E-ISSN: 3025-0994
Halaman 63-70
Volume 3 Nomor 1 Tahun 2025

Company Size, Leverage, and Profitability: Empirical Study on Tourism, Restaurant, and Hospitality Sub-Sector Companies

Aristi Wardani[1], Akhmadi[2]

[1, 2]Program Studi Manajemen, Universitas Sultan Agung Tirtayasa
e-mail: aristiwardani14@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas dengan leverage sebagai variabel intervening pada Perusahaan Sub Sektor Pariwisata, Restoran, dan Perhotelan periode 2014-2021. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan sampel untuk penelitian ini adalah dengan teknik sampling bertujuan (*Purposive Sampling)* yang menghasilkan sebanyak 16 perusahaan sebagai sampel dari jumlah populasi sebanyak 20 perusahaan. Teknik Analisis Data menggunakan SPSS 25 untuk melakukan Uji t dan Analisis Regresi Variabel Mediasi (*Causal Step)*. Hasil penelitian ini yaitu semakin besar ukuran Perusahaan tidak semakin meningkatkan profitabilitas. Semakin besar ukuran Perusahaan semakin meningkatkan *leverage*. Semakin besar *leverage* semakin menurunkan profitabilitas. Leverage mampu memediasi pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas.

Kata kunci: *Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage*

Abstract

This study aims to analyze the effect of company size on profitability with leverage as an intervening variable in the Tourism, Restaurant and Hospitality Sub-Sector Companies for the 2014-2021 period. The technique used in collecting the sample for this research is purposive sampling technique which produces 16 companies as a sample of a population of 20 companies. The data analysis techniques using SPSS 25 to perform a t test and regression analysis of mediating variables (Causal Step).The results of this research are that the larger of company size doesn't increase profitability. The larger of company size affect the increase in Leverage. The greater of Leverage affect the decrease in Profitability. Leverage is able to mediate the influence of Company Size on Profitability.

Keywords: *Profitability, Company Size, Leverage*

LATAR BELAKANG

Kondisi perekonomian Indonesia banyak dipengaruhi oleh iklim perekonomian global yang masih belum kondusif. Berdasarkan situs web resmi Badan Pusat Statistik (BPS) yang diakses pada 24 December 2020 bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia cenderung stabil dikisaran 5% dan belum menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan. Indonesia memerlukan kekuatan yang dapat diandalkan untuk mewujudkan terjadinya percepatan pertumbuhan ekonomi, salah satunya adalah sektor pariwisata. Salah satu target perusahaan yang menjadi perhatian utama para pelaku pasar adalah profitabilitas, yang diterjemahkan sebagai kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba pada periode tertentu (Shanthana L. & Basana, 2020). Keberadaan industri pariwisata, restoran, dan perhotelan sangat penting karena kontribusinya yang besar

bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Pendapatan yang dihasilkan dari pariwisata memiliki andil dalam struktur penerimaan devisa nasional. Bahkan, pariwisata disebut sebagai penyumbang devisa nasional terbesar ketiga setelah ekspor kelapa sawit dan batu bara (Riyadi, 2018). Industri ini dinilai potensial karena tingginya minat wisatawan asing dan wisatawan domestik juga didukung oleh pemerintah yang memberikan perhatian serius dengan perbaikan infrastruktur dan gencarnya melakukan promosi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan asing dan meningkatkan daya saing pariwisata Indonesia di kancah internasional.

Beberapa tahun belakangan ini sub sektor pariwisata, restoran, dan perhotelan tidak menunjukkan perkembangan profitabilitas yang menggembirakan, pergerakannya cenderung fluktuatif. Pergerakan paling ekstrem terjadi pada tahun 2016 dan 2020 di mana Profitabilitas sempat mengalami kenaikan pada 2016 disebabkan oleh Pemerintah Indonesia yang gencar melakukan promosi pariwisata dengan ikut serta di berbagai event bergengsi internasional. Penurunan profitabilitas yang terjadi pada tahun 2020 dipicu oleh pandemi Covid-19 yang merata di seluruh belahan dunia termasuk Indonesia dan diikuti dengan kebijakan pembatasan kegiatan masyarakat untuk meminimalisasi penyebaran virus.

