

Pengaruh Nilai Tukar, Ukuran Perusahaan Dan Leverage Keuangan Terhadap Profitabilitas PT. Unilever Indonesia Tbk

Muhamad Syahwildan¹⁾, Tri Sutrisno²⁾

^{1,2)} Universitas Pelita Bangsa

Jl. Inspeksi Kalimalang Tegal Danas, Cikarang pusat, Kab. Bekasi.

Email : muhamad.syahwildan@pelitabangsa.ac.id, Sutrisnoe1993@gmail.com

ABSTRAK

Kinerja perusahaan yang baik akan mampu meningkatkan nilai perusahaan, sehingga akan menarik para investor untuk menginvestasikan uangnya pada perusahaan tersebut. Tujuan tersebut dapat di capai dengan cara meningkatkan profitabilitas perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh nilai tukar, ukuran perusahaan dan leverage keuangan terhadap profitabilitas. Nilai tukar dalam penelitian ini adalah nilai tukar rupiah terhadap Dollar, ukuran perusahaan di ukur dengan volume penjualan/*sales*, leverage keuangan di ukur dengan DER, dan profitabilitas di ukur dengan ROA. Penelitian ini di lakukan pada PT. Unilever Indonesia dengan sampel sebanyak 44 laporan keuangan yang di publikasikan secara kuartal yang di peroleh melalui metode purposive sampling. Metode analisa data yang di gunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan nilai tukar berpengaruh negatif signifikan terhadap ROA, *sales* berpengaruh positif signifikan terhadap ROA, dan DER berpengaruh negatif signifikan terhadap ROA. Nilai koefisien determinasi di peroleh sebesar 88% yang artinya 88% ROA di pengaruhi oleh nilai tukar, penjualan, dan DER.

Kata Kunci : Profitabilitas, Nilai Tukar, Ukuran Perusahaan, Volume Penjualan, Leverage dan DER

ABSTRAC

A good company performance will be able to increase the value of the company, so that it will attract investors to invest their money in the company. This goal can be achieved by increasing the company's profitability. This study aims to examine the effect of exchange rates, firm size and financial leverage on profitability. The exchange rates in this study are the rupiah exchange rate against the dollar, company size measured by sales / sales volume, financial leverage measured by DER, and profitability measured by ROA. This research was conducted at PT. Unilever Indonesia with a sample of 44 financial reports published quarterly which were obtained through the purposive sampling method. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. The results showed that the exchange rate had a significant effect on ROA, sales had a significant positive effect on ROA, and DER had a significant negative effect on ROA. The coefficient of determination is 88%, which means that 88% of ROA is influenced by the exchange rate, sales, and DER.

Keywords : Profitability, Exchange Rate, Firm Size, Sales, Financial Leverage and DER

1. PENDAHULUAN

Industri manufaktur di Indonesia selalu berkembang dari tahun ke tahun. Hingga saat ini, berdasarkan data BKPM, Indonesia sudah menjadi basis industri manufaktur terbesar se-ASEAN dengan kontribusi mencapai 20,27% pada perekonomian skala nasional, dengan angka tersebut bisa di bilang industri manufaktur menyumbang hampir seperempat Produk Domestik Bruto Indonesia. Perkembangan industri manufaktur di Indonesia saat ini mampu menggeser peran commodity based menjadi manufacture based. Bangkitnya industri manufaktur Indonesia ditunjukkan dengan mulai menguasai pangsa pasar dunia. Kebangkitan industri Indonesia telah terjadi dan jauh melampaui laporan Badan Pusat Statistik (BPS). Bahkan United Nation Industrial Development Organization (UNIDO) mencatat Indonesia menduduki peringkat ke-9 di dunia untuk kategori “Manufacturing Value Added” pada tahun 2017. Menurut data BPS industri manufaktur Indonesia sedang bergeliat, terutama industri barang konsumsi yang mampu memberikan kontribusi terhadap PDB hingga 35,87% (www.bps.go.id).

Namun, 2018 menjadi tahun yang berat bagi PT. Unilever. Di akhir tahun 2018 Mirai Asset Sekuritas Indonesia dalam riset yang di publikasikannya pada jumat (19/10/2018), menilai bahwa pertumbuhan industri barang konsumsi di Indonesia sedang mengalami perlambatan. Salah satu penyebabnya adalah penurunan daya beli masyarakat serta pergeseran pilihan konsumen yang sangat cepat. Perlambatan tersebut tercermin dari kinerja PT. Unilever Indonesia Tbk yang anjlok hingga 19,7% seperti yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia (BEI) (<https://www.miraeasset.co.id/>). Kinerja PT. Unilever Indonesia Tbk (UNVR) di sepanjang 2018 kurang

menggembirakan. Laba bersih perusahaan turun 2,59%. Pada semester I-2018 laba bersih UNVR sebesar Rp 3,53 triliun. Angka itu turun dari laba bersih semester I-2017 sebesar Rp 3,62 triliun. Pendapatan PT Unilever juga turun tipis 0,38% dari Rp 21,26 triliun di semester I-2017 menjadi Rp 21,18 triliun. Beban pokok penjualan perusahaan juga naik 0,64% dari Rp 10,35 triliun menjadi Rp 10,4 triliun (laporan keuangan PT. Unilever : 2017-2018).

