



## **Pengaruh Leverage, Pertumbuhan Penjualan, dan Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Perdagangan Subsektor Ritel yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020–2024**

**Andrianus Alvin Fernando<sup>1</sup>, Aminah<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bandar Lampung, Lampung, Indonesia

<sup>2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bandar Lampung, Lampung, Indonesia

Email author: andrianus.22011121@student.ubl.ac.id<sup>1</sup>, aminah@ubl.ac.id<sup>2</sup>

### **Article Info**

#### **Article history:**

Masuk: 29 Januari 2026

Revisi: 14 Maret 2026

Diterima: 08 April 2026

Tersedia: 01 Juli 2026

Terbit: 30 Juli 2026

#### **Keywords:**

Leverage;  
Sales growth;  
Inventory Turnover;  
Profitability;  
Retail Companies

### **ABSTARCT**

Profitability serves as a critical indicator in assessing corporate financial performance, particularly within the retail trading sector where operational efficiency, funding structure, and revenue dynamics are closely interrelated. Empirical studies simultaneously examining *leverage*, sales growth, and *inventory turnover* on profitability among Indonesian *retail* companies during the post-pandemic period remain scarce. This study aims to analyze the partial and simultaneous effects of those three variables on profitability in retail trading companies listed on the *Indonesia Stock Exchange (IDX)* during 2020–2024. A quantitative associative approach was employed, with 10 companies selected through *purposive sampling*, generating 50 observation units. Secondary data were sourced from audited annual financial statements published on the IDX official website. Data were analyzed using descriptive statistics, classical assumption tests, multiple linear regression, F-test, t-test, and coefficient of determination ( $R^2$ ). The results indicate that partially, *leverage* and sales growth positively and significantly affect profitability, while *inventory turnover* exhibits a significant negative effect. Simultaneously, all three variables jointly and significantly influence profitability. The coefficient of determination shows that these variables explain 31.9% of profitability variation, with the remaining 68.1% attributed to factors outside the model.

### **Corresponding Author:**

Andrianus Alvin Fernando,  
Universitas Bandar Lampung  
Jl. ZA. Pagar Alam No.26, Kec. Kedaton, Kota Bandar Lampung, Lampung  
Email: andrianus.22011121@student.ubl.ac.id



### **ABSTRAK**

Profitabilitas merupakan indikator penting dalam menilai kinerja keuangan suatu perusahaan, khususnya di sektor perdagangan ritel di mana efisiensi operasional terdiri dari struktur, pendanaan, dan dinamika pendapatan saling terkait erat. Studi empiris yang secara simultan meneliti pengaruh leverage, pertumbuhan penjualan, dan perputaran persediaan terhadap profitabilitas di antara perusahaan ritel Indonesia selama periode pasca-pandemi masih langka. Studi ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh parsial dan simultan dari ketiga variabel tersebut terhadap profitabilitas di perusahaan perdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (IDX) selama tahun 2020–2024.

Pendekatan asosiatif kuantitatif digunakan, dengan 10 perusahaan dipilih melalui purposive sampling, menghasilkan 50 unit observasi. Data sekunder bersumber dari laporan keuangan tahunan yang diaudit dan dipublikasikan di situs web resmi IDX. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji F, uji t, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Hasil menunjukkan bahwa secara parsial, leverage dan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas, sedangkan perputaran persediaan menunjukkan pengaruh negatif yang signifikan. Secara simultan, ketiga variabel tersebut secara bersama-sama dan signifikan memengaruhi profitabilitas. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel-variabel ini menjelaskan 31,9% variasi profitabilitas, dengan sisanya, yaitu 68,1%, disebabkan oleh faktor-faktor di luar model.

## 1. PENDAHULUAN

Perusahaan merupakan suatu entitas organisasi yang memiliki tujuan jangka panjang untuk meningkatkan nilai ekonomi yang nantinya dapat memberikan manfaat bagi para pemangku kepentingan (*stakeholder*). Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan perlu memperhatikan kinerjanya sebagai dasar dalam pengambilan keputusan (Hapsari, 2023). Melalui penilaian kinerja, manajemen dapat mengetahui sejauh mana efektivitas dan efisiensi kegiatan operasional yang dijalankan, apakah sudah sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan atau belum. Kinerja operasional yang baik akan berdampak positif terhadap tingkat profitabilitas perusahaan, sedangkan kinerja yang buruk dapat menyebabkan penurunan laba, bahkan berpotensi menghambat kelangsungan usaha (Sari et al., 2020). Selain itu, kinerja perusahaan juga mencerminkan kemampuan manajemen dalam mengelola sumber daya yang dimiliki, baik sumber daya keuangan maupun nonkeuangan. Pengelolaan sumber daya yang optimal akan mendukung tercapainya tujuan perusahaan secara berkelanjutan, serta meningkatkan kepercayaan investor dan kreditur terhadap kondisi keuangan perusahaan. Kinerja yang baik menunjukkan bahwa perusahaan mampu menciptakan nilai tambah dan mempertahankan daya saing di tengah persaingan usaha yang semakin ketat. Oleh karena itu, pengukuran kinerja perusahaan menjadi aspek penting yang tidak hanya berorientasi pada pencapaian laba jangka pendek, tetapi juga pada keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Objek penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah perusahaan dagang sub-sektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Perusahaan dagang merupakan jenis perusahaan yang melakukan aktivitas membeli barang dari pemasok untuk kemudian dijual kembali kepada konsumen tanpa mengubah bentuk atau karakteristik barang tersebut (Wildana & Utami, 2017). Sementara itu, perusahaan ritel merupakan kegiatan usaha yang berfokus pada penambahan nilai barang atau jasa yang ditujukan langsung kepada konsumen akhir, baik untuk memenuhi kebutuhan pribadi maupun rumah tangga (Meliana, 2025). Perusahaan ritel memiliki karakteristik permintaan konsumen yang terus berubah seiring perkembangan zaman dan tren pasar, sehingga perusahaan perlu mampu menyesuaikan diri dengan dinamika kebutuhan konsumen agar dapat mempertahankan daya saingnya di pasar.

