

Journal of Accounting and Management's Student (JAM'S)

www.jurnal.unikal.ac.id/index.php/jebi

PENGARUH MARKET POWER, DAYS SALES OUTSTANDING, COMPANY EFFICIENCY, DAN COMPANY'S GROWTH TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN SUB SEKTOR FARMASI DAN RISET KESEHATAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2017-2022

Ibnu Haris Kurniawan¹Akhmad Samsul Ulum²Dian Priatiningsih³

¹Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pekalongan
Kurniawanharis040@gmail.com¹

ARTICLE INFO

ABSTRACT (in English)

Article history:

Received:

Received in revised form:

Accepted:

Keywords: *Company Efficiency, Company's Growth, Days Sales Outstanding, Market Power*

Paper type

Research article

The purpose of this study was to determine of effect of market power, days sales outstanding, company efficiency, and company's growth on profitability. This study took a sample of pharmaceuntical and health companies sector on the Indonesian Stock Exchange (IDX). The reseach data were 30 companies and obtained by 8 companies. The data analys method used is SPSS (statistical program for social science) with a significance level of 0,05. The results of this study indicate that (1) market power have a positive effect on profitability, (2) days sales outstanding have a negative effect on profitability, (3) company efficiency no effect on profitability, (4) company's growth no effect on profitability.

PENDAHULUAN

Profitabilitas mempunyai peran penting dalam perusahaan sebagai cerminan masa depan apakah perusahaan mempunyai prospek yang baik dimasa mendatang. Bagi perusahaan masalah profitabilitas sangatlah penting (Lim & Rokhim, 2020). Profitabilitas suatu perusahaan akan mempengaruhi kebijakan para investor atas investasi yang dilakukan. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba akan dapat menarik para investor untuk menanamkan dananya guna memperluas usahanya sebaliknya tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan para investor menarik dananya, Sedangkan bagi perusahaan itu sendiri profitabilitas dapat digunakan sebagai evaluasi atas efektivitas pengelolaan badan usaha tersebut (Nainggolan & Abdullah, 2019). Jika prospek suatu perusahaan baik memicu permintaan saham oleh investor sebagai respon positif sehingga dapat menjadikan profitabilitas perusahaan tersebut semakin baik (Afni, Catur Nur, Meliza Ayuningrum, 2023)

Suatu perusahaan mempunyai tujuan untuk memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal, perusahaan juga menentukan besar perolehan laba yang ditentukan dengan target yang harus dicapai (Novika & Siswanti, 2022). Profitabilitas merupakan rasio untuk mengukur

kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, asset dan modal saham tertentu, di mana nilai profitabilitas yang tinggi melambangkan tingkat laba dan efisiensi perusahaan yang tinggi (Anindya, 2021) Semakin baik pertumbuhan profitabilitas berarti prospek perusahaan di masa depan dinilai semakin baik (Nofrita, 2013). Ketika suatu perusahaan dapat berkembang dan memperoleh laba yang positif, maka perusahaan akan mendapatkan penilaian positif juga dari investor (Anny Maulida, Mahirun, 2012).

Fenomena Indonesia dianggap sebagai negara berkembang terkemuka di industri farmasi. Tannoury, M. and Attieh, (2017) menyatakan bahwa penjualan pasar farmasi di negara-negara BRICS (Brasil, Rusia, India, Cina, dan Afrika Selatan) dan negara-negara MIST (Meksiko, Indonesia, Korea Selatan, dan Turki) meningkat dua kali lipat dalam lima tahun. Pergeseran menuju pasar baru ini disebabkan oleh populasi yang besar, kemakmuran yang tumbuh, dan harapan hidup yang meningkat. Saat ini, dari 206 perusahaan farmasi di Indonesia (Anggraeni, 2019), sepuluh di antaranya terdaftar secara publik dan aktif. Indonesia merupakan peluang pertumbuhan yang signifikan bagi perusahaan farmasi multinasional. Ini adalah pasar terbesar di kawasan Asia Tenggara secara absolut dan memiliki salah satu proyeksi pertumbuhan tercepat antara tahun 2017 dan 2027. Pertumbuhan perusahaan farmasi mengalami kenaikan keuntungan dan penurunan keuntungan pada saat pandemi (Kontan.co.id, 2020).

