

Jurnal Akuntansi Integratif
Volume 8 Nomor 1, April 2022

APAKAH UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI?

Eny Maryanti¹, Sarwenda Biduri², Herlinda Maya K.³

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

enymaryanti@umsida.ac.id¹, sarwendabiduri@umsida.ac.id²,

herlindamayakumala@umsida.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti apakah ukuran perusahaan bisa memoderasi hubungan likuiditas, profitabilitas dan tingkat penjualan terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan manufaktur sektor konsumsi yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2018-2020. Teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling* diperoleh 11 perusahaan yang memenuhi kriteria penelitian. Penelitian merupakan regresi data panel di analisis menggunakan *eviews* 12. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model yang cocok untuk penelitian ini adalah menggunakan *common effect* dibandingkan dengan model yang lain. Untuk ukuran perusahaan tidak bisa sebagai variabel moderasi pada hubungan profitabilitas, likuiditas dan pertumbuhan penjualan pada pertumbuhan laba.

Kata kunci: Pertumbuhan Laba, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, Tingkat Penjualan

Abstract

*This study aims to examine whether firm size can moderate the relationship, profitability and level of sales to profit growth in consumption sector manufacturing companies listed on the Indonesian stock exchange for the 2018-2020 period. The sampling technique using purposive sampling obtained 11 companies that meet the research criteria. This research is a panel analysis of regression data using a *eviews* 12. The results showed that the model that was suitable for this study was to use common effects compared to other models. The size of the company cannot be used as a moderating variable on the relationship between profitability, liquidity and sales growth on profit growth.*

Keywords: Profit Growth, Company Size, Profitability, Liquidity, Sales Level

PENDAHULUAN

Mengidentifikasi adanya pertumbuhan laba dengan melihat apakah terjadi peningkatan atau penurunan laba perusahaan, pertumbuhan laba merupakan kenaikan laba yang diperoleh perusahaan pada tahun saat ini dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Prospek perusahaan yang baik berhubungan dengan profitabilitas yang tinggi sehingga akan membuat semakin menarik minat investor untuk membeli saham perusahaan, sehingga hal tersebut yang memicu meningkatnya nilai perusahaan. (Sintyana and Artini 2018) berpendapat bahwa perusahaan yang menarik bagi investor adalah perusahaan yang memberikan informasi dalam laporan keuangan perusahaan yang menunjukkan prospek yang baik pada masa yang akan datang. Fenomena publikasi laporan keuangan menunjukkan peran signaling theory. Signaling theory merupakan asumsi terdapat asimetri informasi antara perusahaan, manajemen dengan pihak-pihak yang mempunyai kepentingan.

Menurut (Kusoy and Priyadi 2020) berpendapat bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pertumbuhan laba. Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian (Meidiyustiani, Oktaviani, and Niazi 2021). Tetapi hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian dari (Rahayu and Sitohang 2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Faktor berikutnya yang mempengaruhi pertumbuhan laba adalah likuiditas.

Struktur modal kerja perusahaan yang dibutuhkan oleh perusahaan tidaklah sama, perusahaan harus membuat penyesuaian terhadap kegiatan perusahaan. Pengaruh likuiditas terhadap pertumbuhan laba bisa dijelaskan bahwa jika semakin tinggi current ratio maka kemampuan perusahaan akan semakin besar untuk membayar atau menyelesaikan kewajiban jangka

pendeknya, yang artinya bahwa Aktiva lancar yang semakin besar kelebihanannya maka bisa digunakan untuk membayar hutang jangka pendek, deviden sehingga pertumbuhan laba mengalami peningkatan.

Menurut (Rudikson, Muslimin, and Faisal 2018) berpendapat bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap pertumbuhan laba, hasil penelitian ini sejalan dengan (Sihura and Gaol 2016) yaitu likuiditas berpengaruh positif terhadap pertumbuhan laba. Tetapi hasil ini berbeda dengan (Rahmad Syafril 2020) berpendapat likuiditas tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba.

