akaike info criterion	5.541565	
Sum squared resid	561.9233	Schwarz criterion	6.030245	
Log likelihood	-152.2469	Hannan-Quinn criter.	5.732714	
F-statistic	3.723697	Durbin-Watson stat	3.018891	
Prob(F-statistic)	0.000462			

Sumber : Data diolah dengan *eviews 9, 2019*

Berdasarkan hasil regresi diatas, model persamaan untuk persamaan dengan menggunakan metode *fixed effect* dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 Y &= -45.46890 + 7.780702 \text{ Sales} - 6.468770 \text{ DER} \\
 \text{T-Hitung} &= (-2.632310) \quad (3.002782) \quad (-5.320609) \\
 \text{R Square} &= 51.26 \% \\
 \text{Adjusted R-Squared} &= 37.51\%
 \end{aligned}$$

4.2.4 Model Random effect

Pendekatan model random effect merupakan model pendekatan dimana variabel gangguan mungkin saling berhubungan antar waktu dan individu. Hasil estimasi model *random effect* disajikan pada tabel berikut :

Tabel 5. Model Random effect

Dependent Variable: Y				
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)				
Date: 11/29/19 Time: 16:55				
Sample: 2014 2018				
Periods included: 5				
Cross-sections included: 12				
Total panel (balanced) observations: 60				
Swamy and Arora estimator of component variances				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-16.78785	9.872339	-1.700494	0.0945
SALES	2.621083	1.482266	1.768295	0.0824
DER	-1.589573	0.590852	-2.690309	0.0093
Effects Specification				
			S.D.	Rho
Cross-section random			1.654466	0.1831
Idiosyncratic random			3.495100	0.8169
Weighted Statistics				
R-squared	0.089516	Mean dependent var	-0.660729	
Adjusted R-squared	0.057570	S.D. dependent var	4.178397	
S.E. of regression	4.056340	Sum squared resid	937.8721	
F-statistic	2.802043	Durbin-Watson stat	2.541808	
Prob(F-statistic)	0.069065			

Sumber : Data diolah dengan *eviews 9, 2019*

Berdasarkan hasil regresi diatas, model persamaan untuk persamaan dengan menggunakan metode *random effect* dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 Y &= -16.78785 + 2.621083 \text{ Sales} - 0.872282 \text{ DER} \\
 \text{T-Hitung} &= (-1.700494) \quad (1.768295) \quad (-2.690309) \\
 \text{R Square} &= 8.95 \% \\
 \text{Adjusted R-Squared} &= 5.76\%
 \end{aligned}$$

4.3 Pemilihan Model Regresi Data Panel

Menurut Widarjono (2013: 362), pemilihan model terbaik dapat ditentukan dengan melakukan uji statistik F atau Uji *Chow*, dan Uji *Hausman* dan, Uji *Lagrange Multiplier*.

4.4 Uji Chow Pada Model Fixed effect

Widarjono (2013: 362) menyatakan bahwa uji *Chow* digunakan untuk mengetahui apakah teknik regresi data panel dengan pendekatan *fixed effect* lebih baik daripada pendekatan *common effect* dengan cara melihat *sum of squared residuals* (RSS). Hipotesis yang dibentuk adalah sebagai berikut:

$H_0 = \text{Common Effect Model}$

$H_a = \text{Fixed Effect Model}$

Kriteria pengujian yang dilakukan adalah:

H_0 diterima bila nilai Prob. *cross section F* > 0.05 atau

H_a diterima bila nilai Prob. *cross section F* < 0.05

Hasil pengujian model *fixed effect* menggunakan ujichow dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 6. Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests			
Equation: Untitled			
Test cross-section fixed effects			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	4.018899	(11,46)	0.0004
Cross-section Chi-square	40.408530	11	0.0000

Sumber : Data diolah dengan *eviews 9*, 2019

Hasil pengujian uji chow, menunjukkan bahwa probabilitas *cross section F* sebesar 0.0004 lebih kecil dari alpha (0.05) sehingga H_a diterima. Maka metode yang sesuai dalam penelitian dan teknik terbaik untuk melakukan uji regresi adalah model *fixed effect*.

4.5 Uji Hausman Pada Model Random effect

Widarjono (2013: 64) menjelaskan bahwa uji *Hausman* digunakan untuk memilih model pendekatan mana yang lebih tepat antara *fixed effect* dengan pendekatan *random effect* dalam regresi data panel, dengan hipotesis:

$H_0 = \text{Random effect model}$

$H_a = \text{Fixed effect model}$

Kriteria pengujian yang dilakukan adalah:

H_0 diterima bila nilai Prob. *Cross section random* > 0.05 atau

H_a diterima bila nilai Prob. *Cross section random* < 0.05

Adapun hasil pengujian model *random effect* menggunakan uji hausman dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 7. Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test			
Equation: Untitled			
Test cross-section random effects			
Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	21.775812	2	0.0000

Sumber : Data diolah dengan *eviews 9*, 2019

Hasil uji Hausman diatas menunjukkan bahwa probabilitas *cross section random* sebesar 0.000 lebih kecil dari alpha (0.05) sehingga H0 diterima, maka artinya model yang tepat untuk regresi data panel adalah model *fixed effect*.

