

| ARTIKEL PENELITIAN

Pengaruh *Growth Opportunity*, *Net Profit Margin* Dan *Current Ratio* Terhadap Pertumbuhan Laba: Studi Empiris pada Perusahaan Sektor *Consumer Goods*

Atmini Atmini¹, Sugeng Priyanto^{1*}

¹ *Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur, Indonesia*

***Corresponding Author:** sugeng.priyanto@budiluhur.ac.id

| ABSTRACT

This Effect of Growth Opportunity, Net Profit Margin and Current Ratio on Profit Growth (Empirical Study of Consumer Goods Sector Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange Period 2016 to 2020). This study used secondary data with a population of sector consumer goods companies listed on the Indonesia Stock Exchange with an observation year from 2016 to 2020, as many as 42 companies. The sample in this study were 22 companies. The sampling technique using purposive sampling method and data analysis using of multiple linear regression method. The results of this study indicate that the Growth Opportunity, Net Profit Margin and Current Ratio has an influence on Profit Growth.

| KEYWORDS

Growth Opportunity; Net Profit Margin; Current Ratio; Profit Growth.

PENDAHULUAN

Sektor barang konsumsi adalah perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur merupakan salah satu dari banyak sektor yang ada dipasar modal, artinya perusahaan yang melakukan pembelian bahan, memproduksi hingga menjualnya kepada masyarakat dan orang-orang yang membutuhkannya (konsumer). Industri yang bergerak dibidang sektor *consumer goods* atau yang lebih dikenal dengan barang konsumsi merupakan salah satu dari beberapa industri yang mengalami perkembangan setiap waktu. Itu semua dikarenakan ini adalah industri yang sangat dibutuhkan untuk dapat memenuhi semua kebutuhan pokok dan untuk menjamin keberlangsungan hidup diseluruh masyarakat luas. Industri bidang barang dan konsumsi di Indonesia sering memperlihatkan suatu indikasi yang positif dalam pasar modal, hal tersebut ditunjukkan dengan seiring berjalannya dari waktu ke waktu semakin banyaknya perusahaan industri ini yang sudah menjadi perusahaan *go public* di Bursa Efek Indonesia (BEI). Ada banyak produk *consumer goods* yang tersedia di Indonesia, diantaranya adalah perusahaan Indofood yang terkenal dengan produk mie siap saji atau mie instannya, Kapal Api Global yang terkenal dengan produk kopinya, Unilever Indonesia yang terkenal dengan produk sabunya, Frisian Flag Indonesia yang terkenal dengan produk susu kental manisnya dan lain sebagainya.

Menurut Badan Pusat Statistik pertumbuhan ekonomi dan konsumsi rumah tangga melemah. Pada kuartal 1 2019, pertumbuhan konsumsi sebesar 5,01% secara tahunan. Walaupun lebih baik apabila dibandingkan dengan periode 2018, konsumsi sedikit melambat dari kuartal IV tahun 2018 yaitu mencapai 5,08%. Walaupun pada tahun 2016 sampai 2019 pertumbuhan sektoral mengalami fluktuatif. Pada 2020 kinerja keuangan dengan kapitalisasi perusahaan saham terbesar yang tercatat dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagian besar masih membukukan kenaikan atau pertumbuhan kinerja, walaupun tipis dikarenakan mulai terimbas efeknya pandemi covid-19, apalagi setelah pemerintah memberlakukan peraturan pembatasan sosial, yang mengakibatkan operasional

perusahaan terganggu. Pada kuartal 1 tahun 2020, PT Indofood (ICBP) sendiri berhasil membukukan peningkatan laba bersih 48,24% secara tahunan atau *year on year* (YoY), kenaikan ini tidak mengherankan sebab barang konsumsi yang menjadi andalan ICBP tergolong sektor yang defensif karena produknya tetap di butuhkan walaupun dalam kondisi pandemi, selain itu pasar swalayan dan toserba yang menjadi ujung tombang barang-barang konsumsi masih diijinkan beroperasi walaupun pemerintah menjalankan kebijakan pembatasan sosial. PT Unilever (UNVR) juga mengalami kenaikan sebesar 6,25% dan PT Sampoerna Tbk (HMSP) mengalami kenaikan sebesar 1,09 (YoY) namun untuk emiten HMSP akan sedikit menghadapi tantangan apabila pemerintah kembali menaikkan cukai rokok (www.cnbcindonesia.com).