Penjualan merupakan faktor utama perusahaan dalam mendapatkan. Penelitian (Rice 2016) hasil penelitiannya adalah “pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan laba”, tetapi hasil penelitian ini tidak sejalan dengan (Ridwan and Fajar 2020) yang menyatakan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba.

Total asset bisa digunakan untuk mengukur besar kecilnya suatu perusahaan. Untuk menentukan besar atau kecilnya perusahaan bisa menggunakan total asset sebagai tolak ukurnya (Rukmawanti, Enas, and Lestari 2019). Menurut (Petra 2020) membuktikan bahwa pertumbuhan laba dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Dengan adanya Hasil penelitian dari peneliti terdahulu yang hasilnya tidak konsisten yang mempengaruhi pertumbuhan laba, peneliti menduga adanya variabel yang memoderasi hubungan profitabilitas, likuiditas dan tingkat penjualan terhadap pertumbuhan laba karena itu peneliti memilih variabel ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Ukuran perusahaan dijadikan sebagai variabel moderasi karena besar kecilnya sebuah perusahaan akan berdampak pada terhadap hasil keuntungan dan bentuk pengendalian yang akan dilakukan.

Pengaruh profitabilitas terhadap pertumbuhan laba dapat diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rice 2016) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan bukanlah merupakan variabel yang dapat memperkuat maupun memperlemah hubungan antara profitabilitas terhadap pertumbuhan laba. Dengan adanya hasil penelitian terdahulu likuiditas dan pertumbuhan laba yang hasilnya berbeda-beda peneliti berasumsi ada variabel yang memoderasi hubungan, menurut (Diyanti and Anwar 2021) yang menyatakan bahwa “ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh likuiditas terhadap pertumbuhan laba”. Tingkat penjualan terhadap pertumbuhan laba mempunyai hasil penelitian yang bervariasi oleh karena itu tingkat penjualan terhadap pertumbuhan laba ada variabel yang memoderasi yaitu ukuran perusahaan. Pengaruh tingkat penjualan terhadap pertumbuhan laba dapat diperkuat dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh (Oktapiani and Wiksuana 2018) yang berpendapat “ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh tingkat penjualan terhadap pertumbuhan laba”. Hasil penelitian sebagai bahan pertimbangan bagi entitas bisnis untuk mengetahui mengenai bagaimana meningkatkan pertumbuhan laba dan peran ukuran perusahaan dalam pertumbuhan laba. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya pada Teknik analisis yang digunakan yaitu menggunakan Eviews sedangkan pada penelitian sebelumnya menggunakan SPSS.

KAJIAN PUSTAKA

Brigham dan Houston (2011:186) mendefinisikan sinyal merupakan suatu tindakan yang diambil oleh manajemen suatu perusahaan untuk memberikan petunjuk kepada investor tentang bagaimana manajemen menilai prospek perusahaan tersebut. Scott (2012:475)

menjelaskan bahwa terkait dengan teori sinyal, para manajer perusahaan yang memiliki informasi yang lebih baik mengenai perusahaannya akan terdorong untuk menyampaikan informasi tersebut pada calon investor, dimana hal tersebut bertujuan agar perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui suatu pelaporan dengan mengirimkan sinyal melalui laporan tahunannya. Signaling theory di gagas dalam ilmu ekonomi dan keuangan yang menggambarkan informasi yang asimetris antara perusahaan dengan pihak luar karena manajemen lebih mengetahui tentang prospek perusahaan dan peluang masa depan dibandingkan pihak luar.

Kerangka Konseptual dan Hipotesis

Perusahaan yang besar akan lebih mudah mendapatkan profitabilitas karena memiliki modal yang besar sehingga pertumbuhan laba ikut meningkat. Pengaruh profitabilitas terhadap pertumbuhan laba dapat diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rice 2016) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan bukanlah merupakan variabel yang dapat memperkuat maupun memperlemah hubungan antara profitabilitas terhadap pertumbuhan laba.