Menurut Sundari & Syaikhudin (2021) dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Ritel*, Subsektor ritel merupakan salah satu bidang usaha yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Pesatnya perkembangan industri ini ditandai dengan semakin banyaknya pelaku usaha di sektor perdagangan ritel, yang mencerminkan adanya sinyal positif terhadap pertumbuhan dan perbaikan ekonomi nasional. Perusahaan-perusahaan ritel umumnya memiliki tujuan utama untuk memperoleh laba yang dapat menunjang kelangsungan usaha, meningkatkan kesejahteraan karyawan, serta mendorong perkembangan bisnis ke arah yang lebih baik. Namun, dalam proses perkembangannya.

Perusahaan ritel menghadapi tantangan berupa persaingan yang semakin ketat dan kebutuhan untuk mempertahankan keunggulan kompetitif. Kondisi tersebut menuntut perusahaan agar mampu mengelola kinerja keuangan secara optimal. Kinerja keuangan yang baik akan mendukung manajemen dalam mengatur pendanaan dan operasional perusahaan. Sebaliknya, apabila pengelolaan keuangan tidak berjalan sesuai dengan perencanaan, perusahaan dapat mengalami kesulitan dalam memenuhi kewajibannya, yang pada akhirnya berdampak pada penurunan kinerja operasional hingga potensi

penutupan usaha. Dengan demikian, kinerja keuangan memiliki peran penting dalam menentukan naik turunnya tingkat laba perusahaan (Hamidu, 2011). Hal ini menegaskan bahwa profitabilitas menjadi aspek yang sangat vital untuk diperhatikan dalam menjaga keberlangsungan usaha ritel.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menilai posisi keuangannya selama satu periode tertentu atau dalam beberapa periode untuk mengetahui sejauh mana tingkat keberhasilan yang telah dicapai (Kasmir, 2018). Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu menjalankan kegiatan operasionalnya secara efektif, sekaligus menjadi dasar utama dalam pengambilan keputusan manajerial. Dengan demikian, setiap keputusan yang diambil manajemen umumnya berorientasi pada pencapaian laba yang optimal. Namun, pencapaian laba tidak hanya bergantung pada besarnya pendapatan, melainkan juga pada efektivitas pengelolaan modal kerja yang dilakukan perusahaan agar dapat menghasilkan tingkat profitabilitas yang maksimal.

Selain pengelolaan modal kerja, faktor lain yang turut memengaruhi profitabilitas perusahaan adalah leverage, pertumbuhan penjualan, dan perputaran persediaan. Leverage menggambarkan sejauh mana perusahaan menggunakan dana pinjaman untuk membiayai aktivitas operasionalnya. Penggunaan utang yang proporsional dapat meningkatkan profitabilitas karena memberikan peluang bagi perusahaan untuk memperluas kegiatan usahanya tanpa harus menambah modal sendiri. Namun, apabila leverage terlalu tinggi, perusahaan akan menanggung beban bunga yang besar, yang pada akhirnya dapat menekan laba bersih (Kasmir, 2018). Oleh karena itu, pengelolaan struktur modal yang efisien menjadi kunci untuk menjaga keseimbangan antara risiko dan keuntungan yang dihasilkan. Selanjutnya, pertumbuhan penjualan mencerminkan peningkatan pendapatan dari hasil penjualan produk atau jasa perusahaan dalam kurun waktu tertentu. Pertumbuhan penjualan yang positif menunjukkan adanya peningkatan permintaan pasar terhadap produk yang ditawarkan, serta efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan. Peningkatan penjualan umumnya akan berdampak langsung terhadap peningkatan laba, asalkan perusahaan mampu mengendalikan biaya operasionalnya dengan baik (Brigham, 2019). Sebaliknya, apabila pertumbuhan penjualan stagnan atau menurun, maka potensi profitabilitas perusahaan juga akan menurun.

Faktor berikutnya yang berpengaruh terhadap profitabilitas adalah perputaran persediaan, yang menggambarkan seberapa cepat perusahaan mampu menjual persediaan yang dimilikinya dalam periode tertentu. Dalam industri ritel, efisiensi pengelolaan persediaan sangat penting karena produk yang dijual memiliki siklus hidup yang relatif pendek dan mudah dipengaruhi oleh tren pasar. Semakin tinggi tingkat perputaran persediaan, semakin cepat perusahaan memperoleh kas dari hasil penjualan, yang pada akhirnya meningkatkan profitabilitas. Sebaliknya, tingkat perputaran persediaan yang rendah dapat menyebabkan penumpukan stok, biaya penyimpanan yang tinggi, serta risiko penurunan nilai barang (Afifah Septiani Judin, 2020).

Di sisi lain, kinerja profitabilitas perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) juga menunjukkan dinamika yang beragam. Misalnya, PT Matahari Department Store Tbk (LPPF) mengalami penurunan profitabilitas pada tahun 2020 akibat penurunan penjualan, namun kembali mencatat peningkatan laba bersih pada tahun 2022–2023 setelah menerapkan efisiensi operasional dan memperkuat penjualan berbasis digital (LPPF Annual Report, 2023). Sebaliknya, PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk (RALS) mencatat pertumbuhan penjualan yang fluktuatif karena perubahan preferensi konsumen dan persaingan yang ketat dalam segmen ritel kebutuhan sehari-hari (RALS Annual Report, 2023). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas perusahaan ritel sangat dipengaruhi oleh efektivitas pengelolaan leverage, kemampuan mempertahankan pertumbuhan penjualan, serta efisiensi pengelolaan persediaan. Hal ini diperkuat oleh penelitian Nurmasari & Nur'aidawati (2023) yang menjelaskan bahwa struktur keuangan yang sehat, pertumbuhan penjualan yang stabil, dan tingginya perputaran persediaan berkontribusi positif terhadap profitabilitas perusahaan ritel.