Market Power adalah suatu ukuran kinerja yang menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan untuk menaikkan harga di atas biaya marjinal (Church dan Ware, 2000). Jika dikaitkan dengan bentuk struktur pasar, perusahaan di pasar persaingan sempurna tidak memiliki *market power*, sedangkan perusahaan di pasar monopoli memiliki tingkat *market power* yang paling besar. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin kompetitif sebuah pasar berarti semakin rendah *market power* yang ada, dan sebaliknya semakin pasar tidak kompetitif maka *market power* yang ada di pasar tersebut akan menunjukkan tingkatan yang semakin tinggi (Jeffrey Church, 2000). Perusahaan memiliki kekuatan pasar jika mereka dapat mendominasi pasokan pasar atau mereka membedakan penawaran. Memungkinkan mereka untuk membebankan premi. Jadi, jika perusahaan memiliki kekuatan pasar, mereka dapat menetapkan harga di atas biaya marjinal. Semakin tinggi perbedaan antara harga jual dan biaya marjinal, semakin tinggi profitabilitas perusahaan tersebut (Microekonomi, 2022). Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Lim & Rokhim, 2020) menunjukan bahwa *market power* berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Days sales outstanding adalah rasio yang mengkaji tentang bagaimana suatu perusahaan melihat periode pengumpulan piutang yang akan terlihat dengan ini, sehingga dapat dilihat penjualan yang diperoleh perusahaan yang nantinya akan dapat mengembangkan berbagai kegiatan perusahaan meningkatkan jumlah aktiva dan modal serta dapat mengembangkan dan memperluas bidang usahanya (Munawir, 2004). Adapun semakin rendah nilai yang dihasilkan pada operating margin penjualan, maka akan semakin baik bagi perusahaan. Begitu pun sebaliknya, ketika nilai operating margin penjualan yang dihasilkan rendah, maka perusahaan beresiko mengalami permasalahan pada arus kas keuangannya (Majoo.id, 2022). Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Rey-ares & Fern, 2021) menunjukkan bahwa *days sales outstanding* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.

Company efficiency merupakan tindakan perusahaan dalam menggunakan sumber daya dengan yang tepat untuk menghindari pemborosan sumber daya yang ada. Perusahaan mengurangi biaya, memaksimalkan jumlah barang yang diproduksi dan memudahkan proses

pengelolaan perusahaan, sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai (Indah, Sari, & Suaryana, 2014). Efisiensi adalah perbandingan yang terbaik antara *input* (masukan) dan *output* (hasil antara keuntungan dengan sumber-sumber yang dipergunakan), seperti halnya juga hasil optimal yang dicapai dengan penggunaan sumber yang terbatas. Dengan kata lain hubungan antara apa yang telah diselesaikan (S. P. Hasibuan, 1984). Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Lim & Rokhim, 2020) menunjukkan bahwa *company efficiency* berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Company's Growth adalah perubahan (penurunan atau peningkatan) total penjualan yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Pertumbuhan penjualan dihitung sebagai presentase perubahan penjualan pada saat tertentu terhadap tahun sebelumnya. Pertumbuhan perusahaan dinyatakan sebagai pertumbuhan total penjualan dimana pertumbuhan penjualan masa lalu akan menggambarkan profitabilitas yang akan datang (Krisnando & Novitasari, 2021). Pertumbuhan suatu perusahaan secara terus menerus diharapkan dapat mempertahankan kelangsungan hidup dan memakmurkan pemilik saham pada perusahaan tersebut (Shofiyuddin M, 2015). Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Susilawati & Mulyana, 2018) menunjukkan bahwa *companys growth's* berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Dari uraian reseach gap dan fenomena di atas masih terdapat keterbatasan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, sehingga perlu untuk mengandakan penelitian lebih lanjut guna pengembangan. Mempunyai keterbatasan pada penelitian yang perlu dilanjutkan yaitu penambahan variabel *Days Sales Outstanding*. Alasan peneliti menambahkan variabel *days sales outstanding* yaitu untuk mengetahui rata-rata periode piutang. Oleh karena itu, Penelitian ini akan mengkaji Pengaruh *Market Power, Days Sales Outstanding, Company Efficiency, Companys Growth* terhadap Profitabilitas Farmasi dan Riset Kesehatan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2022.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Teori Stakeholder (Stakeholder Theory)