H1: Pengaruh Profitabilitas terhadap Pertumbuhan Laba dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderating.

Perusahaan yang besar memiliki Struktur modal kerja yang besar juga, struktur modal perusahaan yang dibutuhkan oleh perusahaan tidaklah sama, perusahaan harus membuat penyesuaian terhadap kegiatan perusahaan. Pengaruh likuiditas terhadap pertumbuhan laba bisa dijelaskan bahwa jika semakin tinggi current ratio maka kemampuan perusahaan akan semakin besar untuk membayar atau menyelesaikan kewajiban jangka pendeknya, yang artinya bahwa Aktiva

lancar yang semakin besar kelebihannya maka bisa digunakan untuk membayar hutang jangka pendek, deviden sehingga pertumbuhan laba mengalami peningkatan. Menurut (Diyanti and Anwar 2021) yang menyatakan bahwa “ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh likuiditas terhadap pertumbuhan laba”.

H2: Pengaruh Likuiditas terhadap Pertumbuhan Laba dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderating.

Penjualan merupakan kegiatan perusahaan dalam operasional untuk mendapatkan laba. Ukuran perusahaan merupakan total aktiva yang dimiliki perusahaan. Perusahaan besar lebih mampu melakukan penjualan dalam jumlah besar karena memiliki aktiva yang besar sehingga laba yang dihasilkan akan meningkat juga. Pengaruh tingkat penjualan terhadap pertumbuhan laba dapat diperkuat dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh (Oktapiani and Wiksuana 2018) yang berpendapat “ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh tingkat penjualan terhadap pertumbuhan laba.

H3: Pengaruh penjualan terhadap Pertumbuhan Laba dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderating.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sector konsumsi. Teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi, teknik sampel menggunakan purposive sampling, total sampel sejumlah 33 dengan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur sektor konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

(BEI) yang menerbitkan laporan keuangan Tahunan per 31 Desember selama periode 2018 sampai dengan 2020.

2. Perusahaan mendapatkan laba secara terus menerus yang tidak menunjukkan saldo laba usaha yang negative.
3. Laporan keuangan yang diterbitkan menggunakan mata uang rupiah.
4. Memiliki data yang lengkap mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian.

Teknik analysis menggunakan eviews 12. Regresi data panel adalah teknik yang menggabungkan data time series dengan cross section (Basuki, 2016). Ada dua Teknik yang digunakan untuk metode estimasi regresi:

1. Common Effect Model merupakan model data panel yang sederhana dimana hanya dengan kombinasi data time series dengan data ross section.
2. Fixed Effect Model merupakan model yang diasumsikan adanya perbedaan anyar individu. Untuk dapat mengestimasi data panel Fixed Effect Model menggunakan teknik variabel dummy untuk menangkap perbedaan intersep antar perusahaan. sama antar perusahaan.
3. Random Effect Model Model ini akan mengestimasi data panel dimana variabel gangguan mungkin saling berkaitan antar waktu dan antar individu.

Pemilihan Model

Pemilihan Model Menurut Basuki (2016:277), untuk menentukan model yang paling tepat dalam mengelola data panel, terdapat beberapa pengujian yang dapat dilakukan, yaitu Uji Chow, Uji Hausman, dan Uji Lagrange Multiplier Test.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini merupakan hasil chow test untuk menentukan model yang digunakan:

Tabel 1 Chow Test

Redundant Fixed Effects Test
Equation: Untitled
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	0.784172	(10, 18)	0.6439
Cross-section Chi-square	11.933413	10	0.2895

Berdasarkan data pada table 1 menunjukkan bahwa cross section chi square menunjukkan angka 0.2895 dimana hal itu diartikan bahwa nilai chi square bernilai diatas 0.05

sehingga bisa disimpulkan bahwa model common effect lebih baik daripada fixed effect.

Tabel 2 Hausman Test

Correlated Random Effects-Hausman Test
Equation: Untitled
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section Random	1.201213	4	0.8779

Berdasarkan table 2 bisa dilihat bahwa n Probabilitas Cross-section

random > 0,05 maka model yang lebih baik adalah random effect model.