Perlambatan pertumbuhan ekonomi yang tidak stabil mengakibatkan Pergerakan nilai tukar yang tidak stabil yang berpengaruh terhadap profitabilitas PT. Unilever Indonesia Tbk. Nilai tukar yang tidak stabil mengakibatkan beban pokok penjualan PT. Unilever terus meningkat, sehingga mengakibatkan menurunnya laba bersih yang di terima. Nilai tukar yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai tukar rupiah terhadap dollar Amerika. Nilai tukar rupiah atas dollar Amerika Serikat berdampak pada stabilitas perekonomian di tanah air, tak terkecuali industri manufaktur. Jika nilai tukar rupiah menurun, maka dampak yang akan dirasakan adalah naiknya harga bahan baku yang mengakibatkan beban pokok penjualan terus meningkat, sehingga akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

Selain faktor eksternal, ada pula faktor internal yang menyebabkan penurunan kinerja PT. Unilever, Salah satunya adalah Penjualan. Penurunan kinerja PT. Unilever bisa di lihat dari menurunnya penjualan bersih yang di peroleh. Pada Triwulan I-2018 penjualan bersih PT. Unilever turun sebesar Rp10,74 triliun, di bandingkan dengan Triwulan I-2017 yaitu sebesar Rp. 10,84 triliun. Penurunan tersebut berlanjut di Triwulan II-2018 yang turun di angka Rp21,18 triliun, di bandingkan Triwulan II-2017 yang berada di angka Rp21,26 triliun.

Selain itu, beban hutang yang terus meningkat namun tidak di barengi dengan peningkatan jumlah ekuitasnya, sehingga menyebabkan beban keuangan perusahaan meningkat. Pada triwulan II-2018 beban utang perusahaan tercatat sebesar Rp15,51 triliun, sedangkan jumlah ekuitasnya hanya sebesar Rp5,01 triliun. *Debt to Equity Ratio* atau biasa di sebut Rasio Hutang biasa di gunakan untuk menilai posisi keuangan suatu perusahaan. Rasio ini merupakan ukuran kemampuan suatu perusahaan dalam menlunasi kewajibannya. Rasio hutang yang optimal pada suatu perusahaan adalah sekitar 1 kali (hutang = Ekuitas), namun pada perusahaan besar atau terbuka Rasio hutang yang di bisa di terima bisa mencapai 1,5 – 2 kali. Semakin besar Rasio Hutang menunjukkan bahwa perusaan mungkin tidak dapat menghasilkan uang yang cukup untuk memenuhi kewajiban hutangnya, namun jika terlalu rendah (kurang dari 1 kali) menandakan perusahaan tidak meningkatkan profitnya secara maksimal.

Kinerja keuangan yang menurun mengakibatkan pertumbuhan perusahaan menjadi melemah. PT. Unilever sebagai perusahaan multinasional harus peningkatkan kinerja keuangannya agar meningkatkan pertumbuhan perusahaan dan agar tetap bisa menarik investor. Salah satu cara untuk melihat kinerja keuangan perusahaan adalah dengan melihat tingkat profitabilitas perusahaan. Hal ini bertujuan untuk menilai jumlah laba investasi yang akan di peroleh investor dan menilai kemampuan perusahaan membayar hutang berdasarkan tingkat pemakaian aset dan sumber daya lainnya sehingga terlihat tingkat efisiensi perusahaan.

2. LANDASAN TEORI

1. Profitabilitas

Profitabilitas adalah merupakan hasil dari implementasi kebijakan perusahaan (Sudiyatno, 2010 : 95). Menurut Fachrudin (2011) Profitabilitas perusahaan memperlihatkan kemampuan perusahaan untuk memberikan keuntungan dari aset, ekuitas maupun utang. Menurut Martono (2002) ukuran yang banyak digunakan dalam menilai kinerja perusahaan adalah ROE dan ROA. Indikator yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data *ROA* yang di peroleh dengan Rumus :

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

Di mana data laba bersih setelah pajak dan total aktiva di ambil dari laporan keuangan PT. Unilever Indonesia. Periode pengambilan data yaitu laporan keuangan PT. Unilever Indonesia dari tahun 2009-2019 secara kuartal.

2. Nilai Tukar

Nilai tukar adalah nilai harga dari sebuah mata uang yang dibandingkan dengan nilai mata uang Eropa dan Amerika dan lainnya dalam guna memenuhi kebutuhan perdagangan internasional serta melakukan pembayaran luar negeri (Adjei dkk, 2014). Nilai tukar uang merepresentasikan tingkat harga pertukaran dari satu mata uang ke mata uang lainnya dan digunakan dalam berbagai transaksi, antara lain transaksi perdagangan internasional, turisme, investasi internasional, ataupun aliran uang jangka pendek antarnegara, yang melewati batas-batas geografis ataupun batas-batas hukum (Karim, 2008:157). Indikator yang di gunakan dalam penelitian ini adalah nilai tukar mata uang Rupiah terhadap Dollar Amerika yang di ambil dari data BI. Periode pengambilan data yaitu dari tahun 2009-2019 secara kuartal.

3. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan. Besar kecilnya usaha tersebut di tinjau dari lapangan usaha yang di jalankan. Penentuan skala besar kecilnya perusahaan dapat di tentukan berdasarkan total *sales*, total asset, dan rata rata tingkat penjualan (Seftiane, 2011). Menurut Setiyadi (2007) ukuran yang biasa di pakai untuk menentukan tingkatan besar kecilnya perusahaan yaitu : jumlah tenaga kerja, total *sales*, total utang, dan total asset. Indikator yang di gunakan dalam penelitian ini adalah volume penjualan/*sales* yang di ambil dari laporan keuangan PT. Unilever Indonesia. Periode pengambilan data yaitu laporan keuangan PT. Unilever Indonesia dari tahun 2009-2019 secara kuartal.

4. Leverage Keuangan

Leverage merupakan kebijakan pendanaan yang berkaitan dengan keputusan perusahaan dalam membiayai perusahaan. Perusahaan yang menggunakan hutang mempunyai kewajiban atas beban bunga dan beban pokok pinjaman. Penggunaan hutang memiliki risiko yang cukup besar atas tidak terbayarnya hutang, sehingga penggunaan hutang perlu memperhatikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (Prasetyorini, 2013). Indikator yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data *DER* yang di peroleh dengan Rumus:

$$(DER) = \frac{\text{Total Liabilitas}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Di mana data total liabilitas dan total ekuitas di ambil dari laporan keuangan PT. Unilever Indonesia. Periode pengambilan data yaitu laporan keuangan PT. Unilever Indonesia dari tahun 2009-2019 secara kuartal.

5. Pengembangan Hipotesis Penelitian

Nilai tukar menjadi faktor penting bagi perusahaan yang bergerak di

bidang manufaktur, karena nilai tukar erat kaitanya dengan biaya dan beban produksi yang di tanggung perusahaan. Apabila mata uang rupiah terdepresiasi maka biaya produksi terutama bahan baku impor akan semakin naik yang menyebabkan peningkatan beban yang selanjutnya akan menurunkan profitabilitas perusahaan.

H1 : Nilai tukar berpengaruh terhadap profitabilitas.

Ukuran perusahaan yang di ukur dengan volume penjualan dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan. Semakin banyak volume penjualan yang di dapat perusahaan maka secara otomatis akan menaikkan tingkat profitabilitas perusahaan. volume penjualan juga dapat di jadikan gambaran tentang kinerja perusahaan di masa yang akan datang.

H2 : Sales berpengaruh terhadap profitabilitas

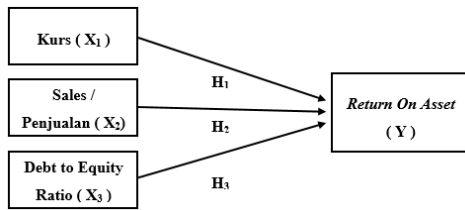
Leverage yang di ukur dengan Debt to Equity Ratio merupakan faktor yang erat kaitannya dengan profitabilitas. Penggunaan utang di perlukan untuk menambah modal dengan tujuan untuk meningkatkan profitabilitas. Namun apabila beban hutang atau *DER* terlalu tinggi juga akan menurunkan profitabilitas perusahaan di karenakan beban bunga yang tinggi sehingga menurunkan profitabilitas perusahaan..

H3 : DER berpengaruh terhadap profitabilitas

3. METODE PENELITIAN

1. Model Penelitian

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu yang telah dikemukakan diatas, maka dapat dibuat kerangka konsep teoritis yang ditunjukkan pada gambar sebagai berikut:



Gambar 1 : Model Penelitian

2. Populasi dan sampel

2.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah Laporan Keuangan PT. Unilever Indonesia Tbk yang diambil dari Bursa Efek Indonesia. Sehingga di peroleh populasi 148 data.

2.2 Sampel

Menurut Roscoe (1975) yang di kutip Uma Sekaran (2006) menyatakan bahwa salah satu acuan umum untuk menentukan sampel dalam penelitian multivariate (termasuk analisis regresi berganda) ukuran sampel minimal sebaiknya 10 kali lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian. Di karenakan dalam penelitian ini menggunakan 3 variabel maka batas minimal sampel yang harus di gunakan adalah 30.

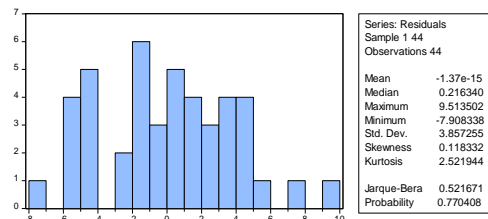
2.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan yaitu dengan teknik Purposive sampling (pengambilan sampel berdasarkan tujuan). Teknik Purposive sampling adalah metode yang di gunakan untuk pengambilan sampel yaitu penentuan sampel dengan tehnik melakukan pertimbangan atau memilih kriteria dan tujuan tertentu terhadap sampel yang di teliti, di mana memilih anggota sampel secara sedemikian rupa sehingga terbentuk sampel agar sifat – sifat populasi dapat di wakili sampel (Sugiyono, 2010). Di mana kriteria sampel adalah laporan keuangan yang telah di publikasikan secara berturut-turut dalam kuartal.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Uji normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas



Pengujian menggunakan Uji Kolmogorov Smirnov menunjukkan data yang normal apabila diperoleh nilai signifikansi > 0.05 . Berdasarkan hasil pengolahan data di atas, diperoleh nilai probabilitas sebesar 0,77 di mana angka tersebut lebih besar dari 0,05 , maka H_1 di tolak dan H_0 di terima, dapat diambil kesimpulan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

4.2 Hasil Uji Multikolenieritas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolenieritas

Variance Inflation Factors
Date: 07/24/20 Time: 17:39
Sample: 1 44
Included observations: 44

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	13.45463	37.01343	NA
KURS	1.29E-07	50.36894	1.467705
SALES	4.51E-15	6.579926	1.461104
DER	1.122771	12.26188	1.281671

Berdasarkan hasil di atas, di ketahui nilai VIF Nilai tukar sebesar 1,47, Sales sebesar 1,46, dan DER sebesar 1,28. Nilai tersebut lebih besar dari nilai tolerance $>0,10$ dan lebih kecil dari nilai VIF <10 . Maka H_1 di tolak dan H_0 di terima, dapat di simpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas dalam penelitian ini.

4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heterokedastisitas

Heteroskedasticity Test: Glejser
 Dependent Variable: RESABS
 Method: Least Squares
 Date: 07/27/20 Time: 12:16
 Sample: 1 44
 Included observations: 44

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	9.322913	3.649833	2.554339	0.0146
KURS	-0.000307	0.000357	-0.860885	0.3944
SALES	8.40E-08	6.68E-08	1.257291	0.2159
DER	-0.969948	1.054345	-0.919954	0.3631

Berdasarkan Hasil pengujian di atas, di ketahui bahwa nilai probabilitas nilai tukar sebesar 0,34, sales sebesar 0,215, dan DER sebesar 0,3631, yang mana nilai tersebut lebih besar dari batas kesalahan yang di ijinakan yaitu > 0,05. Maka H₁ di tolak dan H₀ di terima, dapat di simpulkan bahwa penelitian tersebut tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

4.4 Hasil Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

Dependent Variable: ROA
 Method: Least Squares
 Date: 07/27/20 Time: 12:07
 Sample: 1 44
 Included observations: 44

R-squared	0.888044	Mean dependent var	24.20795
Adjusted R-squared	0.879647	S.D. dependent var	11.52802
S.E. of regression	3.999287	Akaike info criterion	5.696617
Sum squared resid	639.7719	Schwarz Criterion	5.858816
Log likelihood	-121.3256	Hannan-Quinn criter.	5.756769
F-statistic	105.7611	Durbin-Watson stat	1.912872
Prob(F-statistic)	0.000000		

Berdasarkan hasil uji di atas di ketahui nilai Durbin-Watson adalah sebesar 1,96. yang mana nilai tersebut 1,83 < 1,96 < 2,17. Maka H₁ di tolak dan H₀ di terima dapat di simpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi dalam penelitian ini.

4.6 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Dependent Variable: ROA
 Method: Least Squares
 Date: 07/24/20 Time: 17:37
 Sample: 1 44
 Included observations: 44

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	38.15144	3.668056	10.40100	0.0000
KURS	-0.002566	0.000359	-7.153201	0.0000
SALES	1.19E-06	6.71E-08	17.79638	0.0000
DER	-4.274978	1.059609	-4.034488	0.0002

Berdasarkan tabel output di atas di peroleh hasil regresi linear berganda yaitu sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

$$Y = 38,15 - 0,003X_1 + 1,19X_2 - 4,27X_3 + \varepsilon$$

Dari persamaan di atas dapat di simpulkan bahwa :

- Nilai konstanta sebesar 38,15, artinya pengaruh dari variabel independen yaitu Nilai tukar, Sales dan DER terhadap variabel dependen yaitu ROA adalah sebesar 38,15.
- Koefisien regresi variabel Nilai tukar sebesar -0,003. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada Nilai tukar, maka ROA akan mengalami penurunan sebesar 0,003.
- Koefisien regresi variabel Sales sebesar 1,19. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada Sales, maka ROA akan mengalami kenaikan sebesar 1,19.
- Koefisien regresi variabel DER sebesar -4,27. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada DER, maka ROA akan mengalami penurunan sebesar 4,27.

4.7 Hasil Uji Parsial

Tabel 7. Hasil Uji Parsial

Dependent Variable: ROA
 Method: Least Squares
 Date: 07/24/20 Time: 17:37
 Sample: 1 44
 Included observations: 44

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	38.15144	3.668056	10.40100	0.0000
KURS	-0.002566	0.000359	-7.153201	0.0000
SALES	1.19E-06	6.71E-08	17.79638	0.0000
DER	-4.274978	1.059609	-4.034488	0.0002

Dari data di atas, dapat di peroleh kesimpulan bahwa :

1. Variabel Nilai tukar (X1) terhadap ROA (Y).

Dari data di atas di ketahui nilai Probability dari variabel Nilai tukar (X1) adalah sebesar 0,0000, yang mana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Artinya variabel Nilai tukar (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel ROA (Y), sehingga dapat di simpulkan bahwa H₁ di terima.