Tingkat profitabilitas suatu perusahaan yang fluktuatif dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya adalah ukuran Perusahaan. Banyak penelitian yang telah membahas adanya pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas. Namun masih terdapat perbedaan pada hasil temuan. Hubungan ukuran perusahaan dengan profitabilitas yang searah dan signifikan dikemukakan oleh (Hoang, 2015), (Sritharan, 2015), (Rahmawati & Mahfudz, 2018), (Susiyanti & Effendi, 2019). Hubungan ukuran perusahaan dengan profitabilitas yang berlawanan arah dan signifikan dikemukakan oleh (Lazăr, 2016), (Puspita & Hartono, 2018), (Juliana & Melisa, 2019). (Habsari & Akhmadi, 2018) dan (Suryani & Purbohastuti, 2020) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

Ketidakkonsistenan yang ditunjukkan pada hasil penelitian memungkinkan terlibatnya variabel lain yang memediasi hubungan antara ukuran perusahan terhadap profitabilitas. Signalling Theory menjelaskan hubungan antara ukuran perusahaan dengan leverage bahwa perusahaan besar memperlihatkan kinerja yang bagus sehingga tidak sulit mendapatkan utang karena kreditur tidak memiliki keraguan untuk memberi pinjaman. Penelitian (Ifada & Yunandriatna, 2017), (Rofiqoh & Kurnia, 2018), (Nurhayadi et al., 2021) membuktikan bahwa semakin besar ukuran Perusahaan akan meningkatkan leverage. Trade off theory menjelaskan hubungan antara leverage dengan profitabilitas bahwa pendanaan dengan utang memberikan manfaat bagi perusahaan berupa perlindungan pajak. Namun, jika perusahaan melampaui ambang batas maka biaya berkaitan kebangkrutan akan semakin besar dan justru semakin mengurangi manfaat pajak dari utang. Penelitian (Ashari & Sampurno, 2017), (Rahman et al., 2020), (Imron & Suryatma, 2020) membuktikan bahwa semakin besar leverage akan menurunkan profitabilitas.

Berdasarkan adanya fenomena di mana rata-rata profitabilitas pada sub sektor pada perusahaan sub sektor pariwisata, restoran, dan perhotelan yang mengalami fluktuasi secara dramatis selama periode 2014-2021 dan masih ditemukannya kesenjangan pada hasil penelitian yang menguji hubungan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas, sehingga penelitian ini menyertakan Leverage sebagai variabel intervening.

METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kausalitas yaitu penelitian yang ingin mencari penjelasan dalam bentuk hubungan sebab-akibat (*cause-effect*) antar beberapa konsep atau beberapa strategi yang dikembangkan (Ferdinand, 2014).

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah Sub Sektor Pariwisata, Restoran, dan Perhotelan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2021 sebanyak 20 perusahaan. Sedangkan sampel penelitian ditentukan oleh teknik sampling bertujuan (*purposive samping*) sebanyak 16 perusahaan. Data observasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 128.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran mengenai nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, dan standar deviasi dari NPM, Logaritma Natural Total Sales, dan DER pada perusahaan subsektor pariwisata, restoran, dan perhotelan periode 2014-2021 pada tabel berikut:

Table 1. Descriptive Statistics Results

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Devation
NPM	128	-678.73	231.18	-6.7093	76.25524
SIZE	128	22.95	29.53	26.6384	1.50118
DER	128	.12	7.68	.9241	1.03523
Valid N (listwise)	128				

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pada pengujian menggunakan data awal nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) sebesar 0,000 < 0,05 yang artinya data tidak terdistribusi normal, maka dilakukan transformasi data menggunakan logaritma natural dan menghilangkan data outlier, sehingga menghasilkan nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) > 0,05 yang artinya data telah terdistribusi normal.

Table 2. Normality Test Results

	Sig.	Criteria	
Substructural 1	0.545	> 0,05	**Data is normally distributed**
Substructural 2	0.410	> 0,05	
Substructural 3	0.605	> 0,05	

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai tolerance sebesar 0,876 > 0,10 dan nilai variance inflation factor (VIF) 1,141 < 10. Hal ini menunjukkan bahwa data tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas menggunakan parameter Glejser dengan kriteria nilai signifikansi lebih dari 0,05.

Table 3. Heteroscedasticity Test Results

	Sig.	Criteria	
Substructural 1	0,776	> 0,05	**Data does not occur heteroscedasticity**
Substructural 2	0,895	> 0,05	
Substructural 3	0,065	> 0,05	
	0,545		

Uji Linearitas

Uji linearitas menggunakan uji *Lagrange Multiplier* yaitu pengujian yang membandingkan antara nilai c^2 hitung dengan c^2 tabel dengan kriteria nilai c^2 hitung lebih kecil dari c^2 tabel.