Perusahaan Sekuritas Phintraco mengasumsikan, sektor *consumer goods* masih menjadi salah satu dari beberapa pasar saham yang menjadi idola bagi investor ditengah pandemi covid-19 seiring meningkatnya konsumsi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Seperti diketahui apabila suatu perusahaan atau badan usaha terus mendapatkan keuntungan berarti kelangsungan hidup perusahaan atau badan usaha tersebut terjamin. Jika melihat dalam segi bisnis pun, perusahaan di sektor inipun relatif kestabilan dari segala kondisi termasuk pada kondisi pandemi seperti saat ini. Berdasarkan kondisi tersebut, sektor *consumer goods* merupakan prospek yang baik di masa depan bagi investor yang ingin melakukan investasi di pasar modal.

Pasar modal merupakan pasar dimana berbagai instrumen keuangan jangka panjang dan jangka pendek dapat diperjualbelikan, salah satunya adalah saham (Napitupulu, 2019). Saham adalah suatu bukti kepemilikan nilai sebuah perusahaan. Pasar Modal memiliki peran penting bagi perekonomian suatu negara karena pasar modal menjalankan dua fungsi, yaitu pertama sebagai sarana bagi pendanaan usaha atau sarana bagi perusahaan untuk mendapatkan dana dari masyarakat pemodal atau investor. Dana yang diperoleh dari pasar modal tersebut dapat digunakan untuk pengembangan usaha, ekspansi usaha, penambahan modal kerja dan lain-lain. Kedua, pasar modal menjadi sarana bagi masyarakat untuk berinvestasi pada instrumen keuangan seperti saham, obligasi, reksa dana, dan lain-lain. Dengan sarana tersebut, masyarakat dapat menempatkan dana yang dimilikinya sesuai dengan karakteristik keuntungan dan risiko masing-masing instrumen keuangan yang dipilih (www.idx.co.id, 2021). Indikator yang baik untuk melihat pertumbuhan suatu perusahaan adalah laba. Kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba yang maksimal sangatlah penting, karena laba merupakan tujuan utama pada suatu perusahaan.

Indikator yang baik untuk melihat pertumbuhan suatu perusahaan adalah laba. Kemampuan suatu perusahaan untuk dapat memperoleh laba yang maksimal sangatlah penting, karena laba merupakan tujuan utama pada suatu perusahaan. Ada salah satu cara dalam menganalisis sebuah laporan keuangan adalah dengan menggunakan rasio keuangan. Dalam hal ini, rasio yang akan digunakan peneliti adalah *growth opportunity*, *net profit margin*, dan *current ratio*. *Growth opportunity* merupakan suatu nilai atau presentase kenaikan maupun penurunan penjualan tahun sekarang atau tahun tertentu dengan tahun sebelumnya yang diharapkan lebih besar. Agustina dan Rice (2016) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap pertumbuhan laba, namun Putra dan Badjra (2015) menyatakan bahwa tingkat penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan.

Net profit margin merupakan perbandingan antara laba bersih dan total penjualan, rasio ini mengukur seberapa besar laba bersih yang dihasilkan oleh perusahaan dari total penjualan. Widiyanti (2019) menyatakan bahwa *net profit margin* berpengaruh terhadap pertumbuhan laba, namun Estininghadi (2019) menyatakan bahwa *net profit margin* tidak memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan laba. *Current ratio* adalah hasil dari perbandingan antara aset lancar dengan hutang lancar. Krisnandi *et al.*, (2019) menyatakan *current ratio* memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan laba, namun Avivah (2018) menyatakan *current ratio* tidak memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan laba.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang tidak konsisten tersebut di atas, maka peneliti tertarik untuk membuat penelitian dengan judul "Pengaruh *Growth Opportunity*, *Net Profit Margin* dan *Current Ratio* Terhadap Pertumbuhan Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor *Consumer Goods* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020)".

KAJIAN TEORI

Signalling Theory (Teori Signal)

Teori sinyal adalah sebuah tolak ukur sebuah perusahaan dalam memberikan sinyal bagi pengguna laporan keuangan, investor atau kreditor. Pengertian teori sinyal yang dikemukakan Mary (2017) dan Widiyanti (2019) Tindakan perusahaan dalam memberi signal kepada investor tentang bagaimana manajemen memberikan signal positif terhadap investasi. Teori sinyal membahas tentang bagaimana seharusnya sinyal-sinyal keberhasilan maupun kegagalan manajemen disampaikan kepada pemilik dana atau disebut juga investor. Teori sinyal menjelaskan bahwa dalam pemberian signal yang dilakukan oleh manajer adalah untuk mengurangi terjadinya asimetri informasi. Dengan memberikan informasi kelengkapan keuangan dalam bentuk laporan keuangan perusahaan yang akurat dan terpercaya akan mendorong minat kreditor atau investor maupun publik tentang prospek sebuah perusahaan kedepan nya yang berharap lebih baik, hal ini bisa dilihat dari kelengkapan pos-pos laporan keuangan yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Pertumbuhan Laba