Teori *Stakeholder (Stakeholder Theory)* muncul sejak pertengahan tahun 1980-an. Teori *stakeholder* pertama kali dipublikasikan oleh R. Edward Freeman pada tahun 1984. Latar belakang dari teori *stakeholder* adalah untuk membangun suatu rencana kerja terhadap masalah yang dihadapi para manajer dalam sebuah perusahaan yaitu perubahan lingkungan perusahaan (Freeman, 2001). *Stakeholder theory* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan perusahaan, namun juga harus memberikan manfaat bagi *stakeholder* (pemegang saham, kreditor, konsumen, pemasok, analis, karyawan, pemerintah, dan pihak lain seperti masyarakat yang merupakan bagian dari lingkungan sosial) (Ghozali dan Chairi, 2007). Tujuan utama dari teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajemen perusahaan dalam meningkatkan penciptaan nilai sebagai dampak dari aktivitas-aktivitas yang dilakukan dan meminimalkan kerugian yang mungkin muncul bagi *stakeholder* (Devi, dkk 2017). *Stakeholder* memiliki kemampuan untuk memengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Oleh karena itu, kekuatan *stakeholder* ditentukan oleh besar kecilnya kekuatan yang dimiliki *stakeholder* atas sumber tersebut. (Ghozali dan Chairi, 2007).

Market Power

Market Power adalah suatu ukuran kinerja yang menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan untuk menaikkan harga di atas biaya marjinal (Church dan Ware, 2000). Perusahaan yang memiliki kekuatan pasar yang besar mampu mempertahankan

elastisitas permintaan konsumen terhadap produknya menjadi lebih kaku. Apabila elastisitas permintaan konsumen terhadap produk perusahaan relatif kaku, maka perusahaan akan mampu membuat konsumen semakin bergantung pada produk perusahaan (Guerrero-Mora & Sepulveda-Villareal, 2005)

$$\text{LernerIndex}L = \frac{(\text{Revenue} - \text{CostOfGoodSold})}{\text{Revenue}}$$

Days Sales Outstanding

Days sales outstanding adalah Perbandingan rata-rata perhari antara piutang usaha dengan penjualan. Rasio ini mengkaji tentang bagaimana suatu perusahaan melihat priode pengumpulan piutang yang akan terlihat dengan ini, sehingga dapat dilihat penjualan yang diperoleh perusahaan yang nantinya akan dapat mengembangkan berbagai kegiatan perusahaan meningkatkan jumlah aktiva dan modal serta dapat mengembangkan memperluas bidang usahanya (Munawir, 2004).

$$\text{DaySalesOutstanding} = \frac{\text{Rata - rata piutang}}{\text{Penjualan}} \times 360$$

Company Efficiency

Company efficiency merupakan tindakan perusahaan dalam menggunakan sumber daya dengan tepat guna. Tidak terjadi pemborosan sumber daya yang ada. Perusahaan akan menekan biaya, memaksimalkan jumlah barang yang diproduksi dan memudahkan proses pengolaan perusahaan agar dengan mudah mencapai tujuan perusahaan tersebut (Indah, Sari & Suaryana, 2014)

$$\text{TotalAssetTurnOver} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{TotalAsset}}$$

Company's Growth

Company's Growth adalah perubahan (penurunan atau peningkatan) total penjualan yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Pertumbuhan penjualan dihitung sebagai persentase perubahan aset pada saat tertentu terhadap tahun sebelumnya. Pertumbuhan perusahaan dinyatakan sebagai pertumbuhan total penjualan dimana pertumbuhan penjual masa lalu akan menggambarkan profitabilitas yang akan datang (Krisnando & Novitasari, 2021). Kemampuan perusahaan perusahaan dalam membuat produk yang sesuai terhadap permintaan pasar akan meningkatkan profitabilitas yang diperoleh perusahaan (Van Horne & Wachowicz, 2013)

$$\text{GrowthSales} = \frac{\text{Total Penjualan Tahun Ini} - \text{Total Penjualan Tahun Lalu}}{\text{Total Penjualan Tahun Lalu}}$$

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu (Krisnando & Novitasari, 2021) *Return on assets* (ROA) dan *return on equity* (ROE) merupakan pengukuran dalam tingkat profitabilitas yang berkaitan erat dengan investasi. Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan menunjukkan semakin besar kemampuan menghasilkan laba dan semakin tinggi nilai perusahaan dalam ROA (Wahyuni & K.H., 2018)

$$\text{ROA} = \frac{\text{EarningsAfterTax}}{\text{TotalAsset}} \times 100\%$$

Pengaruh Market power terhadap profitabilitas

Market Power adalah suatu ukuran kinerja yang menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan untuk menaikkan harga di atas biaya marjinal (Church dan Ware, 2000). *Market Power* yang tinggi akan membuat pergantian produk menjadi lebih jarang, sehingga akan membuat konsumen atau pelanggan tetap setia terhadap produk perusahaan sehingga profit akan meningkat (Lim & Rokhim, 2020). Berdasarkan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa teori *stakeholder* perusahaan mempunyai kewenangan untuk mengelola *market power* agar pembeli tidak beralih ke perusahaan asing sehingga akan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Hasil penelitian Lim & Rokhim, (2020) menunjukkan bahwa *Market Power* berpengaruh positif terhadap profitabilitas. *Market power* dapat menurunkan profitabilitas perusahaan. Hal ini dapat terjadi jika suatu perusahaan tidak efisien, maka profitabilitas perusahaan tersebut akan turun. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1 = *Market Power* berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Pengaruh Days sales outstanding terhadap profitabilitas