Table 4. Linearity Test Results

	R^2	c^2 count	c^2 table	
Substructural 1	0,000	0	**<** 110,898	**Data is linear**
Substructural 2	0,000	0	**<** 110,898	
Substructural 3	0,043	3,827	**<** 109,773	

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)
Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas

Table 5. t-Test of the Effect of Company Size on Profitability

Coefficients[a]						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1.	(Constant)	-.866	10.393		-.083	.934
	LN_SIZE	.804	3.157	.027	.255	.800
a. Dependent Variable: LN_NPM						

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan bahwa nilai t hitung 0,255 < t tabel 1,9872 dan nilai signifikansi sebesar 0,800 > 0,05. Kesimpulannya semakin besar ukuran perusahaan tidak semakin meningkatkan Profitabilitas, **Hipotesis nol ($H0_1$) diterima.**

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Leverage*

Table 6. t-Test of the Effect of Company Size on Leverage

Coefficients[a]						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1.	(Constant)	-14.995	4.139		-3.623	.000
	LN_SIZE	4.408	1.257	.352	3.506	.001
a. Dependent Variable: LN_DER						

Berdasarkan tabel 6 menunjukkan bahwa nilai t hitung 3,506 > t tabel 1,9872 dan nilai signifikansi sebesar 0,001 < 0,05. Kesimpulannya semakin besar ukuran perusahaan semakin meningkatkan *Leverage*, Hipotesis nol ($H0_2$) ditolak.

Pengaruh *Leverage* terhadap Profitabilitas

Table 7. t-Test of the Effect of Leverage on Profitability

Coefficients[a]						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1.	(Constant)	-15.025	10.391		-1.446	.152
	LN_SIZE	4.967	3.143	.169	1.580	.118
		-.944	.251	-.402	-3.764	.000

a. Dependent Variable: Ln_NPM

Berdasarkan tabel 6 menunjukkan bahwa nilai t hitung -3,764 > t tabel -1,9872 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Kesimpulannya semakin besar *Leverage* semakin menurunkan Profitabilitas, **Hipotesis nol ($H0_3$) ditolak**

Analisis Regresi Variabel Mediasi (*Causal Step*)

Berikut ini hasil persamaan regresi yang dibuat dalam Kausal Step (*Causal Step*):

NPM = -0,866 + 0,804 LnTS + 0,999
DER = -14,995 + 4,408 LnTS + 0,936
NPM = -15,025 + 4,967 LnTS – 0,944 DER + 0,926

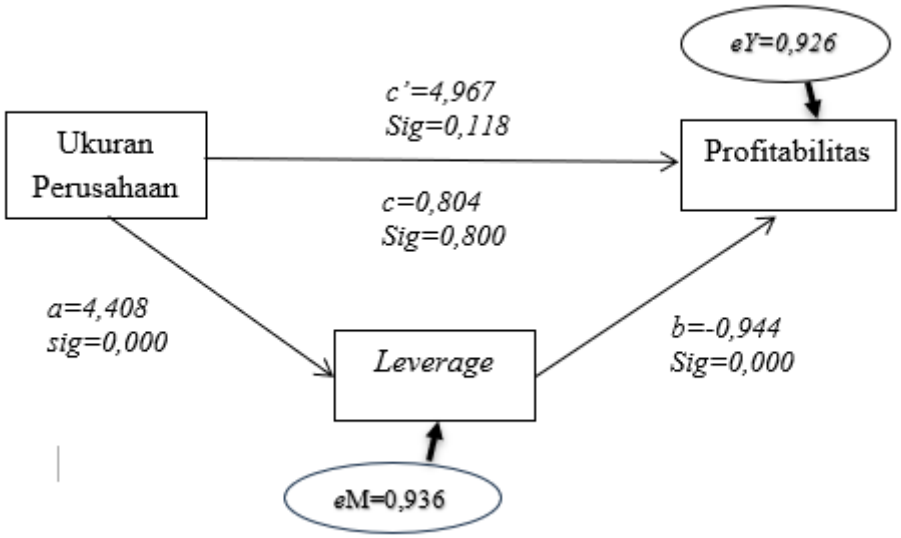

Figure 1. Causal Step Diagram

Hubungan ukuran Perusahaan terhadap leverage dengan nilai koefisien *a* sebesar 4,408 dan nilai signifikansi sebesar 0,000, pengaruhnya positif signifikan. Kemudian hubungan leverage terhadap profitabilitas nilai koefisiensi *b* sebesar 0,944 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 pengaruhnya negative signifikan. Hasil tersebut memenuhi kriteria yang bahwa variabel M (*Leverage*) adalah variabel mediasi karena dalam hubungan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas, nilai koefisiensi *a* dan *b* signifikan. Hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa *leverage* mampu memediasi hubungan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas ,sehingga **hipotesis nol ($H0_4$) ditolak.**