Tabel 3 LM Test

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects
Null hypotheses: No effects
Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	0.277516 (0.5983)	1.539557 (0.2147)	1.817073 (0.1777)
Honda	-0.526798 (0.7008)	-1.240789 (0.8927)	-1.249873 (0.8943)

Lanjutan Tabel 3 LM Test

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects

Null hypotheses: No effects

Alternative hypotheses: Two-sided (Breush-Pagan) and one-sided (all others) alternatives

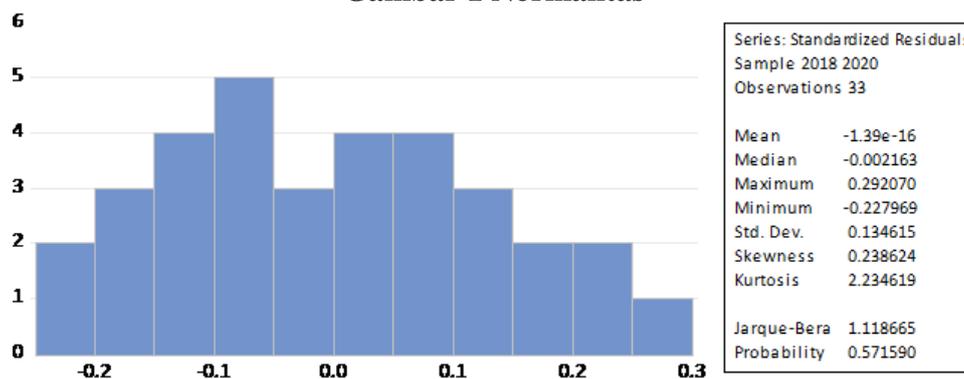
	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
King-Wu	-0.526798 (0.7008)	-1.240789 (0.8927)	-1.347745 (0.9111)
Standardized Honda	-0.113857 (0.5453)	-1.022772 (0.8468)	-4.416597 (1.0000)
Standardized King-Wu	-0.113857 (0.5453)	-1.022772 (0.8468)	-3.903840 (1.0000)
Gourieroux, et al.	--	--	0.000000 (1.0000)

Dari table 3 bisa dilihat bahwa nilai both pa da Breusch Pagan bernilai 0.17777 > 0.05 sehingga bisa disimpulkan bahwa common effect lebih baik daripada random effect Dari uji model tersebut pemilihan

model di atas dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini model common effect, sehingga harus dilakukan pengujian selanjutnya yaitu (common Test) lebih baik dibandingkan dengan model yang lain.

Uji asumsi Klasik

Gambar 1 Normalitas

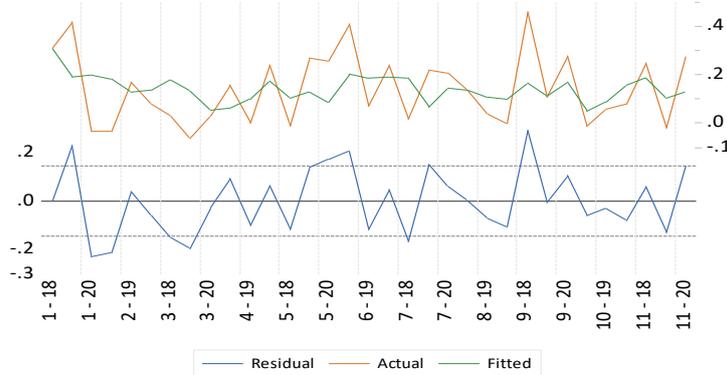


Dari gambar di atas bisa dilihat bahwa nilai probabilitas di atas 0.05 sehingga bisa

disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Heteroskedasitas

Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedasitas



Dari gambar 2 bisa dilihat bahwa garis tidak membentuk pola dan acak sehingga bisa

disimpulkan bahwa data penelitian tidak terjadi heteroskedasitas.