4.6 Uji Lagrange Multiplier Pada Model Common Effect

Uji *Lagrange Multiplier* (LM) ialah pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah pendekatan *random effect* lebih baik daripada pendekatan *common effect* (Widarjono,2013). Uji Chow dan uji Hausman dalam penelitian ini telah menunjukkan jika model yang terbaik yaitu model *fixed effect*, oleh karena itu pada penelitian ini tidak diperlukan pengujian *Lagrange Multiplier*.

4.7 Uji Asumsi Klasik

Teknik estimasi yang digunakan pada model *common effect* yaitu pendekatan *Ordinary Least Square* (OLS). Pada regresi data panel, uji asumsi klasik yang digunakan dalam pendekatan OLS meliputi heteroskedastisitas dan multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas digunakan karena penelitian termasuk data panel yang berarti ada kemungkinan terjadinya heteroskedastisitas, sedangkan uji multikolinearitas digunakan karena pada saat regresi linear menggunakan tiga variabel independen. Uji asumsi klasik lainnya, seperti normalitas, autokorelasi, dan linearitas tidak perlu digunakan dalam data panel karena uji normalitas bukan termasuk syarat BLUE (*Best Linier Unbias Estimator*), autokorelasi hanya terjadi pada data *time series*, dan model regresi sudah diasumsikan bersifat linear sehingga tidak perlu melakukan uji linearitas.

4.7.1 Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2013: 139) menyatakan bahwa heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk menguji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan metode statistik dengan uji White. Kriteria pengujian yang dilakukan adalah:

- Jika nilai signifikansi dari variabel independen diatas tingkat kepercayaan 5%, menunjukkan tidak terjadi heterokedastisitas atau
- Jika nilai signifikansi dari variabel independen dibawah tingkat kepercayaan 5%, maka terjadi heterokedastisitas.

Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dependent Variable: RESABS				
Method: Panel Least Squares				
Date: 11/29/19 Time: 16:57				
Sample: 2014 2018				
Periods included: 5				
Cross-sections included: 12				
Total panel (balanced) observations: 60				
White cross-section standard errors & covariance (d.f. corrected)				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	20.96968	11.48996	1.825044	0.0745
SALES	-3.615899	2.014933	-1.794551	0.0793
DER	3.796204	1.913928	1.983462	0.0533

Sumber : Data diolah dengan eviews 9, 2019

Hasil pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai probability uji White pada variabel independen sales sebesar 0.0793 dan variabel DER sebesar 0.0533 dan menunjukkan nilai $> 0,05$ (5%) sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

4.7.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali dan Ratmono (2013: 77), uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat apakah model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Ghazali dan Ratmono (2013: 79) selanjutnya berpendapat bahwa korelasi antara dua variabel independen yang melebihi 0.80 menjadi pertanda bahwa multikolinearitas merupakan masalah serius. Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat adanya korelasi antar variabel independen. Kriteria pengujian yang dilakukan adalah:

- a. Data tidak terjadi multikolinieritas, bila nilai koefisien < 0.80 atau
- b. Data mengalami multikolinieritas, bila nilai koefisien > 0.80

Koefisien korelasi pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah :

Tabel 9. Uji Multikolinieritas

	Sales	DER
Sales	1	0.48931
DER	0.489313	1

Sumber : Data diolah dengan eviews 9, 2019

Hasil pengujian yang dilakukan terlihat bahwa nilai koefisien korelasi antara variabel independen sales dan DER memiliki nilai < 0.80 yaitu sebesar 0.489313, sehingga model regresi yang digunakan tidak terjadi masalah multikolinieritas.