Days sales outstanding adalah Perbandingan rata-rata perhari antara piutang usaha dengan penjualan. Rasio ini mengkaji tentang bagaimana suatu perusahaan melihat periode pengumpulan piutang yang akan terlihat dengan ini, sehingga dapat dilihat penjualan yang diperoleh perusahaan yang nantinya akan dapat mengembangkan berbagai kegiatan perusahaan meningkatkan jumlah aktiva dan modal serta dapat mengembangkandan memperluas bidang usahanya Munawir, (2004).

Berdasarkan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa teori *stakeholder* perusahaan mempunyai kewenangan untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan dengan mempercepat *Days Sales Outstanding* (DSO). Namun perlu diperhatikan semakin lama periode piutang dapat meningkatkan resiko piutang tak tertagih, debitur yang mengalami kebangkrutan, debitur yang melarikan diri dari kewajiban (Rey-ares & Fern, 2021). Hal ini dapat menyebabkan perusahaan mengalami kerugian. Hasil penelitian Rey-ares & Fern, (2021) membuktikan bahwa *days sales outstanding* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. Jika jangka waktu piutang semakin lama maka semakin besar risiko piutang tak tertagih. Debitur yang mengalami kebangkrutan melarikan diri dari kewajiban. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H2 = *Days sales outstanding* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.

Pengaruh Company efficiency terhadap profitabilitas

Company efficiency merupakan tindakan perusahaan dalam menggunakan sumber daya dengan tepat guna sehingga tidak terjadi pemborosan sumber daya yang ada dan perusahaan akan menekan biaya, memaksimalkan jumlah barang yang diproduksi dan memudahkan proses pengolaan perusahaan agar dengan mudah mencapai tujuan perusahaan tersebut (Indah et al., 2014). Sesuai dengan prespektif teori *stakeholder* bahwa *stakeholder* perusahaan mempunyai kewenangan untuk mengukur intensitas perusahaan dalam menggunakan aktivitya atau menunjukkan keefektivitasan manajemen perusahaan dalam mengelola asetnya untuk mendapatkan laba dengan perbandingan penjualan dengan rata-rata aset tetap. Jika aset yang dimiliki perusahaan banyak maka jumlah penjualan akan meningkat. Hasil penelitian Nazilatul (2020) menunjukan bahwa efisiensi operasional berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Jika *company efficiency* semakin baik maka akan semakin baik pula

profitabilitas dalam perusahaan tersebut. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H3 = *Company Efficiency* berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Pengaruh *Company's Growth* terhadap profitabilitas

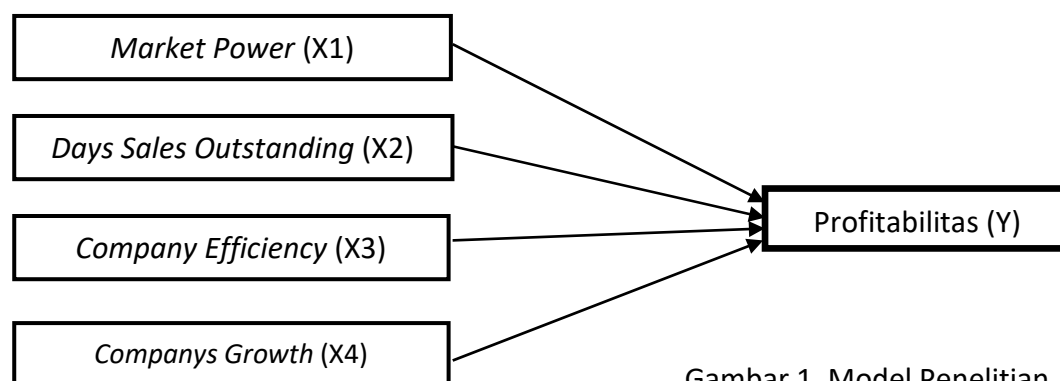
Company's Growth adalah perubahan (penurunan atau peningkatan) total aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Pertumbuhan aset dihitung sebagai persentase perubahan aset pada saat tertentu terhadap tahun sebelumnya. Pertumbuhan perusahaan dinyatakan sebagai pertumbuhan total aset dimana pertumbuhan aset masa lalu akan menggambarkan profitabilitas yang akan datang Krisnando & Novitasari, (2021). Sesuai dengan teori *stakeholder* bahwa *stakeholder* perusahaan berhak meningkatkan penjualan agar perusahaan mengalami pertumbuhan penjualan dan berkembang setiap tahunnya. Perusahaan dikatakan mengalami pertumbuhan jika perusahaan tersebut mampu menghasilkan arus kas yang tinggi dalam laporan keuangannya. Bagi investor pertumbuhan penjualan digunakan sebagai tanda bahwa perusahaan mempunyai aspek yang menguntungkan dan investor tertarik mengharapkan laba yang tinggi dari investasinya. Sehingga semakin tinggi pertumbuhan penjualan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja perusahaan yang baik sehingga akan meningkatkan profitabilitas perusahaan (Lim & Rokhim, 2020). Hasil penelitian Susilawati & Mulyana, (2018) membuktikan bahwa *Company's Growth* berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Jika pertumbuhan penjualan suatu perusahaan semakin tinggi maka menunjukan hasil yang baik sehingga dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H4 = *Company Growth* berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Populasi, Sampel, dan Metode