Multikoloniaritas

Tabel 4 Hasil Uji Multikoloniaritas

	X1	X2	X3	X4	Y
X1	1.000000	-0.572344	0.130592	0.453306	-0.040671
X2	-0.572344	1.000000	0.192918	-0.579588	0.122040
X3	-0.130592	0.192918	1.000000	0.240824	0.111935
X4	0.453306	-0.579588	0.240824	1.000000	-0.273876
Y	-0.040671	0.122040	0.111935	-0.273876	1.000000

Dari gambar 4 diatas bisa disimpulkan bahwa data tidak terjadi multikoliaritas dikarenakan hasilnya tidak lebih dari 0.09.

PEMBAHASAN

Tabel 5 Moderating X1

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.318773	1.068533	-0.298328	0.7676
X1	11.51988	10.16468	1.133325	0.2664
X4	0.015003	0.037172	0.403602	0.6895
M1	-0.381375	0.345720	-1.103134	0.2790

Dari table 5 bisa dilihat bahwa moderating mempunyai nilai 0.279 >0.05

yang artinya bahwa ukuran perusahaan tidak bisa memoderasi hubungan

Profitabilitas (X1) dengan pertumbuhan laba (Y). Pada Teori signaling Manajemen menggunakan profitabilitas untuk sinyal bagi investor dan hal tersebut merupakan sinyal yang baik karena dengan profit yang tinggi menunjukkan perusahaan mempunyai kemampuan yang tinggi dalam menghasilkan laba bersih untuk pemegang saham (As'ari and Pertiwi 2021). Profitabilitas yang tinggi menunjukkan perusahaan bisa menggunakan asset perusahaan dengan efektif. Pada hasil penelitian ini dimana ukuran perusahaan tidak mampu memberikan kekuatan dalam meningkatkan laba. Kecil atau besar sebuah perusahaan tidak memberikan jaminan bahwa perusahaan akan bisa memanfaatkan harta perusahaan untuk mendapatkan

keuntungan bagi perusahaan. Perusahaan yang berskala besar belum tentu mempunyai kemampuan pengelolaan keuangan yang lebih baik jika dibandingkan dengan perusahaan yang berskala kecil, dimana perusahaan yang mempunyai total asset yang besar belum tentu menunjukkan perusahaan tersebut memiliki tahapan kedewasaan, yang dianggap memiliki prospek yang baik. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Agustin, Indah, and Kartika 2021), (Ariyagraha and Suprihhadi 2018) yang membuktikan bahwa ukuran perusahaan tidak bisa memoderasi hubungan profitabilitas terhadap pertumbuhan laba.

Tabel 6 Moderating X2

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.691068	1.051484	2.559303	0.0160
X1	-2.327261	1.149066	-2.025349	0.0521
X4	-0.087340	0.035717	-2.445327	0.0208
M1	0.081441	0.040516	2.010109	0.0538

Dari table 6 bisa dilihat bahwa moderating2 mempunyai nilai $0.0538 > 0.05$ yang artinya bahwa ukuran perusahaan tidak bisa memoderasi hubungan likuiditas (X2) dengan pertumbuhan laba (Y). Hal tersebut dikarenakan bahwa ukuran perusahaan tidak mampu memberikan kekuatan dalam meningkatkan laba. Kecil atau besar sebuah perusahaan tidak memberikan jaminan bahwa perusahaan akan bisa memanfaatkan modal yang didapatkan dari hutang perusahaan untuk mendapatkan keuntungan bagi perusahaan. Sedangkan seharusnya Besarnya hutang perusahaan memberikan pengaruh terhadap going concern perusahaan, hal tersebut tentu berpengaruh terhadap pertumbuhan

laba. Akan tetapi hasil penelitian menunjukkan bahwa Perusahaan dengan total asset yang besar tidak selalu bisa memperkuat untuk meningkatkan laba, karena pertumbuhan laba tidak hanya mencerminkan tentang bagaimana mendapatkan keuntungan tetapi bagaimana menggunakan struktur modal termasuk modal dari hutang, lebih kearah kepada kemampuan perusahaan dalam mengelola keuangan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Agustin, Indah, and Kartika 2021); (Ariyagraha and Suprihhadi 2018) yang membuktikan bahwa ukuran perusahaan tidak bisa memoderasi hubungan likuiditas terhadap pertumbuhan laba.

