

PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, EFISIENSI BIAYA, DAN LEVERAGE TERHADAP PROFITABILITAS INDUSTRI MAKANAN MINUMAN

by Shalsa Billa Eka Putri

Submission date: 25-Nov-2025 08:14AM (UTC+0700)

Submission ID: 2826808796

File name: Ekonomi_dan_Bisnis_1222200075_Shalsa_Billa_Eka_Putri.docx (1.96M)

Word count: 2475

Character count: 17210

PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, EFISIENSI BIAYA, DAN LEVERAGE TERHADAP PROFITABILITAS INDUSTRI MAKANAN MINUMAN

Shalsa Billa Eka Putri¹, Sunu Priyawan²

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
email: shalsabillaekaputri@surel.untag-sby.ac.id

² Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
email: sunu@untag-sby.ac.id

Abstract

The purpose of this study is to examine how sales growth, cost efficiency, and leverage affect the profitability of manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the food and beverage sub-sector from 2020 to 2023. A quantitative method was used for this study, which utilized secondary data from the companies' annual financial reports. Furthermore, the data was processed and analyzed using multiple linear regression using SPSS version 25 to evaluate the partial and simultaneous effects of each variable. The study shows that cost efficiency and sales growth have a significant effect on profitability, so both are considered very important for improving business financial performance. However, leverage does not have a significant impact, indicating that debt has not been able to make a real contribution to profit growth. Simultaneously, the three variables have a significant effect, with an R² value of 0.640, indicating that the model can explain 64% of the variation in profitability. These findings suggest that to improve the profitability of companies in the food and beverage sub-sector, it is essential to focus on sales growth and cost control.

Keywords: Sales Growth, Cost Efficiency, Leverage, Profitability

1. PENDAHULUAN

Industri manufaktur memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional dan menjadi penyumbang utama terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nonmigas. Di antara berbagai subsektornya, industri makanan dan minuman menempati posisi strategis karena bersifat esensial, memiliki permintaan yang stabil, serta menunjukkan ketahanan di tengah kondisi krisis [1]. Sifat fundamental tersebut menjadikan subsektor ini menarik bagi investor karena dinilai memiliki prospek pertumbuhan jangka panjang yang kuat. Selain itu, subsektor makanan dan minuman juga memberikan kontribusi penting terhadap ekspor nasional. Transformasi digital mendorong perluasan pasar dan peningkatan daya saing melalui pemanfaatan platform digital, meskipun pada saat yang sama meningkatkan intensitas persaingan sehingga

margin keuntungan cenderung lebih tertekan [2]. Berikut ini adalah grafik pertumbuhan PDB tahun 2010 hingga awal tahun 2025:



Gambar 1 Grafik Pertumbuhan PDB Sektor Makanan dan Minuman

Sumber: dataindustri.com

Data dari DataIndustri Research (2025) menunjukkan bahwa industri ini mengalami tren peningkatan yang relatif konsisten sejak 2010 hingga 2024, mencerminkan peran penting sektor ini dalam menopang pertumbuhan ekonomi nasional. Penurunan pada awal tahun 2025 disebabkan oleh data yang masih bersifat

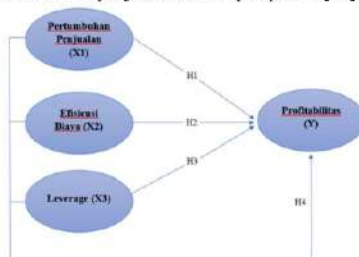
proyeksi dan hanya mencakup triwulan pertama. Tren laju pertumbuhan tahunan sektor ini juga memperlihatkan fluktuasi, dengan penurunan tajam pada 2013, pemulihan pada 2014–2018, serta kontraksi pada tahun 2020 akibat pandemi COVID-19. Meskipun demikian, data BPS yang diolah Tim Riset IDX Channel (2024) menunjukkan bahwa industri ini tetap berkembang sebesar 1,58 persen di tahun 2020, bahkan ketika PDB nasional mengalami kontraksi, dan meningkat signifikan pada 2021–2022 hingga menyumbang lebih dari 38 persen terhadap PDB industri pengolahan nonmigas. Memasuki tahun 2024, industri ini kembali menunjukkan perbaikan yang lebih kuat melalui kebijakan pemerintah seperti Program Restrukturisasi Mesin dan/atau Peralatan untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing industri.

