

## BAB 2

### TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGUJIAN HIPOTESIS

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Laporan Keuangan

Perusahaan secara periodik selalu mengeluarkan laporan keuangan yang dibuat oleh bagian *accounting* dan diberikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan, misalnya pemerintah, kreditor, pemilik perusahaan dan pihak manajemen sendiri. Selanjutnya, pihak-pihak tersebut akan melakukan pengolahan data dengan melakukan perhitungan lebih lanjut untuk mengetahui apakah perusahaan telah mencapai standar kinerja yang dipersyaratkan atau belum (Susanto, 2008). Laporan keuangan terdiri dari neraca, laporan rugi-laba, laporan perubahan modal dan laporan arus kas.

Sesuai dengan pernyataan standar akuntansi keuangan No. 1 (revisi 2009) tentang penyajian laporan keuangan terdiri dari beberapa komponen, yaitu: (a) laporan posisi keuangan pada akhir periode; (b) laporan laba rugi komprehensif selama periode; (c) laporan perubahan ekuitas selama periode; (d) laporan arus kas selama periode; (e) catatan atas laporan keuangan. Laporan keuangan merupakan salah satu informasi yang sangat penting dalam menilai perkembangan perusahaan, dapat juga digunakan untuk menilai prestasi yang dicapai perusahaan pada saat lampau, sekarang dan rencana pada waktu yang akan datang (Maith, 2013).

Laporan keuangan umumnya disajikan untuk memberi informasi mengenai posisi-posisi keuangan, kinerja dan arus kas suatu perusahaan dalam periode tertentu. Informasi tersebut diharapkan dapat bermanfaat bagi sebagian besar kalangan pengguna laporan keuangan dalam rangka membuat keputusan-keputusan. Penilaian tingkat keuangan suatu perusahaan dapat dilakukan dengan menganalisis laporan keuangan perusahaan (Sulistyo, 2006). Untuk mengetahui apakah laporan keuangan perusahaan dalam kondisi yang baik dapat dilakukan berbagai analisa, salah satunya adalah analisis rasio. Analisis rasio keuangan membutuhkan laporan keuangan selama sedikitnya 2 (dua) tahun terakhir dari berjalannya perusahaan.

Menurut Sundjaja dan Barlian (2001:47) laporan keuangan adalah suatu laporan yang menggambarkan hasil dari proses akuntansi yang digunakan sebagai alat komunikasi bagi pihak – pihak yang berkepentingan dengan data keuangan atau aktivitas perusahaan. Maksud laporan keuangan yang menunjukkan kondisi perusahaan saat ini adalah merupakan kondisi terkini. Kondisi perusahaan terkini adalah keadaan keuangan perusahaan pada tanggal tertentu (untuk neraca) dan periode tertentu (untuk laporan laba rugi). Laporan keuangan dibuat per periode, misalnya tiga bulan, atau enam bulan untuk kepentingan internal perusahaan. Untuk laporan lebih luas dilakukan satu tahun sekali. Di samping itu, dengan adanya laporan keuangan, dapat diketahui posisi perusahaan terkini setelah menganalisis laporan keuangan tersebut dianalisis (Kasmir, 2015:7).

Laporan keuangan merupakan hasil akhir dari proses akuntansi yang memberikan gambaran tentang keadaan posisi keuangan, hasil usaha, serta

perubahan dalam posisi keuangan suatu perusahaan. Laporan keuangan juga merupakan kesimpulan dari pencatatan transaksi yang dilakukan oleh suatu perusahaan.

### **2.1.2 Corporate Social Responsibility**

Pengertian dari *Corporate Social Responsibility* telah dikemukakan oleh banyak pakar. Diantaranya adalah definisi yang dikemukakan oleh Darwin (2004) mendefinisikan CSR sebagai mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial kedalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum. Tanggung jawab sosial secara lebih sederhana dapat dikatakan sebagai timbal balik perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya karena perusahaan telah mengambil keuntungan atas masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Proses pengambilan keuntungan tersebut perusahaan seringkali menimbulkan kerusakan lingkungan dan dampak sosial lainnya. Berdasarkan definisi tersebut elemen-elemen CSR dapat dirangkum sebagai aktivitas perusahaan dalam mencapai keseimbangan atau integrasi antara aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial tanpa mengesampingkan ekspektasi para pemegang saham (menghasilkan profit).