Tabel 7 Moderating X3

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.930454	0.815500	1.140962	0.2632
X1	-1.896251	10.49955	-0.180603	0.8579
X4	-0.028403	0.027997	-1.014503	0.3187
M1	0.079485	0.355063	0.223862	0.8244

Dari table 7 bisa dilihat bahwa moderating mempunyai nilai $0.824 > 0.05$ yang artinya bahwa ukuran perusahaan tidak bisa memoderasi hubungan pertumbuhan penjualan terhadap pertumbuhan laba (Y). hal tersebut dikarenakan ukuran perusahaan tidak bisa memperkuat dalam meningkatkan laba yang berasal dari pertumbuhan penjualan. Perusahaan dengan total penjualan tinggi tidak selalu memperoleh laba yang besar, Perusahaan besar atau kecil jika terjadi kenaikan penjualan akan tetapi perusahaan belum tentu bisa mengelola penjualannya dengan baik yaitu seperti meminimalkan beban-beban garasi atau beban-beban yang lain (Ainiyah and Ratri 2018) Pertumbuhan laba dasarnya berasal dari kemampuan pengelolaan perusahaan, perusahaan yang lebih kecil tidak menutup kemungkinan bisa memperoleh laba yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan besar (Sulia and Ginting 2022).

KESIMPULAN

Ukuran perusahaan tidak bisa memoderasi hubungan Profitabilitas (X1) dengan pertumbuhan laba (Y). Pada hasil penelitian ini dimana ukuran perusahaan tidak mampu memberikan kekuatan dalam meningkatkan laba. Kecil atau besar sebuah perusahaan tidak memberikan jaminan bahwa perusahaan akan bisa memanfaatkan harta

perusahaan untuk mendapatkan keuntungan bagi perusahaan. Perusahaan yang berskala besar belum tentu mempunyai kemampuan pengelolaan keuangan yang lebih baik jika dibandingkan dengan perusahaan yang berskala kecil, dimana perusahaan yang mempunyai total asset yang besar belum tentu menunjukkan perusahaan tersebut memiliki tahapan kedewasaan, yang dianggap memiliki prospek yang baik. Ukuran perusahaan tidak bisa memoderasi hubungan likuiditas (X2) dengan pertumbuhan laba (Y). Hal tersebut dikarenakan bahwa ukuran perusahaan tidak mampu memberikan kekuatan dalam meningkatkan laba. Kecil atau besar sebuah perusahaan tidak memberikan jaminan bahwa perusahaan akan bisa memanfaatkan modal yang didapatkan dari hutang perusahaan untuk mendapatkan keuntungan bagi perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perusahaan dengan total asset yang besar tidak selalu bisa memperkuat untuk meningkatkan laba, karena pertumbuhan laba tidak hanya mencerminkan tentang bagaimana mendapatkkan keuntungan tetapi bagaimana menggunakan struktur modal termasuk modal dari hutang, lebih kearah kepada kemampuan perusahaan dalam mengelola keuangan. ukuran perusahaan tidak bisa memoderasi hubungan pertumbuhan penjualan terhadap pertumbuhan laba (Y). hal tersebut dikarenakan ukuran perusahaan