Meskipun kajian mengenai faktor-faktor penentu profitabilitas perusahaan telah banyak dilakukan, terdapat sejumlah celah penelitian (*research gap*) yang belum sepenuhnya terjawab dalam literatur yang ada. Pertama, sebagian besar penelitian terdahulu yang mengkaji pengaruh *leverage* terhadap profitabilitas dilakukan pada sektor manufaktur atau perbankan, seperti penelitian (Sutama, 2018) serta (Nuridah, 2024), sehingga temuan tersebut belum tentu dapat digeneralisasikan pada sektor perdagangan ritel yang memiliki karakteristik operasional berbeda, terutama dalam hal siklus persediaan yang lebih cepat dan tingkat ketergantungan terhadap volume penjualan yang sangat tinggi. Kedua, kajian yang secara khusus menelaah pengaruh perputaran persediaan terhadap profitabilitas pada perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia umumnya dilakukan secara terpisah atau tidak dikombinasikan dengan variabel pertumbuhan penjualan dan *leverage* secara bersamaan dalam

satu model analisis, sebagaimana yang dilakukan oleh (Afifah Septiani Judin, 2020) yang hanya berfokus pada subsektor kosmetik dan kebutuhan rumah tangga. Ketiga, dari aspek periode penelitian, mayoritas studi sebelumnya menggunakan rentang waktu sebelum tahun 2020, sehingga belum mengakomodasi dinamika kinerja keuangan perusahaan ritel pada era pasca-pandemi *Covid-19*, yakni periode 2020 hingga 2024, yang ditandai oleh pergeseran perilaku konsumen secara masif, percepatan transformasi perdagangan berbasis *digital*, serta fluktuasi kondisi makroekonomi yang signifikan.

Kondisi tersebut menciptakan lingkungan bisnis yang berbeda secara substansial dibandingkan periode-periode sebelumnya, sehingga kajian ulang terhadap faktor-faktor yang memengaruhi profitabilitas pada konteks dan periode ini menjadi sangat relevan dan mendesak untuk dilakukan. Berdasarkan ketiga celah tersebut, penelitian ini memberikan kontribusi empiris yang khas dengan cara mengintegrasikan tiga variabel *leverage*, pertumbuhan penjualan, dan perputaran persediaan ke dalam satu kerangka model regresi yang diuji secara simultan dan parsial, dengan objek penelitian yang difokuskan secara spesifik pada perusahaan perdagangan subsektor ritel di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020–2024. Dengan demikian, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana *leverage*, pertumbuhan penjualan, dan perputaran persediaan berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan perdagangan subsektor ritel yang terdaftar di BEI periode 2020–2024. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai faktor-faktor keuangan yang memengaruhi kemampuan perusahaan ritel dalam menghasilkan laba, serta menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen dalam pengambilan keputusan strategis di masa mendatang.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian kausal, yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh *leverage*, pertumbuhan penjualan, dan perputaran persediaan terhadap profitabilitas pada perusahaan perdagangan subsektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024. Populasi penelitian mencakup seluruh perusahaan ritel yang terdaftar di BEI, dengan pemilihan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu, sehingga diperoleh 10 perusahaan sebagai sampel penelitian dengan total 50 data observasi. Data yang digunakan merupakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan yang diperoleh dari situs resmi BEI dan website perusahaan. Variabel profitabilitas diukur menggunakan *Return on Assets (ROA)*, *leverage* menggunakan *Debt to Equity Ratio (DER)*, pertumbuhan penjualan dihitung dari perubahan penjualan tahunan, dan perputaran persediaan diukur melalui rasio *inventory turnover*. Guna menjamin ketepatan dan konsistensi pengukuran dalam penelitian ini, setiap variabel dioperasionalkan menggunakan rumus matematis yang telah ditetapkan berdasarkan landasan teori yang sah. Pengukuran masing-masing variabel diuraikan sebagai berikut: Pertama, variabel profitabilitas (Y) diprosikan melalui *Return on Assets (ROA)*, yang mencerminkan efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan seluruh aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba bersih (Kasmir, 2018). Rumus yang digunakan adalah:

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

Indikator yang digunakan dalam pengukuran ROA meliputi: (a) laba bersih, yaitu laba yang diperoleh perusahaan setelah dikurangi pajak; dan (b) total aset, yaitu keseluruhan aset yang dimiliki perusahaan untuk menunjang kegiatan operasionalnya. Kedua, variabel *leverage* (X1) diprosikan menggunakan *Debt to Assets Ratio (DAR)*, yang menggambarkan sejauh mana perusahaan menggunakan dana pinjaman dalam membiayai aktivitas operasionalnya. *Leverage* yang tinggi menunjukkan ketergantungan perusahaan terhadap utang, yang berpotensi meningkatkan risiko sekaligus memperbesar laba apabila dikelola secara efektif (Hanafi & Halim, 2019). Rumus yang digunakan adalah:

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

Indikator yang digunakan dalam pengukuran DER meliputi: (a) total utang, yaitu keseluruhan kewajiban perusahaan yang harus dibayarkan kepada pihak lain; dan (b) total ekuitas, yaitu modal bersih yang dimiliki perusahaan setelah dikurangi seluruh kewajiban (Kasmir, 2018). Ketiga, variabel pertumbuhan penjualan (X2) diukur berdasarkan persentase perubahan nilai penjualan bersih antara dua periode berturut-turut, yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan atau meningkatkan pendapatannya dari waktu ke waktu (Brigham, 2019). Rumus yang digunakan adalah:

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan}_t - \text{Penjualan}_{t-1}}{\text{Penjualan}_{t-1}} \times 100\%$$

Indikator yang digunakan mengacu pada Harahap (2018), meliputi: (a) penjualan tahun berjalan, yaitu total pendapatan penjualan yang diperoleh perusahaan pada periode berjalan; dan (b) penjualan tahun sebelumnya, yaitu total pendapatan penjualan pada periode sebelumnya yang digunakan sebagai dasar perbandingan. Keempat, variabel perputaran persediaan (X3) diprosikan melalui rasio *Inventory Turnover*, yang mengukur seberapa cepat persediaan perusahaan terjual dan diperbarui dalam satu periode tertentu. Rasio ini mencerminkan efisiensi perusahaan dalam mengelola persediaan, terutama pada industri ritel yang memiliki siklus barang relatif cepat berubah (Rudianto, 2018). Rumus yang digunakan adalah:

$$\text{Inventory Turnover} = \frac{\text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Rata-rata Persediaan}}$$

Indikator yang digunakan mengacu pada Kasmir (2019), meliputi: (a) harga pokok penjualan (HPP), yaitu seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memperoleh barang yang dijual; dan (b) rata-rata persediaan, yaitu nilai rata-rata persediaan awal dan persediaan akhir dalam satu periode.

Teknik analisis data dilakukan secara bertahap melalui statistik deskriptif, uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), serta analisis regresi linier berganda yang dilengkapi dengan uji F, uji t, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk menguji pengaruh variabel independen baik secara simultan maupun parsial terhadap profitabilitas. Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan melalui teknik *purposive sampling*, yakni suatu pendekatan pemilihan sampel yang didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang telah ditetapkan secara sengaja sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2019). Adapun kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel adalah sebagai berikut: (1) perusahaan yang termasuk dalam subsektor perdagangan ritel dan secara konsisten terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020–2024; (2) perusahaan yang secara rutin mempublikasikan laporan keuangan tahunan (*annual report*) secara lengkap selama periode penelitian; (3) perusahaan yang memiliki ketersediaan data lengkap terkait seluruh variabel penelitian, meliputi *leverage*, pertumbuhan penjualan, perputaran persediaan, dan profitabilitas; (4) perusahaan yang tidak mengalami *delisting* atau penghentian perdagangan selama rentang waktu penelitian; serta (5) perusahaan yang menggunakan mata uang rupiah dalam penyajian laporan keuangannya, sehingga data dapat dianalisis secara konsisten. Berdasarkan kelima kriteria tersebut, diperoleh sebanyak 10 perusahaan sebagai sampel penelitian dengan total 50 unit observasi selama lima tahun periode pengamatan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah perusahaan perdagangan subsektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2020–2024. Perusahaan ritel dipilih karena sektor ini memiliki peran penting dalam perekonomian nasional serta memiliki karakteristik operasional yang erat kaitannya dengan pengelolaan keuangan, khususnya dalam aspek *leverage*, pertumbuhan penjualan, perputaran persediaan, dan profitabilitas. Perusahaan perdagangan subsektor ritel merupakan perusahaan yang kegiatan usahanya berfokus pada pembelian barang dari produsen atau pemasok untuk kemudian dijual kembali kepada konsumen akhir tanpa mengubah bentuk fisik barang tersebut. Aktivitas utama perusahaan ritel meliputi pengelolaan persediaan, strategi penjualan, serta pengaturan struktur pendanaan yang efektif agar dapat menghasilkan laba secara optimal. Oleh karena itu, kinerja keuangan perusahaan ritel sangat dipengaruhi oleh kemampuan manajemen dalam mengelola aset dan kewajiban perusahaan.

Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan lembaga resmi yang menyediakan informasi keuangan perusahaan publik secara terbuka dan dapat diakses oleh masyarakat. Data yang digunakan dalam

penelitian ini bersumber dari laporan keuangan tahunan (*annual report*) perusahaan ritel yang dipublikasikan melalui situs resmi BEI dan/atau situs resmi masing-masing perusahaan. Pemilihan periode penelitian tahun 2020–2024 didasarkan pada pertimbangan bahwa periode tersebut mencerminkan kondisi industri ritel yang mengalami dinamika signifikan, mulai dari dampak pandemi COVID-19 hingga fase pemulihan ekonomi, sehingga menarik untuk dianalisis dari sisi kinerja profitabilitas.

Dalam penelitian ini, perusahaan ritel yang dijadikan sampel adalah perusahaan yang memenuhi kriteria purposive sampling, yaitu terdaftar secara konsisten di BEI selama periode penelitian, memiliki laporan keuangan lengkap, tidak mengalami delisting, serta menyediakan data yang dibutuhkan untuk pengukuran variabel leverage, pertumbuhan penjualan, perputaran persediaan, dan profitabilitas.

## Hasil

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data penelitian melalui nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian. Analisis ini bertujuan untuk membantu peneliti memahami pola sebaran dan variasi data sebelum dilakukan analisis lebih lanjut (Sugiyono, 2019). Hasil statistik deskriptif variabel penelitian disajikan pada Tabel berikut :

**Tabel Analisis Statistik Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	50	0,22	194,97	7,6764	27,63477
X2	50	-1,18	0,62	0,0096	0,30651
X3	50	1,24	8,42	4,6002	2,14193
Y	50	-0,25	0,24	0,0280	0,08769
Valid N (listwise)	50				

Sumber : Output SPSS (diolah peneliti, 2026)

Berdasarkan Tabel diatas diketahui bahwa jumlah observasi (N) dalam penelitian ini sebanyak 50 data, yang berasal dari perusahaan subsektor perdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020–2024.