2. Variabel Sales (X2) terhadap variabel ROA (Y).

Dari data di atas di ketahui nilai Probability dari variabel Sales (X1) adalah sebesar 0,0000, yang mana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Artinya Variabel Sales (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel ROA (Y), sehingga dapat di simpulkan bahwa H₂ di terima.

3. Variabel DER (X3) terhadap ROA (Y).

Dari data di atas di ketahui nilai Probability dari variabel DER (X3) adalah sebesar 0,0002, yang mana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Artinya variabel DER (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel ROA (Y), sehingga dapat di simpulkan bahwa H₃ di terima.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 8. Koefisien Determinasi

Dependent Variable: ROA			
Method: Least Squares			
Date: 07/24/20 Time: 17:37			
Sample: 1 44			
Included observations: 44			
R-squared	0.888044	Mean dependent var	24.20795
Adjusted R-squared	0.879647	S.D. dependent var	11.52802
S.E. of regression	3.999287	Akaike info criterion	5.696617
Sum squared resid	639.7719	Schwarz Criterion	5.858816
Log likelihood	-121.3256	Hannan-Quinn criter.	5.756769
F-statistic	105.7611	Durbin-Watson stat	1.912872
Prob(F-statistic)	0.000000		

Dari data di atas menunjukkan bahwa nilai Ajusted R-Square sebesar 0,88. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel Nilai tukar,

Sales, dan DER terhadap variabel ROA sebesar 88%, sedangkan sisanya di pengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

1. Pengaruh Nilai tukar (X1) Terhadap ROA (Y)

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah Nilai tukar berpengaruh negatif terhadap ROA. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Nilai tukar memiliki koefisien sebesar -0,0025, maka dapat di simpulkan bahwa Nilai tukar berpengaruh negatif terhadap ROA, dengan demikian hipotesis yang mengatakan bahwa Nilai tukar berpengaruh negatif terhadap ROA (H₁) di terima. Nilai probability Nilai tukar sebesar 0,0000, yang artinya Nilai tukar berpengaruh signifikan terhadap ROA. Kesimpulannya variabel Nilai tukar dalam penelitian ini berpengaruh negatif signifikan terhadap ROA.

Hasil penelitian ini ternyata tidak sama dengan hasil penelitian yang di lakukan oleh Prastowo, dkk (2016) dan saputro (2012), yang menyatakan bahwa Nilai tukar berpengaruh positif tidak signifikan terhadap ROA. Prastowo, dkk (2013) menyatakan bahwa nilai tukar memiliki pengaruh positif signifikan terhadap ROA. Hal ini menggambarkan bahwa apabila mata uang mengalami apresiasi atau depresiasi maka akan berdampak pada profit meskipun sedikit.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang di lakukan oleh Maulana, dkk (2019), Astuti dan Rahman (2015), Tulende, dkk (2014 dan penelitian yang di lakukan oleh Gul, et, al (2011) yang menyatakan bahwa nilai tukar berpengaruh negatif signifikan terhadap ROA. Maulana dkk (2019) Meningkatnya nilai tukar rupiah (depresiasi) akan membuat profitabilitas menurun akibat dari naiknya harga bahan baku yang di gunakan perusahaan. Dan saat nilai tukar rupiah

turun (apresiasi) harga kebutuhan bahan baku juga menurun sehingga menurunkan biaya bahan baku yang mengakibatkan naiknya profitabilitas perusahaan. Selain itu perubahan nilai tukar juga berpengaruh dengan daya beli dan keinginan masyarakat. Apabila nilai tukar meningkat (depresiasi), masyarakat cenderung akan berhemat dan memilih untuk membeli produk pengganti yang lebih murah daripada produk Unilever. Dan saat nilai tukar turun maka masyarakat cenderung memilih kualitas daripada harga barang.

Hal tersebut terjadi pada penelitian ini di mana saat Nilai tukar mengalami kenaikan (depresiasi) maka *ROA* PT. Unilever akan menurun, begitupun sebaliknya saat Nilai tukar mengalami penurunan (apresiasi), *ROA* PT. Unilever akan naik. Hal tersebut tercermin dari laporan keuangan PT. Unilever. Pada triwulan IV-2009 bahwa Nilai tukar mengalami penurunan (apresiasi) dan berada di angka Rp9.522, HPP PT Unilever turun di Rp9,2 triliun, dan *ROA* PT Unilever berada di angka 40,67 %. Begitu pun sebaliknya, pada triwulan IV-2019 saat Nilai tukar mengalami kenaikan (depresiasi) dan berada pada level Rp14.138, HPP PT. Unilever naik di Rp20,89 triliun, dan *ROA* PT Unilever turun di angka 35,8%

2. Pengaruh Sales (X2) Terhadap ROA (Y)

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah *sales* berpengaruh positif terhadap terhadap *ROA*. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Sales* memiliki koefisien sebesar 1,19E-06, maka dapat di simpulkan bahwa *Sales* berpengaruh positif terhadap *ROA*, dan hipotesis yang mengatakan bahwa *Sales* berpengaruh positif terhadap *ROA* (H_2) di terima dan H_0 di tolak. Dan nilai Probability sebesar 0,0000. Maka *Sales* berpengaruh secara signifikan terhadap *ROA*. Kesimpulannya Variabel *Sales*

dalam penelitian ini berpengaruh positif signifikan terhadap *ROA*.

Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang di lakukan oleh Kartikasari dan Merianti (2016) yang menyatakan bahwa *sales* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *ROA*. Kartikasari, et al (2016) menyatakan bahwa tingkat profitabilitas perusahaan tak hanya di dukung faktor *Sales*. namun ada faktor lain yang memiliki kontribusi terhadap profitabilitas seperti efisiensi biaya, total aset, dan pendapatan atau kerugian non operasional. Oleh sebab itu pengaruh *sales* terhadap *ROA* menjadi lebih lemah untuk di akui.

Sementara itu hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang di lakukan Andayani, dkk (2016) , Wulandari (2018), John dan Adebayo (2013), Hasundungan dan Herawati (2017), dan Imanudin, dkk (2014) yang menyatakan bahwa *sales* berpengaruh positif signifikan terhadap *ROA*. Andayani, dkk (2015) menyatakan bahwa semakin tingginya penjualan bersih yang di lakukan oleh perusahaan dapat mendorong semakin tingginya laba kotor yang mampu di peroleh, sehingga dapat mendorong semakin tingginya profitabilitas perusahaan. Andayani, dkk (2015) juga mengungkapkan bahwa penjualan harus dapat menutupi biaya sehingga dapat meningkatkan keuntungan. Selain itu dengan dengan mengetahui jumlah penjualan di masa kini maka perusahaan bisa meramalkan permintaan penjualan di masa datang melalui hasil tagihan piutangnya serta jadwal produknya, sehingga perusahaan bisa mengatur jumlah biaya yang di butuhkan secara efisien.

Seperti dalam data penelitian ini, di mana data menunjukkan pada saat *Sales* PT. Unilever mengalami peningkatan, *ROA* PT Unilever semakin tinggi. Sebaliknya saat *Sales* menurun, *ROA* PT. Unilever mengalami

penurunan. Pada triwulan IV-2018 menunjukkan bahwa pada saat *Sales* perusahaan naik di angka Rp41,80 triliun, *ROA* perusahaan berada di angka 46,67 %. Dan pada triwulan IV-2015, *Sales* perusahaan turun di Rp36,48 triliun, *ROA* perusahaan turun di angka 37,20 %. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Sales* dalam penelitian ini mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap *ROA* PT. Unilever Indonesia.

3. Pengaruh DER (X3) Terhadap ROA (Y)

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah *Debt to Equity Ratio* berpengaruh negatif terhadap *ROA*. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *DER* memiliki koefisien sebesar -4,2749, maka dapat diartikan bahwa *DER* berpengaruh negatif terhadap *ROA*, dan hipotesis yang mengatakan bahwa *DER* berpengaruh negatif terhadap *ROA* (*H3*) di terima dan *H0* di tolak. Nilai *probability* sebesar 0,0002. Maka *DER* berpengaruh secara signifikan terhadap *ROA*, dan. Kesimpulannya Variabel *DER* dalam penelitian ini berpengaruh negatif signifikan terhadap *ROA*.

Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wartono (2018), dan Sofiani (2018) yang menyatakan bahwa *DER* berpengaruh tidak signifikan terhadap *ROA*. Wartono (2014) secara teori, semakin tinggi *DER* berarti mengindikasikan bahwa total hutang tinggi dimana banyaknya dana dari kreditor yang masuk sehingga dapat digunakan untuk menghasilkan atau meningkatkan laba perusahaan. Namun apabila struktur modal telah mencapai titik maksimum maka penambahan utang dalam struktur modal tidak akan meningkatkan kinerja perusahaan, Teori *trade off*.

Sebaliknya hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Mahardika dan Marbun (2016), Rahman, et al (2019), Dewi, dkk

(2015), dan Ulzanah dan Murtaqi yang menyatakan bahwa *DER* mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap *ROA*. Mahardika, dkk (2016) menyatakan bahwa penggunaan utang dalam struktur modal perusahaan sebaiknya mempertimbangkan antara manfaat yang akan diterima dan beban yang harus ditanggung oleh perusahaan, agar penggunaan utang dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Semakin besar hutang yang harus ditanggung perusahaan maka semakin besar pula biaya yang harus dikeluarkan untuk pendanaan. Baik membayar bunga, maupun untuk perantara keuangan. Maka semakin tinggi *DER* akan menyebabkan *ROA* semakin rendah.