Objek penelitian ini adalah perusahaan farmasi dan riset kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2022 yang berjumlah 8 perusahaan pada setiap tahun sehingga dalam kurun waktu 6 tahun diperoleh sebanyak 48 sampel. Penelitian ini menggunakan teknik *statistical program for social science* (SPSS) SPSS versi 20.

Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Variabel penelitian ini adalah profitabilitas sebagai variabel dependen, sedangkan *market power*, *days sales outstanding*, *company efficiency*, *company's growth* sebagai variabel independen.

Uji Normalitas

Tabel 1 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		48
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,12393806
	Absolute	,156
Most Extreme Differences	Positive	,156
	Negative	-,083
Kolmogorov-Smirnov Z		1,083
Asymp. Sig. (2-tailed)		,191

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel2, menunjukkan bahwa seluruh variabel sudah berdistribusi secara normal yang ditunjukkan dari nilai *asymp.sig.* (2-tailed) dengan nilai sebesar 0,191 > 0,05. Dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini memiliki distribusi normal. Artinya, model regresi, variabel pengganggu atau variabel residual memiliki distribusi normal.

Uji Multikolonieritas

Tabel 2 Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	,507	,084		6,041	,000		
1 X1	,259	,052	,567	4,930	,000	,967	1,034
X2	-,002	,001	-,229	-1,984	,049	,958	1,044
X3	,018	,017	,118	1,028	,310	,966	1,035
X4	-,050	,086	-,067	-,585	,561	,975	1,026

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 3, menunjukkan bahwa nilai tolerance untuk variabel *market power* sebesar 0,967, variabel *days sales outstanding* sebesar 0,958, variabel *company effeciency* sebesar 0,966, dan variabel *company's growth* sebesar 0,975, keempat variabel tersebut memiliki nilai tolerance > 0,10. Nilai VIF untuk variabel *market power* sebesar 1,034, variabel *days sales outstanding* sebesar 1,044, variabel *company effeciency* sebesar 1,035, dan

variabel *company's growth* sebesar 1,026, keempat variabel tersebut memiliki nilai VIF < 10, jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya multikolinieritas.

Uji Autokorelasi

Tabel 3 Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,671 ^a	,450	,399	,12957	1,766

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 4, apabila durwin watson berada diantara du dan 4-du($du < dw < 4-du$), dapat disimpulkan bahwa terjadi masalah autokorelasi. Nilai durwin waston dengan jumlah data pengamatan 48 ($N=48$) dan jumlah variabel bebas 4 ($k=4$), nilai du adalah sebesar 1,720. Berdasarkan tabel diatas, nilai darwin wiston sebesar 1,766, nilai durwin wiston berada diantara du dan 4-du ($1,720 < 1,766 < 2,279$). Maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi masalah auto korelasi

Uji Heterokedastisitas

Tabel 4 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,420	,179		2,355	,023
1 X1	,085	,112	,114	,765	,449
X2	-,003	,002	-,218	-1,461	,151
X3	,013	,036	,052	,348	,729
X4	-,082	,183	-,066	-,448	,656

a. Dependent Variable: ABS_RES2

Berdasarkan tabel 5, menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel *market power* sebesar 0,449, variabel *days sales outstanding* sebesar 0,151, variabel *company efficiency* sebesar 0,729, dan variabel *company's growth* sebesar 0,656, Dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas karena nilai Sig. > 0,05.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 5 Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,507	,084		6,041	,000
1 X1	,259	,052	,567	4,930	,000
X2	-,002	,001	-,229	-1,984	,049
X3	,018	,017	,118	1,028	,310
X4	-,050	,086	-,067	-,585	,561