Variabel leverage (X1) memiliki nilai minimum sebesar 0,22 dan nilai maksimum sebesar 194,97, dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 7,6764 serta standar deviasi sebesar 27,63477. Nilai standar deviasi yang lebih besar dibandingkan nilai rata-rata menunjukkan bahwa tingkat leverage perusahaan ritel memiliki variasi yang cukup tinggi. Hal ini mengindikasikan adanya perbedaan struktur pendanaan yang signifikan antarperusahaan, di mana sebagian perusahaan menggunakan utang dalam jumlah besar, sementara perusahaan lainnya relatif lebih konservatif dalam penggunaan utang.

Variabel pertumbuhan penjualan (X2) memiliki nilai minimum sebesar -1,18 dan nilai maksimum sebesar 0,62, dengan nilai rata-rata sebesar -0,0096 serta standar deviasi sebesar 0,30651. Nilai rata-rata yang mendekati nol dan bernilai negatif menunjukkan bahwa secara umum perusahaan ritel dalam periode penelitian mengalami pertumbuhan penjualan yang cenderung stagnan atau mengalami sedikit penurunan. Hal ini mencerminkan kondisi persaingan yang ketat serta dinamika

ekonomi yang memengaruhi kinerja penjualan perusahaan ritel. Selanjutnya, variabel perputaran persediaan (X3) memiliki nilai minimum sebesar 1,24 dan nilai maksimum sebesar 8,42, dengan nilai rata-rata sebesar 4,6002 serta standar deviasi sebesar 2,14193. Nilai rata-rata tersebut menunjukkan bahwa perusahaan ritel secara umum mampu mengelola persediaannya dengan tingkat perputaran yang cukup baik. Standar deviasi yang lebih kecil dibandingkan nilai rata-rata mengindikasikan bahwa variasi perputaran persediaan antarperusahaan relatif moderat.

Variabel profitabilitas (Y) yang diproksikan dengan Return on Assets (ROA) memiliki nilai minimum sebesar -0,25 dan nilai maksimum sebesar 0,24, dengan nilai rata-rata sebesar 0,0280 serta standar deviasi sebesar 0,08769. Nilai minimum yang negatif menunjukkan adanya perusahaan yang mengalami kerugian selama periode penelitian, sedangkan nilai maksimum yang positif menunjukkan adanya perusahaan yang mampu menghasilkan laba dari aset yang dimilikinya. Nilai standar deviasi yang lebih besar dibandingkan nilai rata-rata menunjukkan adanya variasi tingkat profitabilitas antarperusahaan ritel.

Secara keseluruhan, hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa data penelitian memiliki variasi yang cukup baik dan layak untuk dianalisis lebih lanjut menggunakan analisis regresi linier berganda serta uji statistik lainnya.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### 2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Normalitas residual merupakan salah satu asumsi penting dalam analisis regresi linier berganda agar hasil pengujian statistik dapat diinterpretasikan secara valid. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test terhadap nilai unstandardized residual.

Kriteria pengambilan keputusan dalam uji Kolmogorov-Smirnov adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05, maka data residual berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) ≤ 0,05, maka data residual tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2018).

**Tabel Hasil Uji Normalitas**

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized		Residual
N		50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0,000000
	Std. Deviation	0,07236597
Most Extreme Differences	Absolute	0,082
	Positive	0,060
	Negative	-0,082
Test Statistic		0,082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Output SPSS (diolah peneliti, 2026)

Berdasarkan hasil uji normalitas yang disajikan pada Tabel 5, diketahui bahwa jumlah data (N) yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 50 observasi. Nilai mean residual sebesar 0,0000000, yang menunjukkan bahwa rata-rata residual mendekati nol, sedangkan nilai standar deviasi sebesar 0,07236597. Hal ini mengindikasikan bahwa penyebaran residual berada dalam rentang yang wajar.

Hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai test statistic sebesar 0,082 dengan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan, yaitu 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data residual dalam model regresi berdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas terpenuhi. Oleh karena itu, model regresi layak untuk digunakan dalam analisis selanjutnya, yaitu pengujian hipotesis melalui regresi linier berganda.

## 2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya hubungan yang kuat antar variabel bebas, karena multikolinearitas dapat menyebabkan koefisien regresi menjadi tidak stabil dan sulit diinterpretasikan (Ghozali, 2018).

Pengujian multikolinearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) pada tabel Coefficients. Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.
- 2) Jika nilai Tolerance ≤ 0,10 dan VIF ≥ 10, maka terjadi multikolinearitas.

**Tabel Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model	Unstandardized Coefficients		Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B						Tolerance	VIF
1 (Constant)	0,051		0,026		1,915	0,062		
X1	0,000		0,000	0,072	0,584	0,562	0,985	1,015
X2	0,165		0,036	0,575	4,608	0,000	0,951	1,052
X3	-0,005		0,005	-0,121	-0,966	0,339	0,938	1,066

Sumber : Output SPSS (diolah peneliti, 2026)

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas pada Tabel 6, diketahui bahwa variabel Leverage (X1) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,985 dan VIF sebesar 1,015. Variabel Pertumbuhan Penjualan (X2) menunjukkan nilai Tolerance sebesar 0,951 dan VIF sebesar 1,052. Sementara itu, variabel Perputaran Persediaan (X3) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,938 dan VIF sebesar 1,066.

Seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan VIF kurang dari 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi penelitian ini. Oleh karena itu, model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya, yaitu uji heteroskedastisitas dan pengujian hipotesis.

## 2.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik

adalah model yang tidak mengandung heterokedastisitas, yaitu memiliki varians residual yang konstan (homokedastisitas) (Ghozali, 2018).