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan

tersebut. Menurut Ghazali dan Chariri (2007:409), Teori *Stakeholder* merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholder*-nya (pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain). Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholdernya*. Perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholdernya* dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan *stakeholdernya*, terutama *stakeholder* yang mempunyai *power* terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misal tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain (Septiana, 2012).

Keadaan sosial dan lingkungan tidak dapat diisolasi dengan kepentingan suatu entitas begitu saja. Entitas dituntut untuk dapat mewisuda kepentingan sekitarnya hingga pada akhirnya kepentingan entitas sendiri dapat tercapai dengan maksimal. Oleh sebab itu, pemetaan kepentingan *stakeholders* merupakan suatu agenda penting bagi perusahaan. Sehingga dapat terbentuk jalan komunikasi yang baik sebagai salah satu alat penguat hubungan kedua belah pihak. Rumus pengukuran CSR menurut Haniffa (2005) , yaitu:

$$C_{i,j} = \frac{\sum X_{ij}}{n_i}$$

CSRD<sub>ij</sub> : Indeks luas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan j.

$\sum X_{ij}$  : nilai 1 = jika item y diungkapkan; 0 = jika item y tidak diungkapkan

N : Jumlah item untuk perusahaan j,  $n_i \leq 78$

Berdasarkan definisi CSR dapat disimpulkan bahwa, tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR merupakan komitmen perusahaan untuk menciptakan kesejahteraan di wilayah kerja perusahaan tersebut dengan tetap mengedepankan kepentingan ekonomi, sosial dan lingkungan dengan motif dapat meningkatkan laba perusahaan. Aktivitas CSR pada perusahaan manufaktur disamping harus memperhatikan aktifitas produksi produk, perusahaan manufaktur juga harus memperhatikan dampak yang timbul dari proses produksi tersebut. Penanggulangan dampak ini biasanya ditunjukkan dengan tanggung jawab yang dilakukan pada lingkungan sosial perusahaan melalui serangkaian aktifitas program CSR yang dilakukan, dengan mengeluarkan sejumlah biaya untuk aktifitas tersebut.

### 2.1.3 Firm Size

*Firm size* merupakan ukuran dasar yang mencerminkan besar kecilnya tingkat penjualan dan *internal control* perusahaan. Pada perusahaan yang berukuran besar, tingkat kestabilannya cenderung lebih tinggi dan melibatkan banyak pihak. Pengambilan keputusan oleh perusahaan yang besar akan berpengaruh terhadap persepsi publik dibandingkan dengan pengambilan keputusan oleh perusahaan kecil. Oleh sebab itu perusahaan akan menyampaikan

laporan keuangannya dengan lebih hati-hati dan akurat (Purwanti dan Rahardjo, 2012).

Ukuran perusahaan dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Jika perusahaan memiliki total aset yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan aset yang ada di perusahaan tersebut. Kebebasan yang dimiliki manajemen ini sebanding dengan kekhawatiran yang dirasakan oleh pemilik atas asetnya. Jumlah aset yang besar akan menurunkan nilai perusahaan jika dilihat dari sisi pemilik perusahaan. Akan tetapi jika dilihat dari sisi manajemen, kemudahan yang dimilikinya dalam mengendalikan perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan yang besar memudahkan perusahaan dalam masalah pendanaan. Perusahaan umumnya memiliki fleksibilitas dan aksesibilitas yang tinggi dalam masalah pendanaan melalui pasar modal. Kemudahan ini bisa ditangkap sebagai informasi yang baik. Ukuran yang besar dan tumbuh bisa merefleksikan tingkat profit mendatang (Arifin & Dectriana, 2016).

Perusahaan yang memiliki total aktiva besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibanding perusahaan dengan total aset yang kecil (Basuki, 2006). Ukuran untuk menentukan ukuran perusahaan (*firm size*) adalah dengan log total aktiva,

sehingga ukuran perusahaan menurut Azhari dan Nuryanto (2019) dapat dihitung dengan :

$$\text{Size} = \text{Ln of total aktiva}$$

Perusahaan besar memiliki risiko yang lebih rendah daripada perusahaan kecil. Hal ini dikarenakan perusahaan besar memiliki kontrol yang lebih baik terhadap kondisi pasar, sehingga mereka mampu menghadapi persaingan ekonomi. Selain itu perusahaan-perusahaan besar mempunyai lebih banyak sumberdaya untuk meningkatkan nilai perusahaan karena memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber-sumber informasi eksternal dibandingkan dengan perusahaan kecil.