Hal itu tercermin dari data penelitian ini. Di ketahui Pada triwulan II-2009, *DER* PT. Unilever berada di angka 1,72 sedangkan *ROA* PT Unilever mencapai 18,84. Dan di sisi lain pada triwulan II-2019 *DER* PT. Unilever mencapai angka tertinggi 3,30, dan *ROA* PT. Unilever pun turun di angka 16,92. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi nilai *DER* justru akan semakin rendah *ROA* perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *DER* pada penelitian ini berpengaruh Negatif signifikan terhadap *ROA*.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan tentang pengaruh Nilai Tukar, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Keuangan terhadap Profitabilitas PT. Unilever Indonesia Tbk tahun 2009 – 2019, maka diperoleh kesimpulan bahwa nilai tukar berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas. Artinya semakin tinggi nilai tukar di Indonesia maka profitabilitas PT. Unilever akan semakin rendah. Meningkatnya nilai tukar rupiah (depresiasi) akan membuat profitabilitas menurun akibat dari naiknya harga bahan baku yang digunakan perusahaan. Dan saat nilai tukar rupiah

turun (apresiasi) harga kebutuhan bahan baku juga menurun sehingga menurunkan biaya bahan baku yang mengakibatkan naiknya profitabilitas perusahaan. Selain itu perubahan nilai tukar juga berpengaruh dengan daya beli dan keinginan masyarakat. Apabila nilai tukar meningkat (depresiasi), masyarakat cenderung akan berhemat dan memilih untuk membeli produk pengganti yang lebih murah dari pada produk Unilever. Dan saat nilai tukar turun maka masyarakat cenderung memilih kualitas daripada harga barang.

Selain itu Ukuran perusahaan yang di proksikan dengan variabel *Sales* berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Artinya semakin tinggi *Sales* maka semakin tinggi pula profitabilitas PT. Unilever Indonesia Tbk. Hal ini di sebabkan karena semakin tingginya penjualan bersih yang di lakukan oleh PT. Unilever dapat mendorong semakin tingginya laba kotor yang mampu di peroleh, sehingga dapat mendorong semakin tingginya profitabilitas perusahaan. Selain itu dengan dengan mengetahui jumlah penjualan di masa kini maka perusahaan bisa meramalkan permintaan penjualan di masa datang melalui hasil tagihan piutangnya serta jadwal produknya, sehingga perusahaan bisa mengatur jumlah biaya yang di butuhkan secara efisien. PT. Unilever harus selalu menjaga volume penjualan setiap tahunnya, hal itu tercermin dari begitu banyaknya strategi marketing PT. Unilever seperti iklan di berbagai media, event – event besar serta bantuan sosial yang membantu pertumbuhan ekonomi masyarakat. Terbukti sampai hari ini brand – brand ternama PT. Unilever seperti Walls, Bango, Rinso, etc masih berdiri di puncak pasar indonesia.

Leverage keuangan yang di proksikan dengan *Debt to Equity Ratio* berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas. Artinya semakin tinggi

Debt to Equity Ratio maka akan semakin rendah profitabilitas PT. Unilever Indonesia. Hal ini di sebabkan karena meningkatnya jumlah Hutang PT. Unilever Indonesia tidak di barengi dengan meningkatnya jumlah ekuitasnya. Jumlah hutang PT. Unilever terlalu tinggi sehingga meningkatkan beban yang harus di bayar yaitu bunga pinjaman maupun membayar perantara keuangan. Beban hutang yang terlalu tinggi itulah yang menyebabkan keuntungan PT. Unilever harus di gunakan untuk membayar pinjaman sekaligus bunganya. Hal inilah yang menyebabkan profitabilitas PT. Unilever menurun.

Profitabilitas PT Unilever Indonesia Tbk di pengaruhi oleh Nilai tukar, *Sales*, dan *Debt to Equity Ratio* sebesar 88%. Yang artinya pertumbuhan Nilai tukar, *Sales*, dan *Debt to Equity Ratio* mempengaruhi naik turunnya profitabilitas PT. Unilever Indonesia sebesar 88%, dan sisanya di pengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan. 2008. “Marketing”. Media Utama : Yogyakarta
- Andayani, Lina, Fridayana Yudiatmaja dan Wayan Cipta. 2016. “Pengaruh Penjualan Dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Perdagangan, Jasa, dan Investasi Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014”. *E-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen*, Vol 4, 2016.
- Astuti, Puji, M Nur Firdaus Rahman. 2015. “Analisis Pengaruh Dana Pihak Ketiga, BI Rate dan Nilai tukar Rupiah Terhadap Profitabilitas (ROA) pada Bank Persero Di Indonesia Periode 2008 -2014”. *Jurnal Ekonomi*, Vol.17 No.3, Oktober 2015
- Ayub, Aishahton dan Mansur Masih. 2013. “Interest Rate, Exchange