tidak bisa memperkuat dalam meningkatkan laba yang berasal dari pertumbuhan penjualan. Perusahaan dengan total penjualan tinggi tidak selalu memperoleh laba yang besar karena Perusahaan besar maupun kecil jika terjadi kenaikan penjualan belum tentu bisa mengelola penjualannya dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Maulina, Yuniorta Indah, and Nurshadrina Kartika. 2021. "Analisis Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Laba Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur Periode 2015 – 2019." *Jakuma : Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Keuangan* 1 (2): 26–45. <https://doi.org/10.31967/jakuma.v1i2.405>.
- Ainiyah, Ghonimah Zumroatun, and ; Titin Cahyaning Ratri. 2018. "Pengaruh Penjualan Dan Perputaran Persediaan Terhadap Pertumbuhan Laba Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di Bei Periode 2013-2017." *Jurnal Medikonis Stie Tamansiswa Banjarnegara* 20: 10–27.
- Ariyagraha, Nafilah Farahdiba, and Heru Suprihadi. 2018. "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 7 (8): 1–19. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1540>.
- As'ari, Andri Gunawan Putra, and Tri Kartika Pertiwi. 2021. "Rasio Fundamental Terhadap Pertumbuhan Laba : Variabel Moderasi Ukuran Perusahaan." *Jurnal JISAMAR* 5 (1): 261–70. <http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar/article/view/382/264>.
- Diyanti, Normalinda, and Muhadjir Anwar. 2021. "Pengaruh Likuiditas Terhadap Pertumbuhan Laba Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Sektor Consumer Goods Industry Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia." *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)* 5 (3): 1286–97. <https://drive.google.com/file/d/1ZaCgKT36RCRnTanwwcMvoDd0xVxbXcJP/view>.
- Fajar, Moch Ridwan dan Catur Martian. 2020. "Analisis Pertumbuhan Penjualan, Gross Profit Margin, Dan Shrinkage Terhadap Pertumbuhan Laba." *Jurnal Sain Manajemen* 2 (2): 73–83. <https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/wmbj>.
- Kusoy, Nurul Amalia, and Maswar Patuh Priyadi. 2020. "Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Rasio Aktivitas Terhadap Pertumbuhan Laba. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya." *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi* 9 (5): 1–20.
- Meidiyustiani, Rinny, Retno Fuji Oktaviani, and Hakam Ali Niazi. 2021. "Analisis Profitabilitas, Likuiditas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pertumbuhan Laba (Studi Empiris Pada

- Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018)." *Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Unimus* 2: 425–31.
- Oktapiani, Ni Luh Made Wiwiek; Wiksuana, I Gusti Bagus. 2018. "Peran Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Dalam Moderasi Pengaruh Struktur Modal Terhadap Profitabilitas" 7 (3): 1195–1221.
- Petra, Berta Agus. 2020. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Current Ratio Dan Perputaran Persediaan Terhadap Pertumbuhan Laba." *Jurnal Online Insan Akuntan* 5 (2): 197–214.
- Rahayu, Pika Dwi, and Sonang Sitohang. 2019. "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pertumbuhan Laba." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 8 (6): 1–18.
- Rahmad Syafril. 2020. "Pengaruh Rasio Likuiditas, Solvabilitas dan Aktivitas terhadap Pertumbuhan Laba. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 9 (6): 1–6.
- Rice, Agustina. 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* 6 (01): 85–101.
- Rudikson, Rudikson, Muslimin Muslimin, and Muhammad Faisal. 2018. "Pengaruh Rasio Likuiditas, Leverage Dan Aktivitas Terhadap Pertumbuhan Laba Perusahaan Makanan Dan Minuman Di Bei." *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)* 4 (2): 151–58. <https://doi.org/10.22487/jimut.v4i2.116>.
- Rukmawanti, Lita, Enas Enas, and Marlina Nur Lestari. 2019. "Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Suatu Studi Pada PT . Indofood Sukses Makmur Tbk Tahun 2008-2017)." *Business Management and Entrepreneurship Journal* 1 (2): 158–73.
- Sihura, Maria Majesty, and Romasi Lumban Gaol. 2016. "Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Retail Di BEJ" 2 (2): 191–210.
- Sintyana, I Putu Hendra, and Luh Gede Sri Artini. 2018. "Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 8 (2): 757..
- Sulia, Hidayat Akmal, and Agustin Eliasta Ginting. 2022. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Laba Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Consumer Goods Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016 – 2018 " *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia* 2 (1): 205–15.