Selain itu ukuran perusahaan turut menentukan tingkat kepercayaan investor. Semakin besar perusahaan, maka semakin dikenal oleh masyarakat yang artinya semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang akan meningkatkan laba perusahaan. Bahkan perusahaan besar yang memiliki total aktiva dengan nilai aktiva yang cukup besar dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Dalam hal ukuran perusahaan dilihat dari *total assets* yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan (Robert, 2011).

Dapat disimpulkan bahwa, ukuran perusahaan merupakan cerminan total asset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, berarti aset yang dimiliki perusahaan pun semakin besar dan dana yang dibutuhkan perusahaan untuk mempertahankan kegiatan operasionalnya pun semakin banyak.

Semakin besar ukuran perusahaan akan mempengaruhi keputusan manajemen dalam memutuskan pendanaan apa yang akan digunakan oleh perusahaan agar keputusan pendanaan dapat mengoptimalkan laba perusahaan.

#### **2.1.4 Profitabilitas**

Tujuan akhir yang ingin di capai suatu perusahaan adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal, disamping hal – hal lainnya. Dengan memperoleh laba yang maksimal seperti yang telah di targetkan, perusahaan dapat berbuat banyak bagi kesejahteraan pemilik, karyawan, serta meningkatkan mutu produk dan melakukan investasi baru (Kasmir, 2008).

Profitabilitas perusahaan merupakan usaha perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dalam kurun waktu tertentu. Profitabilitas perusahaan adalah salah satu landasan penilaian yang mencerminkan keadaan/kondisi perusahaan. Dalam menilai kondisi tersebut dibutuhkan alatalat analisis serta dasar teori yang kuat. Alat-alat analisis yang dimaksud yaitu rasio-rasio keuangan (rasio profitabilitas). (17) Rasio profitabilitas merupakan suatu model analisis yang berupa perbandingan data keuangan sehingga informasi keuangan tersebut menjadi lebih berarti. Hasil pengukuran tersebut dapat dijadikan alat evaluasi kinerja manajemen perusahaan. Untuk perusahaan yang belum mencapai target finansial seperti yang telah ditentukan artinya mereka perlu memperbaiki lagi keefektifan dalam produktivitas kerja mereka. Profitabilitas adalah hasil akhir bersih dari berbagai kebijakan dan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan (1), dimana rasio ini digunakan sebagai alat pengukur atas kemampuan perusahaan untuk

memperoleh keuntungan. Dengan demikian pengukuran profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan tingkat efektifitas manajemen secara menyeluruh dan secara tidak langsung para investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis ini. Selain itu keuntungan (profitabilitas) sangat penting bagi perusahaan bukan saja untuk terus mempertahankan pertumbuhan bisnisnya namun juga memperkuat kondisi keuangan perusahaan (Putri, 2014).

Profitabilitas adalah alat ukur perusahaan yang utama. Uji profitabilitas memfokuskan pada pengukuran kecukupan laba dengan membandingkan laba dengan item lain yang dilaporkan dalam laba rugi. Pada pengertian diatas profitabilitas akan menunjukkan apakah perusahaan efisiensi atau tidak efisiensi. Pada pengertian tersebut peneliti menyimpulkan bahwa profitabilitas bermanfaat untuk mengukur keuntungan perusahaan yang diperoleh (Setiadewi, 2015).

Profitabilitas adalah hasil akhir bersih dari berbagai kebijakan dan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan (Brigham & Houston, 2006), dimana rasio ini digunakan sebagai alat pengukur atas kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Dengan demikian pengukuran profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan tingkat efektifitas manajemen secara menyeluruh dan secara tidak langsung para investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis ini. Selain itu keuntungan (profitabilitas) sangat penting bagi perusahaan bukan saja untuk terus mempertahankan pertumbuhan bisnisnya namun juga memperkuat kondisi keuangan perusahaan.

Rasio profitabilitas adalah sekelompok rasio yang menunjukkan gabungan pengaruh dari likuiditas, manajemen aktiva, dan utang pada hasil operasi (Brigham & Houston, 2006). Rasio yang biasa digunakan untuk mengukur dan membandingkan kinerja profitabilitas adalah *gross profit margin*, *operating profit margin*, *net profit margin*, *Return on Equity* dan *Return on Assets* (Ahmar dan Kurniawan, 2007). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan ROA sebagai alat ukur profitabilitas.