PEMBAHASAN

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas

Semakin ukuran perusahaan tidak semakin meningkatkan profitabilitas. Hasil ini tidak sesuai dengan *Critical Resources Theory* yang menyatakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan profitabilitas juga akan meningkat. Hal ini dapat terjadi karena perusahaan besar dengan tingkat penjualan tinggi tidak diiringi dengan manajemen keuangan yang efektif dan efisien. Meskipun perusahaan mengalami penjualan yang meningkat tetapi biaya operasional yang dikeluarkan juga besar sehingga tidak dapat meningkatkan profitabilitas. Hasil ini berlawanan dengan hasil penelitian (Rahmawati & Mahfudz, 2018), (Susiyanti & Effendi, 2019).

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Leverage*

Semakin besar ukuran perusahaan semakin meningkatkan *Leverage*. Hasil ini juga sesuai dengan *Signalling Theory* yang menyatakan bahwa perusahaan besar memberi sinyal positif dengan prospek yang baik sehingga kreditur memberi kepercayaan pada Perusahaan tersebut dalam mendapatkan banyak utang. Perusahaan dengan total penjualan yang besar maka semakin meningkatkan proporsi utang yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Hal ini dikarenakan perusahaan besar dinilai sudah mapan sehingga mendapatkan kepercayaan dari kreditur dalam memberikan utang yang digunakan untuk mengembangkan bisnis dan memenuhi kebutuhan biaya operasionalnya yang besar. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian (Rofiqoh & Kurnia, 2018), (Nurhayadi et al., 2021).

Pengaruh *Leverage* terhadap Profitabilitas

Semakin besar *leverage* akan semakin menurunkan profitabilitas. Hasil ini juga sesuai dengan *Trade off Theory* yang menyatakan bahwa utang dapat memberikan manfaat pada tingkat tertentu dan akan mengurangi laba jika penggunaannya sudah melewati ambang batas. Untuk itu pentingnya bagi Perusahaan sub sektor pariwisata, restoran, dan perhotelan untuk menjaga titik optimal *leverage* agar tidak berakibat pada penurunan profitabilitas dikarenakan adanya konsekuensi dari penggunaan utang berupa biaya bunga yang membebani keuangan Perusahaan. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian (Rahman et al., 2020), (Nurhayadi & Suryatma, 2020).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan pada perusahaan subsektor pariwisata, restoran, dan perhotelan periode 2014-2021. Pertama, semakin besar ukuran Perusahaan tidak semakin meningkatkan profitabilitas. Hal ini mengindikasikan bahwa Perusahaan besar belum tentu memiliki kemampuan mengelola keuangan Perusahaan secara efektif dan efisien sehingga tidak semakin meningkatkan profitabilitas. Kedua, semakin besar ukuran Perusahaan semakin meningkatkan *leverage.* Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan besar dinilai sudah mapan sehingga mendapatkan kepercayaan dari kreditur memberikan utang yang digunakan untuk mengembangkan bisnis dan memenuhi kebutuhan biaya operasionalnya yang besar. Ketiga, semakin tinggi *leverage* semakin menurunkan profitabilitas. Hal ini mengindikasikan bahwa Leverage yang tinggi memunculkan beban bunga yang juga besar sehingga menurunkan profitabilitas, dan terakhir *Leverage* dapat memediasi hubungan antara ukuran Perusahaan terhadap profitabilitas. Hal ini mengindikasikan agar Perusahaan besar terus menjaga utang dalam batas yang aman dan mengelola utang dengan cermat sehingga meningkatkan profitabilitas.

DAFTAR PUSTAKA

Ashari, M. H., & Sampurno, R. D. (2017). PENGARUH LEVERAGE KEUANGAN TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN PARIWISATA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2011-2015. *Diponegoro Journal Of Management*, *6*(4), 1–12.

Habsari, A., & Akhmadi. (2018). Ukuran Perusahaan , Profitabilitas dan Nilai Perusahaan : Studi Empirik: Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011 sampai dengan 2015). *Tirtayasa Ekonomika*, *13*(2), 300–319.

Hoang, T. V. (2015). IMPACT OF WORKING CAPITAL MANAGEMENT ON FIRM PROFITABILITY: THE CASE OF LISTED MANUFACTURING FIRMS ON HO CHI MINH STOCK EXCHANGE. *Asian Economic and Financial Review*, *5*(5), 779–789.