Dari perspektif faktor internal perusahaan, pertumbuhan penjualan dan efisiensi biaya merupakan determinan utama profitabilitas. Hasil yang ditemukan oleh [3] yang melaporkan bahwa pertumbuhan penjualan justru berdampak negatif pada profitabilitas, menunjukkan bahwa kenaikan penjualan tanpa pengendalian biaya tidak selalu meningkatkan laba. Efisiensi biaya menjadi aspek penting dalam menjaga margin laba, sebagaimana dijelaskan oleh [4]. Penelitian lain turut menegaskan bahwa perusahaan yang tidak mampu mengelola biaya operasional dengan baik dapat mengalami penurunan profitabilitas meskipun penjualannya meningkat [5].

Penggunaan leverage juga menjadi variabel yang banyak diteliti terkait profitabilitas, namun hasilnya beragam. Penelitian [3], [6] menemukan bahwasannya keterlibatan hutang memiliki efek yang sangat merugikan. Sebaliknya, [7] menemukan pengaruh negatif yang tidak signifikan, sedangkan [8] menunjukkan leverage dapat memberikan pengaruh positif signifikan dalam

kondisi tertentu. Data periode 2020–2023 pada subsektor makanan dan minuman turut menggambarkan dinamika tersebut. Misalnya, penelitian [9] menunjukkan bahwa ROA PT CAMP sempat menurun saat masa pandemi sebelum kembali meningkat, mencerminkan pengaruh faktor biaya dan utang terhadap profitabilitas.

Hasil yang berbeda dari penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa ada celah penelitian yang perlu diperbaiki. Sementara leverage tidak signifikan, pertumbuhan penjualan berdampak positif [10]. Penelitian lain menemukan hasil yang berbeda, seperti temuan pada industri plastik dan kemasan yang menunjukkan leverage berdampak negatif dan pertumbuhan penjualan berdampak positif [11].



Gambar 2 Kerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka konseptual diatas, hipotesis penelitian yang diajukan dalam studi ini adalah sebagai berikut:

H1: Pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2020-2023.

H2: Efisiensi biaya berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur subsektor

makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2020-2023.

H3: Leverage berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2020-2023.

H4: Pertumbuhan penjualan, efisiensi biaya, dan leverage secara simultan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2020-2023.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal eksplanatori. Data laporan keuangan dari website perusahaan dan BEI [12] dianalisis menggunakan Excel dan SPSS 25. Dari 85 perusahaan subsektor makanan dan minuman di BEI, purposive sampling menghasilkan 8 perusahaan sesuai kriteria 2020–2023. Data dikumpulkan melalui dokumentasi laporan keuangan dan literatur pendukung [13].

Variabel penelitian dijelaskan melalui definisi operasional masing-masing. Pertumbuhan penjualan dihitung menggunakan *Sales Growth*, yaitu persentase perubahan penjualan dari tahun sebelumnya yang dirumuskan sebagai:

$$\text{Sales Growth} = \frac{\text{Penjualan } t - \text{Penjualan } t-1}{\text{Penjualan } t-1} \times 100\%$$

Efisiensi biaya diukur dengan *Operating Expense Ratio* (OER), yaitu rasio beban usaha terhadap penjualan bersih dihitung dengan rumus:

$$\text{OER} = \frac{\text{Beban Usaha}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

Leverage diukur menggunakan DER dan DAR yang masing-masing dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

$$\text{DAR} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Profitabilitas sebagai variabel dependen diukur dengan ROA dan ROE, dihitung melalui:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$$

Dimulai dengan analisis deskriptif, analisis data dilanjutkan dengan uji asumsi klasik, yang mencakup uji normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan autokorelasi. Selanjutnya, pengaruh variabel independen terhadap profitabilitas diuji dengan regresi linier berganda dengan model.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis data menggunakan SPSS 25 diawali dengan analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik setiap variabel, yang menunjukkan bahwasannya seluruh data berada dalam rentang wajar dan layak digunakan untuk tahap uji berikutnya.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan menggunakan algoritma Kolmogorov–Smirnov (K-S) dan program SPSS versi 25. Berikut adalah hasil ujinya:

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,000000
	Std. Deviation	,05635331
Most Extreme Differences	Absolute	,130
	Positive	,130
	Negative	-,119
Test Statistic		,130
Asymp. Sig. (2-tailed)		,181 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan hasil uji Kolmogorov-Smirnov, jumlah sampel (N) adalah 32, dengan hasil uji statistik 0,130 dan angka asimetri sebesar 0,181. Nilai signifikansi yang melebihi 0,05 menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal sehingga model regresi dinyatakan memenuhi asumsi klasik. Dengan demikian, analisis regresi yang akan dilakukan di masa mendatang dapat dipercaya dan akan menghasilkan hasil yang valid.

Uji Multikolinearitas

Berikut merupakan hasil dari uji multikolinearitas:

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	X1	,916	1,092
	X2	,856	1,169
	X3	,831	1,204

a. Dependent Variable: Y

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen; nilai toleransi untuk variabel X1, X2, dan X3 masing-masing sebesar 0,916; 0,856; dan 0,831, dan nilai VIF sebesar 1,092; 1,218; dan 1,204. Oleh karena itu,

ketiga variabel bebas dinilai secara independen satu sama lain, dan untuk analisis lebih lanjut, model regresi layak digunakan.

Uji Autokorelasi

Berikut merupakan hasil uji autokorelasi:

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinearitas

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,800 ^a	,640	,601	,10918	1,908

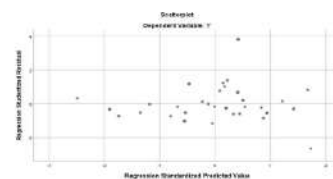
a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Tabel di atas menunjukkan nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 1,908. Tidak ada autokorelasi positif atau negatif dalam model regresi, karena nilai ini berada di antara batas umum 1,5 DW dan 2,5. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa masalah autokorelasi tidak ditemukan dalam model penelitian ini. Ini menunjukkan bahwa validitas hubungan antara variabel independen dan dependen dapat diuji tanpa mengganggu keterkaitan residual yang terjadi di antara periode.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan scatterplot antara *Standardized Predicted Value* dan *Studentized Residual*.



Gambar 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Grafik menunjukkan sebaran residual yang acak tanpa pola tertentu, sehingga variansnya dapat dianggap konstan. Dengan demikian, model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas dan layak digunakan untuk pengujian hipotesis selanjutnya.

Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menentukan hipotesis diterima ataupun ditolak. Berikut adalah hasil dari uji t:

Tabel 4 Hasil Uji t (Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Beta	Beta		
1	(Constant)	,890	,026	2,406	,019
	X1	,481	,161	,822	,008
	X2	,519	,177	,843	,007
	X3	-,138	-,184	-,751	,458

a. Dependent Variable: Y

a. Pengujian H1

Nilai signifikansi variabel Pertumbuhan Penjualan (X1) adalah 0,008 ($< 0,05$), dengan nilai hitung t sebesar 2,871, yang lebih besar dari nilai t tabel 2,048. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, yang berarti peningkatan penjualan berdampak besar pada profitabilitas. Hasil ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan dapat meningkatkan laba perusahaan. Tingkat pertumbuhan penjualan terkait dengan potensi peningkatan pendapatan bersih. Hal ini menunjukkan betapa efektifnya strategi pemasaran dan penjualan perusahaan dalam industri makanan dan minuman untuk meningkatkan profitabilitas mereka.

b. Pengujian H2

Variabel efisiensi biaya (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,007 ($< 0,05$), dan nilai t hitung adalah 2,932, lebih besar dari nilai t tabel 2,048. Maka, dapat disimpulkan bahwa H2 diterima, yang menunjukkan bahwa efisiensi biaya berdampak besar pada profitabilitas. Hasil ini menunjukkan bahwa tindakan efisiensi biaya perusahaan benar-benar meningkatkan laba. Tingkat keuntungan yang dapat

dicapai oleh perusahaan berkorelasi positif dengan kemampuan mereka untuk mengurangi biaya produksi dan operasional tanpa mengurangi kualitas produk. Agar tetap kompetitif dalam persaingan industri, efisiensi biaya adalah faktor penting dalam menjaga kinerja keuangan perusahaan.