*Return on assets* (ROA) menunjukkan kemampuan manajemen perusahaan dalam menghasilkan *income* dari pengelolaan aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba. Rasio ini menunjukkan seberapa besar efektivitas perusahaan dalam menggunakan asetnya. Semakin tinggi rasio ini, maka semakin efektif penggunaan aktiva tersebut. Menurut Brigham dan Houston (2006), Perhitungan rumus ROA dapat dihitung dengan membandingkan antara laba bersih bagi pemegang saham dengan total aktiva. Sehingga ROA dapat dicari dengan rumus:

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Semakin besar nilai ROA, menunjukkan kinerja perusahaan yang semakin baik pula, karena tingkat pengembalian investasi semakin besar. Nilai ini mencerminkan pengembalian perusahaan dari seluruh aktiva (atau pendanaan) yang diberikan pada perusahaan. Rasio ini merupakan rasio yang terpenting untuk mengetahui profitabilitas suatu perusahaan. ROA merupakan ukuran efektifitas

perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya (Sartono, 2010).

Seperti rasio lain yang sudah dibahas sebelumnya, rasio profitabilitas juga memiliki tujuan dan manfaat untuk perusahaan baik dalam perusahaan maupun diluar perusahaan yang berkepentingan dengan perusahaan yaitu:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.

Sementara itu, manfaat yang diperoleh adalah untuk :

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.

Berdasarkan definisi profitabilitas dapat disimpulkan bahwa, Profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau kemampuan suatu perusahaan untuk mencapai laba.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berkaitan dengan CSR, *firm size* dan DPS yang dihubungkan dengan laba perusahaan telah banyak dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya antara lain :

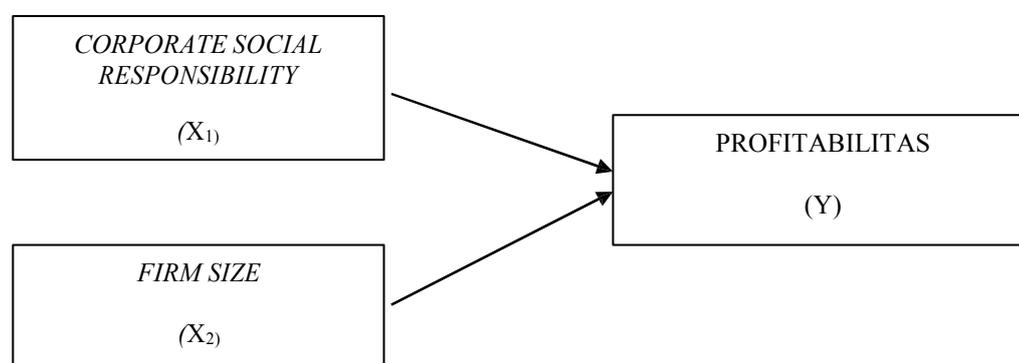
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Kesimpulan
1	Nistantya (2010)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap <i>Profitabilitas</i>	Dependen : <i>Profitabilitas</i> Independent : <i>Corporate Social Responsibility</i>	Secara parsial <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh secara signifikan terhadap <i>Profitabilitas</i>
2	Setiadewi (2015)	Pengaruh Ukuran Perusahaan dan <i>Lverage</i> Terhadap <i>Profitabilitas</i> dan Nilai Perusahaan	Dependen : <i>Profitabilitas</i> dan Nilai Perusahaan Independent : Ukuran Perusahaan dan <i>Lverage</i>	Secara parsial Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap <i>profitabilitas</i> sedangkan <i>Lverage</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap <i>profitabilitas</i> perusahaan
3	Pratama (2017)	Pengaruh Ukuran Perusahaan dan <i>Lverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan dengan <i>Profitabilitas</i> Sebagai variabel mediasi	Dependen : Nilai Perusahaan dengan <i>Profitabilitas</i> sebagai Variabel Mediasi	Secara parsial Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan <i>profitabilitas</i> sebagai variable mediasi, sedangkan secara parsial <i>Lverage</i> juga berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan dengan <i>profitabilitas</i> sebagai variabel mediasi
4	Putri (2004)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap <i>Profitabilitas</i> Perusahaan (Studi pada Indeks SRI-Kehati yang Listing di BEI Periode 2010-2012)	Dependen : <i>Profitabilitas</i> Independent : <i>Corporate Responsibility</i>	Secara parsial <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh secara signifikan terhadap <i>Profitabilitas</i>