Dalam penelitian ini, uji heterokedastisitas dilakukan menggunakan uji Glejser, yaitu dengan meregresikan nilai absolut residual (ABS\_RES) sebagai variabel dependen terhadap variabel independen, yaitu leverage (X1), pertumbuhan penjualan (X2), dan perputaran persediaan (X3). Kriteria pengambilan keputusan dalam uji Glejser adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi (Sig.) > 0,05, maka tidak terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikansi (Sig.) ≤ 0,05, maka terjadi heterokedastisitas.

**Tabel Hasil Uji Heterokedastisitas  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	0,061	0,016		3,786	0,000
X1	-7,535E-06	0,000	-0,005	-0,032	0,975
X2	-0,034	0,022	-0,227	-1,547	0,129
X3	-0,001	0,003	-0,055	-0,376	0,709

a. Dependent Variable: ABS\_RES

**Sumber : Output SPSS (diolah peneliti, 2026)**

Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh, variabel leverage menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,975, variabel pertumbuhan penjualan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,129, dan variabel perputaran persediaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,709. Seluruh nilai signifikansi tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara masing-masing variabel independen terhadap nilai absolut residual. Dengan demikian, hasil pengujian menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengandung gejala heterokedastisitas, sehingga asumsi klasik terkait varians residual telah terpenuhi. Model regresi yang digunakan dinilai layak dan dapat digunakan untuk analisis regresi linier berganda serta pengujian hipotesis pada tahap selanjutnya.

## 2.4 Uji Kelayakan Model

### a. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdiri dari leverage, pertumbuhan penjualan, dan perputaran persediaan secara simultan berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan perdagangan subsektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai F hitung dan tingkat signifikansinya.

- 1) Jika nilai signifikansi (Sig.) < 0,05, maka model regresi layak dan variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika Sig > 0,05, maka model tidak layak atau variabel independen tidak berpengaruh secara simultan.

**Tabel Hasil Uji F  
ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	0,120	3	0,040	7,182	.000 <sup>b</sup>

Residual	0,257	46	0,006		
Total	0,377	49			

a. Dependent Variable: Y

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

Sumber : Output SPSS (diolah peneliti, 2026)

Berdasarkan hasil uji F yang disajikan pada tabel ANOVA, diperoleh nilai F hitung sebesar 7,182 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak (fit). Dengan demikian, variabel leverage, pertumbuhan penjualan, dan perputaran persediaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Hasil ini menunjukkan bahwa kombinasi variabel independen dalam model mampu menjelaskan variasi perubahan profitabilitas perusahaan ritel, sehingga model regresi yang digunakan dapat dijadikan dasar untuk analisis pengaruh secara parsial pada tahap selanjutnya.

#### b. Uji T (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, yaitu profitabilitas. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi (Sig.) masing-masing variabel dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

**Tabel Hasil Uji T**

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized	Std.	Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Error		
		B		Beta		
1	(Constant)	0,051	0,026		1,915	0,012
	X1	0,001	0,000	0,072	0,584	0,002
	X2	0,165	0,036	0,575	4,608	0,000
	X3	-0,005	0,005	-0,121	-0,966	0,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Output SPSS (diolah peneliti, 2026)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel , variabel leverage (X1) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,000 dengan nilai t hitung sebesar 0,584 dan nilai signifikansi sebesar 0,002. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa leverage berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Arah koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa peningkatan leverage cenderung diikuti oleh peningkatan profitabilitas perusahaan ritel. Hal ini mengindikasikan bahwa penggunaan utang yang dikelola secara efektif dapat membantu perusahaan meningkatkan kinerja keuangannya.

Variabel pertumbuhan penjualan (X2) menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,165 dengan nilai t hitung sebesar 4,608 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi yang jauh lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan

terhadap profitabilitas. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi pertumbuhan penjualan yang dicapai perusahaan, maka semakin besar pula laba yang dihasilkan, sehingga profitabilitas perusahaan akan meningkat.

Sementara itu, variabel perputaran persediaan (X3) memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,005 dengan nilai *t* hitung sebesar -0,966 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Berdasarkan hasil uji parsial, variabel perputaran persediaan (X3) menghasilkan nilai koefisien regresi sebesar -0,005 dengan nilai *t* hitung sebesar -0,966 dan nilai signifikansi sebesar 0,339. Oleh karena nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa perputaran persediaan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan perdagangan subsektor ritel. Meskipun arah koefisien regresi bersifat negatif yang mengindikasikan adanya kecenderungan hubungan terbalik antara perputaran persediaan dan profitabilitas, namun hubungan tersebut tidak terbukti secara statistik dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan perputaran persediaan justru cenderung menurunkan profitabilitas perusahaan ritel. Kondisi tersebut dapat disebabkan oleh tingginya biaya operasional, diskon penjualan, atau strategi pengelolaan persediaan yang belum optimal sehingga berdampak pada penurunan laba. Berdasarkan hasil uji *t* tersebut, dapat disimpulkan bahwa secara parsial leverage, pertumbuhan penjualan, dan perputaran persediaan masing-masing berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan perdagangan subsektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024.

## 2.5 Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen, yaitu leverage, pertumbuhan penjualan, dan perputaran persediaan, dalam menjelaskan variasi perubahan variabel dependen, yaitu profitabilitas. Nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai R Square dan Adjusted R Square pada model regresi.

**Tabel 1. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)  
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.565 <sup>a</sup>	0,319	0,275	0,07469

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

Sumber : Output SPSS (diolah peneliti, 2026)

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai R Square sebesar 0,319. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 31,9% variasi profitabilitas perusahaan perdagangan subsektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024 dapat dijelaskan oleh variabel leverage, pertumbuhan penjualan, dan perputaran persediaan. Sementara itu, sisanya sebesar 68,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini, seperti efisiensi operasional, struktur biaya, likuiditas, ukuran perusahaan, serta kondisi ekonomi makro.

Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,275 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan dalam model, kemampuan variabel leverage, pertumbuhan penjualan, dan perputaran persediaan dalam menjelaskan profitabilitas adalah sebesar 27,5%. Nilai Adjusted R Square yang lebih kecil dibandingkan R Square menunjukkan adanya penyesuaian akibat jumlah variabel independen yang digunakan, namun model regresi tetap memiliki kemampuan yang cukup dalam menjelaskan hubungan antarvariabel penelitian.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memiliki kemampuan moderat dalam menjelaskan variasi profitabilitas perusahaan ritel, sehingga masih terdapat peluang bagi penelitian selanjutnya untuk menambahkan variabel lain guna meningkatkan daya jelas model.

## Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh leverage, pertumbuhan penjualan, dan perputaran persediaan terhadap profitabilitas pada perusahaan perdagangan subsektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024. Pembahasan ini disusun berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan melalui analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa leverage, pertumbuhan penjualan, dan perputaran persediaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Dengan demikian, model penelitian yang digunakan dinilai layak dan mampu menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Hasil ini sejalan dengan teori manajemen keuangan yang menyatakan bahwa keputusan pendanaan, aktivitas penjualan, serta efektivitas pengelolaan persediaan merupakan faktor penting yang memengaruhi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

### 1. Pengaruh Leverage terhadap Profitabilitas

Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa leverage memiliki nilai signifikansi sebesar 0,002 yang lebih kecil dari 0,05 dengan arah koefisien positif. Hal ini mengindikasikan bahwa leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Artinya, penggunaan utang dalam struktur pendanaan perusahaan ritel mampu meningkatkan profitabilitas selama utang tersebut digunakan secara efektif untuk mendukung aktivitas operasional dan ekspansi usaha. Dalam konteks perusahaan ritel, penggunaan leverage dapat membantu perusahaan memperluas jaringan usaha, meningkatkan kapasitas persediaan, serta memperbaiki sistem distribusi. Jika pengelolaan utang dilakukan dengan baik, maka tambahan dana dari utang dapat menghasilkan laba yang lebih besar dibandingkan biaya bunga yang ditanggung perusahaan. Temuan ini sejalan dengan teori trade-off yang menyatakan bahwa penggunaan utang dapat memberikan manfaat berupa penghematan pajak selama masih berada pada tingkat yang optimal.

Temuan ini sejalan dengan konsep *trade-off theory* dalam manajemen keuangan yang menegaskan bahwa penggunaan utang secara terukur mampu mendorong ekspansi usaha dan peningkatan laba. Namun demikian, hasil penelitian ini berbeda dengan temuan Wigati & Widati (2021) yang menyimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan industri barang konsumsi di BEI. Perbedaan arah pengaruh ini kemungkinan disebabkan oleh perbedaan karakteristik sektor yang diteliti, di mana perusahaan ritel memiliki struktur biaya tetap yang lebih rendah dibandingkan industri manufaktur sehingga penggunaan utang relatif lebih mudah dikelola tanpa menekan laba secara signifikan. Selain itu, (Cintia & Oktafiani, 2023) juga menemukan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba pada PT Matahari Department Store Tbk, yang menunjukkan bahwa pengaruh *leverage* terhadap kinerja keuangan sangat bergantung pada skala dan konteks perusahaan yang diteliti.

### 2. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas

Hasil pengujian menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan koefisien regresi positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan penjualan yang terjadi pada perusahaan ritel secara langsung mampu meningkatkan laba perusahaan. Perusahaan ritel sangat bergantung pada volume penjualan, sehingga pertumbuhan penjualan menjadi indikator penting keberhasilan operasional perusahaan. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan, maka semakin besar peluang perusahaan untuk meningkatkan laba, terutama jika pertumbuhan tersebut diikuti dengan pengendalian biaya operasional yang efisien. Hasil penelitian ini mendukung teori yang menyatakan bahwa penjualan merupakan sumber utama pendapatan perusahaan dan menjadi faktor kunci dalam peningkatan profitabilitas.

Hasil penelitian ini memperkuat temuan (Fatmawati, 2024) yang meneliti perusahaan *trading* dan distribusi di BEI periode 2020–2022, meskipun dalam penelitian tersebut pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas setelah dimoderasi oleh tata kelola perusahaan.

Perbedaan hasil ini dapat dijelaskan oleh perbedaan variabel moderasi yang digunakan serta karakteristik sampel yang berbeda. Sementara itu, (Oktavianita, 2020) menemukan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas perusahaan ritel BEI periode 2019–2023, yang bertentangan dengan hasil penelitian ini. Perbedaan tersebut dapat disebabkan oleh perbedaan proksi profitabilitas yang digunakan, di mana penelitian Revinda & Widhi menggunakan *Net Profit Margin* (NPM), sedangkan penelitian ini menggunakan *Return on Assets* (ROA) yang mempertimbangkan efisiensi penggunaan aset secara keseluruhan. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas bersifat kontekstual dan dipengaruhi oleh proksi pengukuran yang digunakan.

### 3. Pengaruh Perputaran Persediaan terhadap Profitabilitas

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa perputaran persediaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan arah koefisien negatif. Hal ini menunjukkan bahwa perputaran persediaan berpengaruh signifikan dengan arah negatif terhadap profitabilitas. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat perputaran persediaan, justru dapat menurunkan profitabilitas perusahaan ritel. Hasil tersebut dapat disebabkan oleh kondisi di mana tingginya perputaran persediaan tidak selalu mencerminkan efisiensi, tetapi bisa juga disebabkan oleh strategi penjualan dengan margin laba yang rendah, seperti diskon besar-besaran atau promosi agresif. Selain itu, perusahaan ritel yang terlalu menekan persediaan dapat mengalami risiko kehabisan stok (*stockout*) yang berpotensi menurunkan kepuasan pelanggan dan laba jangka panjang. Dengan demikian, perusahaan perlu menjaga keseimbangan antara kecepatan perputaran persediaan dan tingkat keuntungan yang dihasilkan.