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil analisis SPSS versi 20 yang ditunjukkan pada Tabel 5 pembahasan hasil penelitian adalah sebagai berikut :

Pengaruh *market power* terhadap profitabilitas

Market power berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Hasil pengujian H1 pengaruh *market power* terhadap profitabilitas berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh nilai t sebesar 4,930 dan nilai sig sebesar 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *market power* berpengaruh positif terhadap profitabilitas pada tingkat signifikansi 5% sehingga H1 diterima. Hal ini dikarenakan semakin tinggi *market power* maka semakin tinggi profitabilitas perusahaan.

Adanya pengaruh positif dan signifikan dari *market power* terhadap profitabilitas sejalan dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun perusahaan juga wajib memberi *stakeholder* manfaat. Seorang *stakeholder* mempunyai peranan penting dalam keberhasilan dan kelangsungan hidup sebuah perusahaan. *Stakeholder* akan membantu finansial perusahaan dan juga meningkatkan kinerjanya diharapkan perusahaan tersebut dapat mendapatkan laba sehingga *stakeholder* mendapatkan manfaat. Suatu perusahaan akan berusaha untuk mampu meningkatkan keuntungan karena dengan semakin tinggi *market power* suatu perusahaan maka profitabilitas perusahaan tersebut akan ikut meningkat (Hermanto & Agnes Dewinta, 2023).

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian (Lim & Rokhim, 2020) yang menjelaskan bahwa variabel *market power* berpengaruh positif terhadap profitabilitas menggunakan proksi ROA. Sama hasilnya dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hermanto & Agnes Dewinta, 2023) yang menjelaskan bahwa variabel *market power* berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Namun, penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian (Matari, Mala, Rodoni, & Yaman, 2018) yang menyatakan bahwa *market power* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.

Pengaruh *days sales outstanding* terhadap profitabilitas

Days sales outstanding berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. Hasil pengujian H2 pengaruh *days sales outstanding* terhadap profitabilitas berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh nilai t sebesar -1,984 dan nilai sig sebesar 0,049. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *days sales outstanding* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas pada tingkat signifikansi 5% sehingga H2 diterima. Hal ini dikarenakan semakin rendah *days sales outstanding* maka semakin tinggi profitabilitas perusahaan.

Adanya pengaruh negatif dan signifikan dari *days sales outstanding* terhadap profitabilitas sejalan dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa *stakeholder* perusahaan mempunyai peranan penting dalam keberhasilan dan kelangsungan hidup sebuah perusahaan. *Stakeholder* akan berusaha meningkatkan kinerjanya memberikan dukungan finansial atau pengaruh yang dibutuhkan oleh perusahaan dengan harapan mendapatkan manfaat dari perusahaan tersebut. Suatu perusahaan akan berusaha memaksimalkan perputaran piutang dimana semakin cepat periode perputaran piutang maka menunjukkan bahwa perusahaan semakin cepat mendapatkan keuntungan dari penjualan kredit, sehingga profitabilitas perusahaan tersebut akan meningkat. Sebaliknya, semakin lama periode perputaran piutang maka akan menurunkan profitabilitas perusahaan (Muhammad Fauzan, 2015).

Penelitian didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Rey-ares & Fern, 2021) yang menjelaskan bahwa variabel *days sales outstanding* berpengaruh negatif terhadap

profitabilitas menggunakan proksi ROA. Namun, penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian (Muscettola, 2014) yang menjelaskan bahwa *days sales outstanding* berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Sama dengan penelitian (Farooq, Akhtar, Ullah, & Mem 2007) yang menjelaskan bahwa *days sales outstanding* berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Pengaruh *company efficiency* terhadap profitabilitas

Company efficiency tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Hasil pengujian H3 pengaruh *company efficiency* terhadap profitabilitas berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh nilai t sebesar 1,028 dan nilai sig sebesar 0,310. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *company efficiency* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas pada tingkat signifikansi 5% sehingga H3 ditolak. Hal ini dikarenakan rasio ini tidak selalu berkorelasi langsung dengan profitabilitas.