5	Lindarwati (2008)	Pengaruh <i>Corporate Responsibility</i> Terhadap Profitabilitas Perusahaan	Dependen : Profitabilitas Independen : <i>Corporate Responsibility</i>	Secara parsial <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas
---	-------------------	---	---	---

### 2.3 Kerangka Penelitian

Profitabilitas adalah alat ukur perusahaan yang utama. Profitabilitas memfokuskan pada pengukuran kecukupan laba dengan membandingkan laba dengan item lain yang dilaporkan dalam laba rugi (Setiadewi, 2015). CSR merupakan komitmen perusahaan untuk menciptakan kesejahteraan di wilayah kerja perusahaan tersebut dengan tetap mengedepankan kepentingan ekonomi, sosial dan lingkungan dengan motif dapat meningkatkan laba perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar dan tumbuh bisa merefleksikan tingkat profit mendatang (Suharli, 2006). Sehingga penelitian dapat dirumuskan menjadi kerangka pemikiran atau konseptual sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

## 2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan harus didasarkan pada teori yang relevan. Belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empiris (Sugiyono, 2015).

### 2.4.1 Pengaruh CSR terhadap profitabilitas

Hubungan antara CSR perusahaan dengan profitabilitas telah menimbulkan pertanyaan bagi banyak pihak, sehingga timbul pokok pikiran yang menghasilkan prediksi yang berbeda-beda. Nistantya (2010) menyebutkan beberapa pokok pikiran mengenai hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan dengan profitabilitas, antara lain: (a) Pokok pikiran yang menggambarkan kebijakan konvensional, berpendapat bahwa terdapat biaya tambahan yang signifikan dan akan menghilangkan peluang perolehan laba untuk melaksanakan tanggung jawab sosial, sehingga akan menurunkan profitabilitas, (b) Biaya tambahan khusus untuk melaksanakan tanggung jawab sosial akan menghasilkan dampak netral terhadap profitabilitas. Hal ini disebabkan tambahan biaya yang dikeluarkan akan tertutupi oleh keuntungan efisiensi yang ditimbulkan oleh pengeluaran biaya tersebut, (c) Pokok pikiran yang memprediksi bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berdampak positif terhadap profitabilitas.

Menurut Lindarwati (2008), CSR adalah tentang bagaimana perusahaan *me-manage* proses-proses bisnisnya untuk menghasilkan dampak positif secara keseluruhan pada masyarakat. Dari pendapat tersebut maka dapat diartikan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan tak hanya pada lingkungan eksternal perusahaan yang meliputi masyarakat sekitar dan lingkungan, namun juga lingkungan internal perusahaan.

Susanto (2003) menjelaskan bahwa perusahaan harus mempunyai profit untuk melaksanakan program CSR nya, tanpa ada profit, niscaya seluruh program CSR akan terganggu, bahkan bisa tidak terlaksana. Dari apa yang diungkapkan tersebut dapat disimpulkan bahwa ada keterkaitan erat antara program CSR perusahaan dengan profitabilitas perusahaan.

Adapun keterkaitan antara CSR dan besar berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Dari beberapa hasil penelitian terdahulu dan beberapa artikel jurnal yang telah dipelajari peneliti mengajukan hipotesis.

H<sub>1</sub> : Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh terhadap laba perusahaan.

#### **2.4.2 Pengaruh *Firm size* terhadap profitabilitas**

Ukuran perusahaan (*firm size*) menggambarkan besar kecilnya perusahaan. Besar kecilnya usaha tersebut ditinjau dari lapangan usaha yang dijalankan. Penentuan skala besar kecilnya perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total penjualan, total asset, rata-rata tingkat penjualan (Pratama, 2017) Perusahaan yang mampu meningkatkan laba perusahaannya, maka akan mempunyai peluang untuk

melakukan ekspansi. Ekspansi merupakan suatu tindakan aktif untuk memperluas dan memperbesar perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran yang lebih besar mempunyai pengaruh terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan dan nilai perusahaan (Sugiyono, 2015). Sependapat dengan pernyataan tersebut, Pratama (2017) mampu membuktikan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh terhadap profitabilitas.

Adapun keterkaitan antara ukuran perusahaan yang baik dan besar berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Dari beberapa hasil penelitian terdahulu dan beberapa artikel jurnal yang telah dipelajari peneliti mengajukan hipotesis.

H<sub>2</sub> : *Firm Size* berpengaruh terhadap laba perusahaan