- Rate, and Stock Prices of Islamic Banks: A Panel Data Analysis". *INCEIF*, Malaysia, 2013
- Dewi, Ni Kadek Venimas Citra, Wayan cipta, dan I Ketut Kirya. 2015. "Pengaruh LDR, LAR, DER, dan CR Terhadap ROA". *E-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen*. Vol. 3, Tahun 2015.
- Fachrudin, Khaira Amalia. 2011. "Analisis Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan Agency COST Terhadap Kinerja Perusahaan". *Jurnal Akutansi dan Keuangan*, Vol. 13, No.1.
- Gul, Sehrish, Faiza Irshad dan Khalid Zaman. 2011. "Factors Affecting Bank Profitability in Pakistan". *The Rumanian Economic Journal* XIV(39)
- Harahap, S.S. 2013." *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*". Jakarta, Raja Grafindo Persada.
- Hasundungan, Rimmi Tomson, dan Aty Herawati. 2017. " Pengaruh Manajemen Modal Kerja dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas Pada Perudahaan Manufaktur di Subsektor Keramik, Kaca, dan Porselin Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2016". *ISSN :1979-4800*.
- Idris, Aminudin. 2018. "*Ekonomi Publik*". Yogyakarta: Deepublish
- Imanudin, Zaki, Fifi Swandari, dan Redawati. 2014. "Pengaruh Struktur Modal Terhadap Kinerja Perusahaan". *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol 2, No 1, Februari 2014.
- John, Ankiyomi Oladele, dan Olagunju Adebayo. 2013. "Effect of Firm Size on Profitability: Evidence From Nigerian Manufacturing Sector". *Prime Journal of Business Administration and Management (BAM)*, ISSN : 2251-1261, Vol 3, September 2013.
- Kartikasari, Dwi, dan Marisa Merianti. 2016. "The Effect of Leverage and Firm Size to Profitability of Public Manufacturing Companies in Indonesia". *International Journal of Economic and Financial Issues* Vol 6, Issue 2, 2016
- Kariyoto. 2017. "*Analisa Laporan Keuangan*". Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Kuncoro, Mudrajad. 2001. "*Manajemen Keuangan Internasional : Pengantar Ekonomi dan Bisnis Global*". BPFE :Yogyakarta
- Mahardika, Putri Ayu, dan Dohar Marbun. 2016. "Pengaruh Current Ratio, Dan Debt to Equity Ratio Terhadap Return On Asset". *Widyakala*, Vol 3, Maret 2016.
- Martono, Cyrillius. 2002."Analisis pengaruh profitabilitas industry, rasio leverage keuangan tertimbang dan intensitas modal tertimbang serta pangsa pasar terhadap "ROA" dan "ROE" perusahaan manufaktur yang *go-public* di Indonesia". *Jurnal Akuntansi & Keuangan*. Vol.4, No.2, 126-140.
- Maulana, Faisal, Yeni Irawan, dan Muhammad Suib. 2019. "Pengaruh BOPO, CAR, SBIS, dan Nilai tukar Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah Di Indonesia. *ISSN : 2598-3954*, Vol. 3, NO. 1, Oktober 2019.
- Meriewaty, Dian dan Styani, AY.2005, "Analisis rasio keuangan terhadap perubahan kinerja pada perusahaan di industry food and beverages yang terdaftar di BEJ", *Symposium Nasional Akuntansi VIII*, Solo. KAKPM 16.
- Pohan, Aulia. 2008. "*Ekonomi Moneter*". Buku II. Edisi 1. Cetakan Kesepuluh. Yogyakarta: BPFE UGM.

- Prastowo, Roni Puguh, Rony Malavia dan Budi Wahono. 2017. "Analisis Pengaruh Inflasi, Suku Bunga, dan Nilai Tukar Terhadap Profitabilitas". *E-Journal Riset Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma*.
- Rahman, Attaur, Sadrul Islam Saker, dan Joyed Uddin. 2019. "The Impact Of Capital Structure On The Profitability Of Publicly Traded Manufacturing Firm In Bangladesh". *Applied Economics And Finance*, Vol 6, No 2, Maret 2019.
- Saputro, Seno Hadi. 2019. " Analisis Pengaruh Variabel Makroekonomi Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Pertambangan". *Ejournal*, Vol 6, No 1, April 2019.
- Sofiani, Rian, Dedi Hariyanto, dan Heni Safitri. 2018. "Pengaruh TATO, FATO, DAR, DER Terhadap ROA pada Indeks IDX30 Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Produktivitas Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Pontianak*. No 5. 2018.
- Sugiyono, Arief dan Edi Untung. 2008. "Pedoman Praktis Dasar Analisa Keuangan". Jakarta: Grassindo.
- Tulende, Stevanus, Parengkuan Tommy, dan Paulina Van Rate. 2014. "Pengaruh Nilai Tukar Rupiah Dan Fluktuasi Ihsg Terhadap Return On Asset Pada Industri Food And Beverage Yang Go Public Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Emba*, ISSN 2303-1174, Vol.2 No.4 Desember 2014, Hal. 246-257.
- Ulzanah. Asyifa Arief, dan Isrochmani Murtaqi. 2015. "The Impact Of Earning Per Share, Debt To Equity Ratio, dan Current Ratio Towards The Profitability Of Companies Listed In LQ\$% From 2009 To 2013". *Journal Of Business And Management*, Vol 4, No 1, 2015 : 18-27.
- Wartono, Tri. 2018. "Pengaruh Sales, Dan Der Terhadap Roa PT Astra Internasional Tbk". *Jurnal KREATIF, Pemasaran, Sumber Daya Manusia, dan Keuangan*, Vol 6, No 2, April 2018.
- Wulandari, Catur. 2018. "Pengaruh Modal Kerja Dan Volume Penjualan Terhadap Profitabilitas Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Pada BEI Tahun 2017". *ISSN 2622-2698*, Vol 2, No 1, Mei 2018.
- <https://www.unilever.co.id/> (di akses tanggal 10 Februari 2020)
- <https://www.bi.go.id/> (di akses tanggal 10 Februari 2020)
- <https://www.bps.go.id/> (di akses tanggal 10 Februari 2020)
- <https://www.idx.co.id/> (di akses tanggal 10 Februari 2020)
- <https://www.miraeasset.co.id/> (di akses tanggal 10 Februari 2020)