Ifada, L. M., & Yunandriatna. (2017). FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH

TERHADAP KEBIJAKAN HUTANG PERUSAHAAN (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2014). *Jurnal Akuntansi Dan Auditing*, *14*(1), 40–54.

Imron, A., & Suryatma, I. (2020). Kebijakan Utang dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas dengan Pertumbuhan Laba sebagai Pemoderasi. *Jurnal Online Insan Akuntan*, *5*(2), 215–228.

Juliana, A., & Melisa. (2019). ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PROFITABILITAS PERUSAHAAN DI INDONESIA (Studi Kasus: Indek LQ45 Periode 2012-2016). *Management Insight*, *14*(1), 36–50.

Lazăr, S. (2016). Determinants of Firm Performance: Evidence from Romanian Listed Companies. *Review of Economic and Business Studies*, *9*(1), 53–69. https://doi.org/10.1515/rebs-2016-0025

Nurhayadi, W., Sulistiana, I., Nurkhalishah, S., Salam, A. F., & Abdurrohman, A. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Risiko Bisnis Terhadap Struktur Modal. *Tirtayasa Ekonomika*, *16*(1), 97. https://doi.org/10.35448/jte.v16i1.9897

Pangesti, G., Imron, A., Mahmudi, B., & Hakim, L. (2020). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN STRUKTUR MODAL SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, *8*(2). https://doi.org/10.37403/sultanist.v8i2.220

Puspita, D. A., & Hartono, U. (2018). PENGARUH PERPUTARAN MODAL KERJA, UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE DAN LIKUIDITAS TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN ANIMAL FEED DI BEI PERIODE 2012-2015. *Jurnal Ilmu Manajemen*, *6*(1), 1–8.

Priyatno, A. M., Ningsih, L., & Noor, M. (2024). Harnessing Machine Learning for Stock Price Prediction with Random Forest and Simple Moving Average Techniques. *Journal of Engineering and Science Application*, *1*(1), 1–8. https://doi.org/10.69693/jesa.v1i1.1

Rahman, M. M., Saima, F. N., & Jahan, K. (2020). The Impact of Financial Leverage on Firm's Profitability: An Empirical Evidence from Listed Textile Firms of Bangladesh. *Journal of Business Economics and Environmental Studies*, *10*(2), 23–31. https://doi.org/10.13106/jbees.2020.vol10.no2.23

Rahmawati, I., & Mahfudz, M. K. (2018). Analisis Pengaruh Perputaran Modal Kerja, Likuiditas, Struktur Modal, Sales Growth, Struktur Aktiva, Size Terhadap Profitabilitas. *Diponegoro Journal Of Management*, *7*(4), 1–14. https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/viewFile/22387/20529

Rofiqoh, A., & Kurnia. (2018). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP KEBIJAKAN UTANG. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, *7*(11).

Shanthana L., S., & Basana, S. R. (2020). Pengaruh Firm Size Terhadap Leverage Pada Perusahaan Manufaktur Publik Indonesia Periode 2013-2017. *International Journal of Financial and Investment Studies (IJFIS)*, *1*(1), 53–66. https://doi.org/10.9744/ijfis.1.1.53-66

Sritharan, V. (2015). Does firm size influence on firm's Profitability? Evidence from listed firms of Sri Lankan Hotels and Travels sector. *Research Journal of Finance and Accounting Www.Iiste.Org ISSN*, *6*(6), 201–208. www.iiste.org

Suryani, E., & Purbohastuti, A. W. (2020). Ukuran Perusahaan atas Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas. *Jurnal Riset Akuntansi Terpadu*, *13*(2), 256–272.

Susiyanti, S., & Effendi, B. (2019). Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Likuiditas dan

Profitabilitas Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI. *Owner RISET & JURNAL AKUNTANSI*, *3*(2), 66–72. https://doi.org/10.33395/owner.v3i2.137

Yadi, H. A., Librianty, N. L., & Priyatno, A. M. (2024). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Minat Pembelian Sepeda Motor Listrik di Bangkinang Kota. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, *4*(4), 10706–10717. https://doi.org/10.31004/innovative.v4i4.13416

Zuhroh, I. (2019). The Effects of Liquidity, Firm Size, and Profitability on the Firm Value with Mediating Leverage. *KnE Social Sciences*, *3*(13), 203–230. https://doi.org/10.18502/kss.v3i13.4206