c. Pengujian H3

Variabel leverage (X3) memiliki nilai signifikansi 0,459 ($> 0,05$), dan nilai t hitung -0,751, yang lebih rendah dari t tabel 2,048. Oleh karena itu, H3 ditolak, yang menunjukkan bahwa leverage tidak mempengaruhi profitabilitas secara signifikan. Hasil menunjukkan bahwa penggunaan utang oleh perusahaan belum mampu memberikan peningkatan laba yang signifikan. Hal ini dapat disebabkan oleh beban bunga pinjaman yang tinggi serta pemanfaatan dana yang belum sepenuhnya dialokasikan ke kegiatan produktif. Perusahaan subsektor makanan dan minuman juga cenderung berhati-hati dalam mengambil utang untuk menjaga stabilitas keuangan, sehingga rasio leverage yang tinggi tidak serta merta berkontribusi pada peningkatan profitabilitas.

Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk melihat pengaruh secara bersamaan pada variabel. Berikut merupakan hasil ujinya:

Tabel 5 Hasil Uji F (Simultan)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,277	3	,882	7,739
	Residual	,324	28	,012	,001 ^b
	Total	,611	31		

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant) X3, X1, X2

Dengan nilai F 7,739 dan signifikansi $0,001 < 0,05$, model regresi ditunjukkan sebagai signifikan secara bersamaan. Ini menunjukkan bahwa profitabilitas bisnis makanan dan minuman yang terdaftar di BEI dipengaruhi secara signifikan oleh tiga faktor independen: pertumbuhan penjualan, efisiensi biaya, dan leverage. Hasilnya menunjukkan bahwa ketiga variabel independen ini dapat bertanggung jawab atas variasi profitabilitas; secara keseluruhan, model regresi yang digunakan dianggap layak untuk menjelaskan hubungan antara variabel penelitian.

Uji Koefisien Determinasi

Berikut adalah hasil dari uji koefisien determinasi:

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.800 ^a	.640	.601	1.0916

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1
b. Dependent Variable: Y

Hasil uji menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,640, yang berarti pertumbuhan penjualan, efisiensi biaya, dan leverage mampu menjelaskan 64 persen variasi profitabilitas, sementara 36 persen sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model. Nilai tersebut juga mengindikasikan bahwa model regresi stabil dan memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan profitabilitas perusahaan subsektor makanan dan minuman, sehingga model dinilai layak digunakan dalam penelitian ini.

Berikut ini merupakan penjelasan lebih lanjut mengenai hasil uji hipotesis pada setiap variabel.

H1: Pertumbuhan Penjualan Berpengaruh Signifikan terhadap Profitabilitas

Berdasarkan uji t , pertumbuhan penjualan memperoleh nilai signifikansi $0,008 <$

$0,05$ sehingga H1 diterima. Peningkatan penjualan terbukti mampu meningkatkan laba perusahaan, terutama jika disertai pengendalian biaya operasional. Hasil ini serupa dengan penelitian [5], [14], namun berbeda dengan [3], [15] yang menemukan pengaruh tidak signifikan. Perbedaan hasil dapat disebabkan oleh kondisi industri dan periode penelitian yang berbeda, terutama karena penelitian ini dilakukan pada masa pemulihan pasca pandemi.

H2: Efisiensi Biaya Berpengaruh Signifikan terhadap Profitabilitas

Hasil memperoleh angka signifikansi $0,007 < 0,05$, sehingga H2 diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa efisiensi biaya memberi dampak nyata terhadap peningkatan laba, terutama pada periode pemulihan yang mendorong perusahaan untuk menekan biaya produksi dan operasional. Hasil penelitian berbanding terbalik dengan [16], tetapi mendukung pandangan bahwa efisiensi biaya dapat menjadi faktor penting dalam menjaga profitabilitas pada kondisi industri yang kompetitif.

H3: Leverage Berpengaruh Signifikan terhadap Profitabilitas

Leverage memiliki angka signifikansi $0,459 > 0,05$, maka H3 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan utang belum memberikan tambahan keuntungan signifikan. Hasil ini sejalan dengan [7], [15], tetapi berbeda dengan hasil [17] yang menemukan pengaruh signifikan. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa efektivitas leverage sangat bergantung pada struktur modal dan kebijakan pendanaan perusahaan, di mana subsektor makanan dan minuman cenderung berhati-hati terhadap penggunaan utang.