4.8 Analisis Regresi Berganda Data Panel

Hubungan variabel independen independen sales dan DER terhadap variabel dependen perubahan laba dianalisis dengan menggunakan analisis regresi data panel. Adapun hasil estimasi persamaan yang telah dilakukan setelah melalui uji chow dan uji hausman, model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model *fixed effect* dengan hasil estimasi sebagai berikut:

Tabel 10. Model *Fixed effect*

Dependent Variable: Y				
Method: Panel Least Squares				
Date: 11/29/19 Time: 16:53				
Sample: 2014 2018				
Periods included: 5				
Cross-sections included: 12				
Total panel (balanced) observations: 60				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-45.46890	17.27338	-2.632310	0.0115
SALES	7.780702	2.591164	3.002782	0.0043
DER	-6.468770	1.215795	-5.320609	0.0000

Sumber : Data diolah dengan *eviews 9*, 2019

Berdasarkan hasil regresi diatas, model persamaan untuk persamaan dengan menggunakan metode *fixed effect* dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = -45.46890 + 7.780702 \text{ Sales} - 6.468770 \text{ DER}$$

Persamaan diatas dapat dijelaskan bahwa:

- Konstanta a sebesar 45.46890, artinya apabila variabel independen sales dan DER sebesar 0, maka perubahan laba sebesar 45.46890.
- Nilai koefisien variabel independen sales sebesar 7.780702 yang menunjukkan bahwa variabel sales memiliki hubungan positif terhadap variabel perubahan laba. Artinya apabila variabel independen sales mengalami kenaikan sebesar 1 sementara variabel independen DER bersifat tetap maka variabel perubahan laba akan mengalami peningkatan sebesar 7.780702.
- Nilai koefisien variabel independen DER sebesar -6.468770 dan menunjukkan bahwa variabel DER memiliki hubungan negatif terhadap variabel perubahan laba. Artinya apabila variabel independen DER mengalami kenaikan sebesar 1 sementara variabel independen sales bersifat tetap maka variabel perubahan laba akan mengalami penurunan sebesar 6.468770.

4.9 Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis menggunakan uji t untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dan uji F untuk mengetahui model yang diestimasi sudah layak untuk menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan uji koefisien determinasi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

4.10 Uji F Statistik

Menurut Ghozalidan Ratmono (2013: 59), uji kelayakan model digunakan untuk menguji ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual yang dapat diukur melalui nilai koefisien determinasi, nilai statistik F, dan nilai statistik t. Penelitian ini menggunakan nilai statistik F untuk mengidentifikasi model regresi yang diestimasi layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian yang dilakukan adalah:

- a) Jika nilai $\text{Prob.} \leq \alpha$ (0.05), maka H_a diterima yaitu Sales dan DER secara simultan berpengaruh signifikan terhadap deposito Perubahan laba.
- b) Jika nilai $\text{Prob} \geq \alpha$ (0.05), maka H_0 diterima yaitu Sales dan DER secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap deposito Perubahan laba.

Hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 11. Hasil Uji Statistik F

R-squared	0.512753	Mean dependent var	-0.962123
Adjusted R-squared	0.375053	S.D. dependent var	4.421180
S.E. of regression	3.495100	Akaike info criterion	5.541565
Sum squared resid	561.9233	Schwarz criterion	6.030245
Log likelihood	-152.2469	Hannan-Quinn criter.	5.732714
F-statistic	3.723697	Durbin-Watson stat	3.018891
Prob(F-statistic)	0.000462		

Sumber : Data diolah dengan *eviews 9*, 2019

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai probabilitas f-statistic lebih kecil dari alpha (0.05) yaitu sebesar $0.000462 < 0.05$ yang artinya sales dan DER secara simultan/ bersamaan berpengaruh signifikan terhadap perubahan laba. Kesimpulan pada penelitian ini yaitu menerima H_a artinya Sales dan DER secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Perubahan laba.

4.11 Signifikanasi Parsial (uji t)

Menurut Ghozali dan Ratmono (2013: 62), uji t pada dasarnya memiliki tujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variabel independen. Kriteria pengujian yang dilakukan adalah :

- a) Jika nilai $\text{prob.} \leq \alpha$ (0.05) maka H_a diterima
Hal ini berarti ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.
- b) Jika nilai $\text{prob} \geq \alpha$ (0.05) maka H_0 diterima
Hal ini berarti tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 11. Uji Statistik t

Dependent Variable: Y				
Method: Panel Least Squares				
Date: 11/29/19 Time: 16:53				
Sample: 2014 2018				
Periods included: 5				
Cross-sections included: 12				
Total panel (balanced) observations: 60				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-45.46890	17.27338	-2.632310	0.0115
SALES	7.780702	2.591164	3.002782	0.0043
DER	-6.468770	1.215795	-5.320609	0.0000

Sumber : Data diolah dengan *eviews 9, 2019*

Berdasarkan tabel diatas, maka:

- a. H1 = (Sales berpengaruh signifikan terhadap Perubahan laba)
 Nilai prob. variabel sales < nilai probabilitas kritis ($\alpha = 5\%$) sebesar $0.0043 < 0,05$, sehingga variabel sales berpengaruh signifikan terhadap perubahan laba. Kesimpulan pada penelitian menerima H1 artinya Sales berpengaruh signifikan terhadap Perubahan laba.
- b. H2 = (DER berpengaruh signifikan terhadap Perubahan laba)
 Nilai prob. variabel DER < nilai probabilitas kritis ($\alpha = 5\%$) sebesar $0.0000 < 0.05$, sehingga variabel DER berpengaruh signifikan terhadap perubahan laba. Kesimpulan pada penelitian menerima H2 artinya DER berpengaruh signifikan terhadap Perubahan laba.