Pertumbuhan laba merupakan suatu nilai persentase kenaikan maupun penurunan laba tahun sekarang atau tahun tertentu berbanding tahun sebelumnya yang diharapkan dapat lebih besar. Pertumbuhan laba ialah ukuran kinerja dari suatu perusahaan, semakin meningkat laba yang dihasilkan maka semakin baik kinerja suatu perusahaan tersebut. Harahap (2018) menyatakan bahwa pertumbuhan laba tersebut merupakan rasio yang dapat menggambarkan sejauh mana kemampuan perusahaan dalam meningkatkan laba setelah beban dan pajak periode tahun ini dibandingkan dengan periode tahun sebelumnya. Pertumbuhan laba bisa diketahui dengan mengurangi laba setelah beban dan pajak tahun ini dengan laba setelah beban dan pajak tahun lalu kemudian dibagi dengan laba setelah beban dan pajak tahun sebelumnya.

Growth Opportunity

Growth opportunity merupakan suatu nilai persentase kenaikan maupun penurunan penjualan tahun sekarang atau tahun tertentu berbanding tahun sebelumnya yang diharapkan dapat lebih besar. Harahap (2018) menyatakan bahwa growth opportunity merupakan rasio yang dapat menggambarkan presentasi kenaikan maupun penurunan nilai penjualan tahun ini berbanding dengan periode penjualan tahun sebelumnya.

Net Profit Margin

Laba bersih atau net profit margin merupakan salah satu ukuran kinerja perusahaan, laba bersih dapat dibagikan kepada pemegang saham sebagai dividen atau dapat digunakan sebagai cadangan kas sebagai laba ditahan untuk kegiatan operasional pada masa yang akan datang. Laba bersih tersebut ialah laba yang sudah dikurangi semua biaya-biaya operasional yang ada.

Kasmir (2018) menyatakan bahwa laba bersih yaitu suatu ukuran keuntungan yang kemudian membandingkan antara keuntungan setelah beban dan pajak berbanding dengan tingkat penjualan. Harahap (2018) rasio ini dapat menunjukkan bahwa seberapa besar presentase dari keuntungan bersih yang diperoleh dari penjualan. Semakin meningkat rasio yang dihasilkan maka rasio dianggap semakin baik, karena dianggap perusahaan mampu dalam menghasilkan keuntungan atau laba cukup tinggi.

Current Ratio

Kasmir (2018) menyatakan bahwa rasio lancar atau current ratio ialah rasio untuk mengukur seberapa mampu perusahaan dalam membayar utang jangka pendek yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Yang berarti, nilai aktiva lancar yang tersedia untuk menutupi kewajiban jangka pendeknya yang akan segera jatuh tempo. Rasio ini dapat dihitung dengan membagi antara aktiva lancar dengan aset lancar. Menurut dari Harahap (2018) rasio ini dapat menunjukkan sampai sejauh mana aktiva lancar dapat menutupi kewajiban-kewajiban lancar. Apabila semakin besar perbandingan dari aktiva lancar dengan utang lancar, semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menutupi kewajiban jangka pendeknya yang segera jatuh tempo dengan menggunakan total aset lancar yang tersedia.

METODE PENELITIAN

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini ialah perusahaan sektor *consumer goods* yang sudah *go public* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode penelitian yaitu tahun 2016 sampai dengan tahun 2020, dengan jumlah populasi sebanyak 42 (empat puluh dua) perusahaan. Dalam penelitian ini, teknik dalam pengambilan beberapa sampel menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu. Dengan menggunakan metode tersebut, maka peneliti mendapatkan sampel berjumlah 22 (dua puluh dua) perusahaan. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui hasil dari penelitian pengolahan data akan menggunakan uji asumsi klasik, dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 21.0, maka dapat diperoleh hasil bahwa data dalam penelitian ini telah berdistribusi normal, yaitu tidak terjadi masalah multikolinearitas, tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, dan tidak terjadi masalah autokorelasi.

Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 1. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	-.304	.431		-.704	.484	
1	GO	1.142	.394	.271	2.895	.005
	NPM	2.871	.541	.513	5.309	.000
	CR	-.055	.019	-.276	-2.841	.006

a. Dependent Variable: PL

Berdasarkan **Tabel 1** di atas, hasil uji t yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut.