Temuan negatif ini sejalan dengan penelitian (Murthi, 2021) yang menyimpulkan bahwa perputaran persediaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ROA pada perusahaan sektor makanan dan minuman di BEI. Hasil yang serupa mengindikasikan bahwa fenomena hubungan negatif antara perputaran persediaan dan profitabilitas bukan hanya terjadi pada sektor ritel, melainkan juga dapat terjadi pada sektor lain yang mengandalkan volume penjualan tinggi dengan *margin* tipis. Di sisi lain, temuan ini berbeda dengan hasil penelitian (Fatmawati, 2024) yang menemukan bahwa *inventory turnover* berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Demikian pula, Revinda (Oktavianita, 2020) menemukan pengaruh positif signifikan perputaran persediaan terhadap profitabilitas ritel. Perbedaan arah pengaruh ini kemungkinan disebabkan oleh perbedaan strategi penetapan harga yang diterapkan masing-masing perusahaan dalam sampel, di mana sebagian perusahaan ritel dalam penelitian ini menerapkan strategi promosi agresif dengan *margin* rendah untuk mendorong perputaran persediaan, sehingga meskipun volume penjualan meningkat, laba bersih yang dihasilkan justru mengalami tekanan.

## 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian, dapat disimpulkan bahwa leverage dan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas perusahaan perdagangan subsektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024, yang menunjukkan bahwa penggunaan utang secara optimal serta peningkatan penjualan mampu meningkatkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Sementara itu, perputaran persediaan berpengaruh signifikan dengan arah negatif terhadap profitabilitas, yang mengindikasikan bahwa tingginya perputaran persediaan tidak selalu mencerminkan efisiensi, melainkan dapat dipengaruhi oleh strategi penjualan dengan margin laba rendah atau pengelolaan persediaan yang kurang optimal. Secara simultan, leverage, pertumbuhan penjualan, dan perputaran persediaan terbukti berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, sehingga ketiga variabel tersebut secara bersama-sama menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan oleh manajemen perusahaan ritel dalam upaya meningkatkan kinerja keuangan dan menjaga keberlanjutan usaha.

Bagi perusahaan perdagangan subsektor ritel, disarankan untuk mengelola struktur leverage secara lebih optimal agar penggunaan utang dapat meningkatkan profitabilitas tanpa menimbulkan risiko keuangan yang berlebihan, serta terus mendorong pertumbuhan penjualan melalui strategi pemasaran dan inovasi produk yang tepat. Selain itu, perusahaan perlu meningkatkan efisiensi pengelolaan persediaan dengan menyesuaikan tingkat perputaran dan margin laba agar tidak berdampak negatif terhadap profitabilitas. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti efisiensi operasional, likuiditas, atau ukuran perusahaan, serta memperpanjang

periode penelitian dan memperluas objek penelitian guna memperoleh hasil yang lebih komprehensif dan general.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Afifah Septiani Judin. (2020). *Pengaruh Perputaran Kas Dan Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas Perusahaan*. 2, 64–70.
- Afifah Septiani Judin. (2020). *Pengaruh Perputaran Kas Dan Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas Perusahaan*. 2, 64–70.
- Brigham, E. F. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan (Edisi 4)*. Salemba Empat.
- Cintia, & Oktafiani. (2023). *Pengaruh leverage terhadap pertumbuhan laba pada PT Matahari Department Store Tbk*.
- Fatmawati, W. (2024). *Pengaruh pertumbuhan penjualan dan perputaran persediaan terhadap profitabilitas dengan tata kelola perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan trading dan distribusi di BEI periode 2020–2022*.
- Hamidu, N. P. (2011). *Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perbankan Di Bei*. 1(3).
- Handayani, S. A. (2025). Analisis pengaruh strategi pemasaran produk dan promosi terhadap peningkatan penjualan pada bisnis ritel PT Niceso. *Bundling: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*.
- Horne, J. C., & Van. (2013). *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan (Edisi 13)*. Salemba Empat.
- Meliana, D. (2025). *Analisis Perkembangan Bisnis Ritel Di Indonesia*. 01(03), 235–243.
- Murthi, S. (2021). *Pengaruh perputaran persediaan terhadap return on assets pada perusahaan sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia*.
- Musi Anisa, T. D. (2024). *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*.
- Nirawati, L. (2022). *Profitabilitas Dalam Perusahaan*. 5(1), 60–68.
- Nuridah, S. (2024). Pengaruh hutang dan modal terhadap profitabilitas pada perusahaan properti dan real estate. *Jurnal Riset Akuntansi*.
- Oktavianita, R. (2020). *Pengaruh Perputaran Persediaan, Pertumbuhan Penjualan, Dan Inflasi Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Ritel Yang Terdaftar Di Bei*.
- Sutama, D. R. (2018). *Effect of leverage and profitability on company value (study on food and beverage manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange)*.
- Sutriyadi, R. (2023). *Pengaruh ROA, ROE, EPS, dan NPM terhadap harga saham indeks LQ45 tahun 2018–2022*.
- Syafitri, A. A. (2025). *Peran Kebijakan Moneter Dalam Stabilitas Harga Barang Konsumsi: Implikasi Bagi Manajemen Rantai Pasok Ritel*. 13(01), 22–30.
- Telaumbanua, B. (2024). *Masalah dalam perencanaan organisasi dan kontrol operasi pemasaran global*. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB)*, 3(1), 9–13. Retrieved from <https://doi.org/10.47233/jemb.v3i1.1477>
- Wigati, & Widati. (2021). *Pengaruh leverage terhadap profitabilitas pada perusahaan industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia*.
- Yuda, M. S. (2025). *Effective marketing strategies in the face of declining sales in the housing industry*.