Tidak adanya pengaruh *company efficiency* terhadap profitabilitas sejalan dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa *stakeholder* perusahaan punya hak untuk mendapatkan keuntungan dari suatu perusahaan. *Stakeholder* akan membantu meningkatkan perusahaan dengan berupa finansial maupun kinerja menekan perusahaan agar dapat menghasilkan laba. *Stakeholder* dapat memberikan saran terkait strategi bisnis perusahaan agar lebih efisien dalam produksi, efisiensi produksi perusahaan dengan menekan biaya penyimpanan serta pembatasan produksi sesuai dengan permintaan pasar sehingga perusahaan dapat memaksimalkan penjualan. Semakin efisien suatu perusahaan dalam produksinya maka profitabilitas yang di dapat juga akan meningkat (Alchami, 2014).

Penelitian didukung oleh Lim & Rokhim (2020) yang menjelaskan bahwa *company efficiency* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Namun, penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian (Alchami, 2014) yang menjelaskan bahwa *company efficiency* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.

Pengaruh *company's growth* terhadap profitabilitas

Company's growth tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Hasil pengujian H4 pengaruh *company's growth* terhadap profitabilitas berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh nilai t sebesar -0,585 dan nilai sig sebesar 0,561. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *company's growth* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas pada tingkat signifikansi 5% sehingga H4 ditolak. Hal ini dikarenakan besar kecilnya pertumbuhan penjualan tidak ada pengaruhnya terhadap keuntungan perusahaan tersebut.

Tidak adanya pengaruh *company's growth* terhadap profitabilitas sejalan dengan teori *stakeholder* yang menyatakan *stakeholder* berhak menerima informasi yang berkaitan dengan perusahaan. Perusahaan akan menunjukkan kepada *stakeholder* adanya pertumbuhan penjualan apabila perusahaan tersebut berkembang dan mengalami pertumbuhan setiap tahunnya. Perusahaan dikatakan mengalami pertumbuhan jika perusahaan tersebut mampu menghasilkan arus kas yang tinggi dalam laporan keuangannya. Bagi investor pertumbuhan penjualan digunakan sebagai tanda bahwa perusahaan mempunyai aspek yang menguntungkan dan investor tertarik mengharapkan laba yang tinggi dari investasinya. Sehingga semakin tinggi pertumbuhan penjualan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik sehingga akan meningkatkan profitabilitas perusahaan (Brastibian, Imwi, Mujino, 2020).

Penelitian ini didukung oleh penelitian Lim & Rokhim (2020) yang menjelaskan bahwa *company's growth* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Namun, penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian (Rahmawati & Mahfudz, 2018) yang menyatakan bahwa *company's growth* berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan penelitian ini membuktikan bahwa *Market Power* berpengaruh positif terhadap Profitabilitas, *Days Sales Outstanding* berpengaruh negatif, *Company Efficiency* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas, *Company's Growth* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

Penelitian ini masih terbatas seperti variabel yang mempengaruhi Profitabilitas (ROA) hanya diwakili oleh variabel *Market Power* dan *Days Sales Outstanding*, Profitabilitas diukur dengan satu proksi yaitu *Return On Assets* (ROA), sampel penelitian yang terbatas yaitu 8 perusahaan sektor farmasi dan riset kesehatan dengan periode yang relatif pendek. Sehingga untuk penelitian selanjutnya menambah variabel lain yaitu variabel makro ekonomi seperti tingkat inflasi, suku bunga. Penelitian selanjutnya variabel Profitabilitas dapat diukur dengan proksi *Return on Equity* (ROE), *Earning Per Share* (EPS). Penelitian selanjutnya diharapkan menambah periode penelitian agar hasil yang diperoleh lebih akurat. Penelitian selanjutnya diharapkan memperluas sampel perusahaan agar lebih tergeneralisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afni Catur Nur, Meliza Ayuningrum, A. P. (2023). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 26, 17–26.
- Anggraeni, R. G. (n.d.). Menperin: industri farmasi nasional tumbuh 4,46% tahun lalu. *Katadata.Co.Id*. 27 Mar. 2019. Retrieved from <https://katadata.co.id/berita/2019/03/27/menperin-industri-farmasinasional-tumbuh-446-tahun-lalu>.
- Anindya, utami fajria. (2021). Apa Itu Profitabilitas? *Warta Ekonomi, Jakarta*. Retrieved from <https://wartaekonomi.co.id/read363421/apa-itu-profitabilitas>
- Anny Maulida, Mahirun, Y. (2012). Pengaruh Earning, Size Dan Rasio Utang Terhadap Kebijakan Dividen Pada Perusahaan Farmasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 05(3).
- Chairi, G. dan. (2007). *Teori Akuntansi*. Semarang.
- Devi, S. dkk. (2017). Pengaruh pengungkapan Enterprice Risk Management dan Pengungkapan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan . *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 14, 14 (1), 20–45. Retrieved from <https://scholarhub.ui.ac.id/jaki/vol14/iss1/2/>
- Freeman, R. E. & M. (2001). A Stakeholder Approach to Strategic Management Darden Graduate School of Business Administration University of Virginia Working Paper No . 01-02 A Stakeholder Approach to Strategic Management, (January), 01–02. <https://doi.org/10.2139/ssrn.263511>
- Hasibuan, S. P. (1984). *Manajemen dasar, pengertian dan masalah*. Penerbit Gunung Agung. Jakarta.
- Indah, L., Sari, N., & Suaryana, I. G. N. A. (2014). Pengaruh Kualitas Laporan Keuangan pada Efisiensi Investasi Perusahaan Pertambangan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 3(8), 524–537.
- Jeffrey Church, R. W. (2000). *Industrial Organization*. Singapore: Mc. Graw Hill Comp. Inc.
- Kontan.co.id. (2020). Kinerja emiten farmasi mengilap di semester pertama 2020. *Kontan.Co.Id*. Retrieved from <https://investasi.kontan.co.id/news/kinerja-emiten-farmasi-mengilap-di-semester-pertama-2020>
- Krisnando, K., & Novitasari, R. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, dan Firm Size terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Consumer Goods yang

- Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2020. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(02), 71–81. <https://doi.org/10.36406/jam.v18i02.436>
- Lim, H., & Rokhim, R. (2020). Factors affecting profitability of pharmaceutical company: an Indonesian evidence. *Journal of Economic Studies*, 48(5), 981–995. <https://doi.org/10.1108/JES-01-2020-0021>
- Majoo.id. (2022). Days Sales Outstanding adalah: Cara Menghitung Penjualan Produk. *Majoo.Id*. Retrieved from <https://majoo.id/solusi/detail/days-sales-outstanding-adalah>
- Microekonomi, C. (2022). Kekuatan Pasar: Faktor Penentu, Efek, Cara Mengukur. *Cerdasco Microekonomi*. Retrieved from <https://cerdasco.com/kekuatan-pasar-perusahaan/>
- Mukaromah, N., & Supriono, S. (2020). Pengaruh Kecukupan Modal, Risiko Kredit, Efisiensi Operasional, Dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015 – 2017. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 3(1), 67–78. <https://doi.org/10.32500/jematech.v3i1.1082>
- Munawir, S. (2004). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta.
- Nainggolan, E. P., & Abdullah, I. (2019). Pengaruh Dana Pihak Ketiga dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas Bank Milik Pemerintah tahun 2015 – 2018. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 19(2), 151–158. <https://doi.org/10.30596/jrab.v19i2.4601>
- Nofrita, R. (2013). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kbijakan Deviden Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Akuntansi*, 1(1), 1–23. Retrieved from <http://ejournal.unp.ac.id/students/>
- Novika, W., & Siswanti, T. (2022). Pengaruh Perputaran Kas, Perputaran Piutang Dan Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur – Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bei Periode Tahun 2017-2019). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 2(1), 43–56.
- Rey-ares, L., & Fern, S. (2021). Impact of working capital management on profitability for Spanish fish canning companies. *Marine Policy*, 130(2021). <https://doi.org/10.1016/j.marpol.2021.104583>
- Sepulveda-Villareal, G.-M. dan. (2005). No Title. *El Trimestre Economico*, 76(1), 237–263.
- Shofiyuddin, M. (2015). Analisis Pengaruh Leverage Operasi Pertumbuhan Aset Dan Profitabilitas terhadap Struktur Modal (Studi Kasus pada Perusahaan Food and Beverages). *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 16, 12–25.
- Susilawati, E., & Mulyana, A. (2018). Pengaruh Penjualan dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih pada PT Indocement Tunggul Prakarsa (Persero) Tbk Periode Tahun 2010-2017. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 74–87. <https://doi.org/10.35138/organum.v1i2.33>
- Tannoury, M. and Attieh, Z. (2017). The influence of emerging markets on the pharmaceutical industry. *Current Therapeutic Research*, 86. Retrieved from doi: 10.1016/j.curtheres.2017.04.005
- Van Horne, J. C. dan J. M., & Wachowicz, J. (2013). *PrinsipPrinsip Manajemen Keuangan* (13th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Wahyuni, A. N., & K.H., S. (2018). Analisis Likuiditas, Solvabilitas, Dan Aktivitas Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Manajemen*, 15(1), 1–17. <https://doi.org/10.25170/jm.v15i1.95>