- Nilai signifikansi antara *growth opportunity* dengan pertumbuhan laba, nilai sig t sebesar $0,005 < 0,05$. Artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Arah koefisien positif mencerminkan bahwa *growth opportunity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2020.
- signifikansi antara *net profit margin* dengan pertumbuhan laba, nilai sig t sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya H_0 ditolak dan H_2 diterima. Arah koefisien positif mencerminkan bahwa *net profit margin* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2020.

- c. Nilai signifikansi antara *current ratio* dengan pertumbuhan laba, nilai sig t sebesar $0,006 < 0,05$. Artinya H_0 ditolak dan H_3 diterima. Arah koefisien negatif mencerminkan bahwa *current ratio* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2020.

Uji Hipotesis (Uji F)

Tabel 2. ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.910	3	.970	12.946	.000 ^b
	Residual	5.768	77	.075		
	Total	8.678	80			

a. Dependent Variable: PL

b. Predictors: (Constant), CR, GO, NPM

Berdasarkan **Tabel 2** berikut, dapat dilihat dari besar signifikansi kurang dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti semua variabel secara bersama-sama pada model regresi layak dipergunakan dalam penelitian ini.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 3. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.579 ^a	.335	.309	.273700

a. Predictors: (Constant), CR, GO, NPM

Berdasarkan **Tabel 3** berikut dapat diartikan bahwa, nilai *adjusted R Square* adalah sebesar 0,309 atau 30,9%. Hal ini menunjukkan bahwa presentasi kontribusi variabel *net profit margin*, *growth opportunity*, dan *current ratio* terhadap pertumbuhan laba sebesar 30,9%, Sisanya sebesar (100% - 30,9%) 69,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan **Tabel 1**, koefisien regresi antara pertumbuhan laba (Y) yang dipengaruhi oleh *growth opportunity*, *net profit margin* dan *current ratio* yang dapat diinterpretasikan ialah sebagai berikut.

- Konstanta sebesar -0,304, artinya jika nilai *growth opportunity* (GO), *net profit margin* (NPM), dan *current ratio* (CR) nilainya 0, maka pertumbuhan laba (Y) nilainya adalah -0,304.
- Koefisien regresi variabel *growth opportunity* sebesar 1,142 artinya apabila variabel bebas atau independen lain nilainya tetap dan *growth opportunity* mengalami kenaikan 1%, maka pertumbuhan laba akan mengalami kenaikan sebesar 1,142 atau 1,142%. Koefisien positif yang berarti terjadi pengaruh positif antara variabel bebas dengan variabel terikat, semakin meningkat *growth opportunity* maka pertumbuhan laba akan semakin meningkat, begitupun sebaliknya. Artinya, apabila terjadi kenaikan pada tingkat penjualan, perusahaan dapat menutupi biaya-biaya sehingga dapat meningkatkan laba yang diperoleh.
- Koefisien regresi variabel *net profit margin* sebesar 2,871 yang berarti jika variabel bebas lain nilainya tetap dan *net profit margin* mengalami kenaikan 1%, maka pertumbuhan laba akan mengalami kenaikan sebesar 2,871 atau 2,871%. Koefisien positif yang berarti terjadi pengaruh

positif antara variabel bebas dengan variabel terikat, semakin meningkat *net profit margin* maka pertumbuhan laba akan semakin meningkat, begitupun sebaliknya. Artinya, perusahaan dapat meningkatkan laba bersih dari penjualan. Dengan keuntungan bersih yang besar, makin besar kesempatan perusahaan dalam meningkatkan modal usahanya sehingga pendapatan yang diperoleh tersebut menjadi meningkat.

- d. Koefisien regresi variabel *current ratio* sebesar -0,055 yang berarti jika variabel bebas lain nilainya tetap dan *current ratio* mengalami kenaikan 1%, maka pertumbuhan laba akan mengalami kenaikan sebesar -0,055 atau -0,055%. Koefisien negatif artinya terjadi pengaruh negatif antara variabel bebas dengan variabel terikat, semakin meningkat *current ratio* maka pertumbuhan laba akan menurun, begitupun sebaliknya. Ini memiliki makna apabila aktiva lancar yang dihasilkan terlalu tinggi akan mempunyai pengaruh yang tidak baik terhadap pertumbuhan laba, misalnya seperti saldo kas yang menganggur, tingkat persediaan yang berlebihan dibandingkan dengan kebutuhan yang ada, yang mengakibatkan *current ratio* yang tinggi namun mengakibatkan laba menurun.