4.12 Koefisien Determinasi (R²)

Ghozali dan Ratmono (2013: 59) menyatakan bahwa koefisien determinasi (R-squared) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar nol sampai satu. Nilai R-squared yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 13. Koefisien Determinasi (R²)

R-squared	0.512753	Mean dependent var	-0.962123
Adjusted R-squared	0.375053	S.D. dependent var	4.421180
S.E. of regression	3.495100	Akaike info criterion	5.541565
Sum squared resid	561.9233	Schwarz criterion	6.030245
Log likelihood	-152.2469	Hannan-Quinn criter.	5.732714
F-statistic	3.723697	Durbin-Watson stat	3.018891
Prob(F-statistic)	0.000462		

Sumber : Data diolah dengan *eviews 9, 2019*

Berdasarkan hasil pengujian, tabel diatas menunjukkan bahwa nilai yang diperoleh dari koefisien determinasi r square sebesar 0.512753. Penelitian ini menggunakan lebih dari 1 variabel independen, sehingga digunakan nilai adjusted r square untuk mengukur proporsi pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai adjusted r square sebesar 0.375053, hal ini menunjukkan bahwa proporsi pengaruh variabel bebas sales (X1) dan DER (X2) terhadap variabel dependen perubahan laba (Y) sebesar 37.51% sedangkan sisanya 62.49% (100% - 37.51%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada didalam model regresi.

5. Simpulan

1. Sales berpengaruh signifikan terhadap Perubahan laba
Nilai prob. variabel sales < nilai probabilitas kritis ($\alpha = 5\%$) sebesar $0.0043 < 0,05$, sehingga variabel sales berpengaruh signifikan terhadap perubahan laba. Kesimpulan pada penelitian menerima H1 artinya Sales berpengaruh signifikan terhadap Perubahan laba.
2. DER berpengaruh signifikan terhadap Perubahan laba
Nilai prob. variabel DER < nilai probabilitas kritis ($\alpha = 5\%$) sebesar $0.0000 < 0.05$, sehingga variabel DER berpengaruh signifikan terhadap perubahan laba. Kesimpulan pada penelitian menerima H2 artinya DER berpengaruh signifikan terhadap Perubahan laba.

6. Daftar Pustaka

- Bursa Efek Indonesia [Online] Available : www.idx.co.id. (November 29, 2019)
- Darsono., & Purwanti. (2008). *Penganggaran Perusahaan*. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Ghozali, Imam., & Ratmono, Dwi. (2013). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika : Teori, konsep dan Aplikasi dengan Eviews 8*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Iswana, Fitri., & Aliya, S. (2018). Analisis Laporan Keuangan Dengan Pendekatan *Return on Asset (ROA)*, *Return on Equity (ROE)*, dan *Return on Investment (ROI)* Pada PT. Unilever Indonesia TBK. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis Global Competitive Advantage*, Palembang: 25 September 2018. Hal. 180-187.
- Juliana., & Sulardi. (2003). Manfaat Rasio Keuangan Dalam Memprediksi Perubahan Laba Perusahaan Manufaktur, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol 3 No 2:108-126.
- Kasmir. (2010). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kotler, Philip (2000). *Prinsip –Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta : Prenhalindo.
- Riyanto, Bambang. (2008). *Dasar-dasar Pembelajaran Perusahaan*. Edisi 4. Yogyakarta: BFPE.
- Swasta, Basu., & Irawan. (1999). *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi 2, Yogyakarta : Liberty.
- Swasta, Basu. (2001). *Manajemen Penjualan*, cetakan kelima. BFSE : Yogyakarta.
- Warsidi., & Pramuka. (2000). Evaluasi Kegunaan Rasio Keuangan Dalam Memprediksi Perubahan Laba di Masa Yang Akan Datang. *Jurnal akuntansi dan Ekonomi*, Vol.2, No.1

- Widarjono, Agus. (2013). *Ekonometrika Pengantar Dan Aplikasinya*. Ekonosia. Jakarta.
- Winardi, J. (2005). *Manajemen Perubahan (The Management of Change)*. Cetakan Ke-1. Jakarta: Prenada Media
- Wild, Jhon., & Halsey, Robert F. (2005). *Financial Statement Analysis*. Edisi 8. Jakarta: Salemba Empat

Copyright Disclaimer

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.