H4: Pengaruh Simultan Pertumbuhan Penjualan, Efisiensi Biaya, dan Leverage terhadap Profitabilitas

Uji F menunjukkan angka signifikansi $0,001 < 0,05$, sehingga H4 diterima. Artinya, ketiga variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Hasil ini serupa dengan temuan [17], namun berbeda dengan [18] yang menemukan tidak adanya pengaruh simultan. Perbedaan temuan dapat dipengaruhi oleh karakteristik industri dan variabel penelitian yang digunakan. Selain itu, variasi profitabilitas sebesar 64 persen dapat dijelaskan oleh model regresi, seperti yang ditunjukkan yaitu sebesar 0,640, sementara 36 persen selebihnya dipengaruhi faktor lain seperti strategi pemasaran, kebijakan harga, atau kondisi ekonomi makro.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian diatas mengenai maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan dan efisiensi biaya memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan, sedangkan leverage tidak menunjukkan pengaruh yang berarti. Secara simultan, ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan 64 persen perubahan profitabilitas, sehingga dapat dikatakan bahwa peningkatan penjualan dan pengelolaan biaya yang efektif tetap menjadi faktor utama yang menentukan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

5. REFERENSI

- [1] Metyria Imelda Hutabarat, "Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas," *AKUA J. Akunt. dan Keuang.*, vol. 1, no. 3, pp. 233–241, 2022, doi: 10.54259/akua.v1i3.813.
- [2] B. A. Syahzuni and J. Jimmy, "Pengaruh modal kerja, perputaran aktiva, dan leverage terhadap profitabilitas," *Fair Value J. Ilm. Akunt. dan Keuang.*, vol. 5, no. 3, pp. 1231–1237, 2022, doi: 10.32670/fairvalue.v5i3.2131.
- [3] M. J. A. Nasir, "Buletin Ekonomi Buletin Ekonomi," no. 2, 2020.
- [4] Hasanah & Setyawan, "Analisis Pengaruh Manajemen Modal Kerja, Pertumbuhan Penjualan Dan Kebijakan Hutang Terhadap Profitabilitas Perusahaan," *J. Appl. Manag. Account.*, vol. 4, no. 2, pp. 299–309, 2020, doi: 10.30871/jama.v4i2.2495.
- [5] E. Virgadinda Anindita, "Pengaruh Perputaran Modal Kerja Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas," *J. SIKAP (Sistem Informasi, Keuangan, Audit, Dan Perpajakan)*, vol. 1, no. 1, p. 164, 2019, doi: 10.32897/sikap.v1i2.58.
- [6] A. Simbolon, "Pengaruh Modal Kerja dan Leverage terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Industri Jasa Subsektor Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia," *J. Technol. Comput. Eng. Sci.*, vol. 1, no. 1, pp. 7–13, 2022.
- [7] M. R. Aryo Bagaskoro, "Mulia Rahmah 2," 2020.
- [8] E. Evelina and J. Juniarti, "The Effect of Family Control, Size, Sales Growth, Leverage on Profitability and the Value of Financial Sector Companies," *Bus. Account. Rev.*, vol. 2, no. 1, pp. 31–40, 2014.
- [9] T. D. Anisa and A. Febyansyah, "Pengaruh Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas," *J. Ilm. Manajemen, Ekon. Akunt.*, vol. 8, no. 1, pp. 1992–2016, 2024, doi: 10.31955/mea.v8i1.3896.
- [10] A. M. Rina Tresnawati, "Asymmetric