Interpretasi Hasil Penelitian

Pengaruh *Growth Opportunity* terhadap Pertumbuhan Laba

Hasil penelitian ini menunjukkan *growth opportunity* berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Rasio ini menunjukkan presentasi kenaikan maupun penurunan penjualan tahun ini berbanding dengan tahun sebelumnya. Artinya apabila penjualan meningkat akan meningkatkan laba yang diperoleh perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustina dan Rice (2016) menyatakan bahwa tingkat penjualan berpengaruh terhadap pertumbuhan laba.

Pengaruh *Net Profit Margin* terhadap Pertumbuhan Laba

Net profit margin adalah hasil rasio yang digunakan untuk dapat mengukur besarnya persentase laba bersih atas penjualan bersih. Hasil penelitian ini menunjukkan *net profit margin* berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. *Net profit margin* dapat menggambarkan bahwa besarnya laba bersih yang diperoleh perusahaan pada setiap penjualan yang dilakukan. Apabila *net profit margin* perusahaan meningkat, maka menunjukkan perusahaan mempunyai kinerja baik karena dapat menghasilkan laba bersih yang tinggi melalui aktifitas penjualannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Widiyanti (2019) menyatakan bahwa *net profit margin* berpengaruh terhadap pertumbuhan laba.

Pengaruh *Current Ratio* terhadap Pertumbuhan Laba

Current ratio atau rasio lancar menunjukkan sejauh mana aktiva lancar menutupi kewajiban-kewajiban lancar. Apabila semakin meningkat perbandingan aktiva lancar dengan hutang lancar, semakin meningkat kemampuan perusahaan menutupi kewajiban jangka pendeknya. Hasil penelitian ini menunjukkan *current ratio* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba. Dapat diartikan apabila semakin tinggi nilai rasio, semakin rendah pertumbuhan laba yang dihasilkan perusahaan. Rasio lancar yang tinggi menunjukkan adanya kelebihan aktiva yang mempunyai pengaruh yang tidak baik terhadap pertumbuhan laba, Hal ini menunjukkan adanya saldo kas yang menganggur, tingkat persediaan yang berlebihan dibandingkan dengan kebutuhan yang ada, yang mengakibatkan *current ratio* yang tinggi namun menyebabkan laba menurun.

Hasil berpengaruh signifikan pada penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Krisnandi, Awaloedin dan Saulinda (2019) bahwa *current ratio* berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Namun peneliti menemukan hasil pengaruh negatif yang artinya apabila nilai *current ratio* meningkat, terdapat penurunan pada pertumbuhan laba.

SIMPULAN

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh *growth opportunity*, *net profit margin*, dan *current ratio* terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2016 sampai dengan 2020. Pada penelitian ini menggunakan alat pengujian analisis linier berganda yaitu menggunakan perangkat lunak SPSS 21.0. Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa *growth opportunity* berpengaruh terhadap pertumbuhan laba; *net profit margin* berpengaruh terhadap pertumbuhan laba, dan *current ratio* berpengaruh terhadap pertumbuhan laba.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, & Rice. (2016). Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Laba dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*.
- Avivah, D. C., & Ardini, L. (2018). Pengaruh Rasio Keuangan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pertumbuhan Laba Masa Mendatang. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*.
- Estininghadi, S. (2019). Pengaruh Current Ratio, Debt to Equity Ratio, Total Asset Turnover, dan Net Profit Margin terhadap Pertumbuhan Laba. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Dewantara* Vol. 2 No. 1.
- Harahap, S. S. (2018). Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan Cetakan Kesepuluh (1 ed.). Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- IDX. (2021, April 7). Index. Retrieved from www.idx.co.id/
- Indonesia, C. (2021, Maret 31). Kinerja Emiten Consumer Goods. Retrieved from www.cnbcindonesia.com/
- Kasmir. (2019). Analisis Laporan Keuangan Edisi Revisi Cetakan Keduabelas. Depok: Rajawali Pers.
- Krisnandi, H., Awaloedin, D. T., & Saulinda, S. (2019). Pengaruh Current Ratio, Inventory Turnover, Debt to Equity Ratio dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Rekayasa Informasi* Vol. 8 No. 2.
- Napitupulu, R. D. (2019). Determinasi Rasio Likuiditas dan Rasio Profitabilitas Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting an Research* Vol.3 No. 2.
- Putra, A. Y., & Badjra, I. B. (2015). Pengaruh Leverage, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 7.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Cetakan Kesatu. Bandung: Alfabeta.
- Widiyanti, M. (2019). Pengaruh Net Profit Margin, Return On Assets, dan Debt to Equity Ratio terhadap Pertumbuhan Laba pada Perusahaan LQ-45. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan* Vol. 7 No. 3.