- capital structure speed of adjustment, equity mispricing and Shari'ah compliance of Malaysian firms," *Int. Rev. Econ. Financ.*, vol. 86, no. 8, pp. 965-975, 2021, doi: 10.1016/j.iref.2020.10.017.
- [11] U. A. Khasanah and Triyonowati, "Pengaruh Leverage, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Plastik Dan Kemasan," *J. Ilmu dan Ris. Manaj.*, vol. 10, no. 4, pp. 1-16, 2021.
- [12] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta Bandung, 2017.
- [13] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta Bandung, 2019.
- [14] N. N. Widhi and I. N. Suarmanayasa, "Pengaruh Leverage dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Subsektor Tekstil dan Garmen," *J. Ilm. Akunt. dan Humanika*, vol. 11, no. 02, pp. 267-275, 2021.
- [15] H. A. Afiezan *et al.*, "Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Leverage (DER) Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Sektor Dagang Besar yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia BEI 2015-2018," *Block Caving – A Viable Altern.*, vol. 21, no. 1, pp. 1-9, 2020, [Online]. Available: <https://www.golder.com/insights/block-caving-a-viable-alternative/>
- [16] Hermanto and A. Dewinta, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Efisiensi Perusahaan, Likuiditas, Kekuatan Pasar, Pertumbuhan Perusahaan, dan Leverage Terhadap Profitabilitas," *J. Ilm. MEA (Manajemen, Ekon. dan Akuntansi)*, vol. 7, no. 1, 2023.
- [17] S. I Ketut Alit and T. Nyoman, "Sukadana dan Triaryati, (2018)," vol. 7, no. 11, pp. 6239-6268, 2018.
- [18] E. Fransisca and I. Widjaja, "Pengaruh Leverage, Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur," *J. Manajerial Dan Kewirausahaan*, vol. 1, no. 2, p. 199, 2019, doi: 10.24912/jmk.v1i2.5079.

PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, EFISIENSI BIAYA, DAN LEVERAGE TERHADAP PROFITABILITAS INDUSTRI MAKANAN MINUMAN

ORIGINALITY REPORT

17%

SIMILARITY INDEX

15%

INTERNET SOURCES

10%

PUBLICATIONS

10%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

digilib.esaunggul.ac.id

Internet Source

1%

2

jurnal.pipmakassar.ac.id

Internet Source

1%

3

Submitted to Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Student Paper

1%

4

Submitted to Universitas Andalas

Student Paper

1%

5

repository.radenintan.ac.id

Internet Source

1%

6

Sucitra Nur Safitri, Nurul Wardatul Jannah, Teguh Virgiawan, Joni Hendra. "PENGARUH LIKUIDITAS, SOLVABILITAS DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN", Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran, 2025

Publication

1%

7

Zhiling Cao, Meng Chen, Lili Zhao, Guozheng Yang. "Corporate site visits and the speed of leverage adjustment", Finance Research Letters, 2025

Publication

1%

8

jurnal-reksa.act.uad.ac.id

Internet Source

1%

9

pusdikra-publishing.com

1 %

10 eprints.perbanas.ac.id
Internet Source

1 %

11 journal.ikopin.ac.id
Internet Source

1 %

12 ajarcde-safe-network.org
Internet Source

1 %

13 iptek.its.ac.id
Internet Source

1 %

14 jurnal.kdi.or.id
Internet Source

1 %

15 ejournals.fkwu.uniga.ac.id
Internet Source

1 %

16 Submitted to Universitas Sebelas Maret
Student Paper

1 %

17 journal.metansi.unipol.ac.id
Internet Source

1 %

18 Submitted to Universiti Malaysia Sarawak
Student Paper

<1 %

19 repository.teknokrat.ac.id
Internet Source

<1 %

20 Submitted to Academic Library Consortium
Student Paper

<1 %

21 Submitted to Universitas Putera Batam
Student Paper

<1 %

22 Submitted to Universitas Sam Ratulangi
Student Paper

<1 %

23 ejournal.mediaantartika.id
Internet Source

<1 %

24 journal.unika.ac.id
Internet Source

<1 %

25

repositorio.espe.edu.ec

Internet Source

<1 %

26

research.monash.edu

Internet Source

<1 %

27

www.essays.se

Internet Source

<1 %

28

Purnaya Sari Tarigan, Dwi Wahyono, Trisnawati Kusumawardhani, Syusantie Sylfia Sairdama, Aat Ruchiat Nugraha. "Pengaruh Digital Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Make Over", JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), 2023

Publication

<1 %

29

repository.unim.ac.id

Internet Source

<1 %

Exclude quotes

Off

Exclude matches

< 9 words

Exclude bibliography

Off

PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, EFISIENSI BIAYA, DAN LEVERAGE TERHADAP PROFITABILITAS INDUSTRI MAKANAN MINUMAN

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

/0

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8