

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keagenan (*Agency Teory*)

Teori keagenan berkaitan dengan hubungan kontraktual yang terjadi antar anggota dalam suatu entitas atau organisasi. Model yang banyak digunakan berfokus pada dua individu – prinsipal (atasan) dengan agen (bawahan), dilihat dari perspektif perilaku dan struktur (Jensen dan meekling,1976). Teori keagenan menyatakan bahwa agen akan berperilaku *self-intereset* (mementingkan diri sendiri) yang mungkin nantinya akan bertentangan dengan kepentingan prinsipal. Hal ini dapat mempengaruhi pertumbuhan laba, jika konflik kepentingan dapat di minimalkan melalui intensif yang tepat, manajemen akan lebih termotivasi untuk meningkatkan laba perusahaan. Oleh sebab itu prinsipal akan membuat struktur mekanisme mengawasi agen agar menahan perilaku oportunis dan mengikuti kehendak prinsipal (fama dan Jensen,1983).

Ghozali, (2020:87) akan timbul masalah keagenan jika kepentingan prinsipal dan agen tidak searah, ketidaksesuaian ini seringkali terjadi karena agen memiliki informasi yang lebih banyak tentang tindakan atau keputusan yang diambil, sedangkan prinsipal tidak memiliki akses yang cukup untuk mengawasi perilaku agen secara keseluruhan. Dalam situasi seperti ini, manajer atau pemegang saham sebagian besar mungkin bertindak untuk kepentingan mereka secara pribadi, sedangkan beberapa pemimpin bertindak lebih mengutamakan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Ketidakseimbangan ini dikenal sebagai istilah asimetris

informasi, dapat menyebabkan agen mengambil keputusan yang menguntungkan dirinya sendiri tetapi merugikan prinsipal. Dengan artian lain masalah keagenan ini terjadi ketika dua belah pihak yang bekerja sama tetapi merebutkan dua kepentingan yang berbeda, sehingga dapat memicu ketidakefisienan dalam hubungan kerja mereka.

Masalah ini sering kali dijumpai dalam berbagai situasi, seperti hubungan antara pemegang saham dan manajemen perusahaan, atau hubungan antara pemberi kerja dan karyawan, dimana komunikasi yang tidak efektif dan kurangnya pengawasan dapat memperburuk keadaan. Namun pada teori keagenan menyatakan bahwa ada dua opsi bagi prinsipal untuk mengurangi masalah keagenan. Pertama menciptakan struktur tata kelola (*governance*) yang mampu meningkatkan transparansi dan pengawasan terhadap tindakan agen. Seperti audit internal, komite berkala atau pembentukan komite pengawasan sehingga prinsipal dapat mengurangi asimetris informasi dan memastikan bahwa perilaku agen sejalan dengan tujuan. Kedua menciptakan struktur tata kelola (*governance*) berbasis kontrak yang didasarkan pada hasil (*outcome*) perilaku agen, dimana pendekatan ini berfokus pada reward atau pemberian penghargaan berdasarkan hasil kerja agen sehingga dapat memotivasi agen untuk bertindak sesuai dengan kepentingan prinsipal (Eisenhardt, 1989). Maka dari itu dapat disimpulkan pentingnya mekanisme yang memastikan transparansi, komunikasi yang baik, dan insentif yang mendorong agen agar selalu bertindak sesuai dengan kepentingan prinsipal.

Teori keagenan berfokus pada biaya dan pemeliharaan hubungan antara berbagai pihak, dimana hubungan ini ditentukan berdasarkan indikator akuntansi

yang meliputi kontrak, pinjaman, biaya manajemen dan ukuran perusahaan. Indikator tersebut memengaruhi bagaimana manajer mengelola sumber daya perusahaan untuk memenuhi kepentingan pemilik, yaitu pertumbuhan laba yang berkelanjutan. Dalam konteks pertumbuhan laba, Teori Keagenan menyoroti pentingnya mekanisme pengendalian untuk memastikan bahwa manajer memprioritaskan efisiensi dan profitabilitas, seperti melalui pengelolaan aset yang efektif, peningkatan margin laba, dan pengendalian biaya operasional. Pengelolaan yang optimal terhadap *Company Size*, *Inventory Turnover*, *Net Profit Margin*, dan *Current Ratio* memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan profitabilitas dan mendukung pertumbuhan laba, sambil meminimalkan konflik keagenan antara pemilik dan manajer.

Company Size merupakan karakteristik suatu perusahaan dalam hubungannya dengan struktur perusahaan, sering kali dikaitkan dengan kapasitas perusahaan untuk menghasilkan laba (Hendarwati & Syarifudin, 2021). Dalam perusahaan yang lebih besar, potensi konflik keagenan cenderung lebih tinggi karena adanya kompleksitas pengelolaan aset dan informasi yang tidak simetris antara pemilik dan manajer. Manajer di perusahaan besar mungkin memiliki insentif untuk memprioritaskan kepentingan pribadi mereka, seperti meningkatkan ukuran perusahaan tanpa fokus pada efisiensi laba. Namun, jika tata kelola yang baik diterapkan, skala perusahaan yang besar seharusnya memberikan keunggulan kompetitif melalui efisiensi operasional dan kemampuan menghasilkan pertumbuhan laba yang lebih tinggi.

Inventory Turnover (ITO), yang mencerminkan efisiensi pengelolaan persediaan, juga berperan dalam mengurangi potensi konflik keagenan. Manajer yang efisien dalam mengelola persediaan dapat mengurangi biaya penyimpanan dan risiko stok usang, sehingga meningkatkan profitabilitas. Namun, jika manajer tidak termotivasi untuk mengoptimalkan perputaran persediaan, hal ini dapat menyebabkan pemborosan atau *overstocking*, yang pada akhirnya menghambat pertumbuhan laba.

Net Profit Margin (NPM) menjadi indikator penting untuk menilai efektivitas manajemen dalam menghasilkan laba bersih dari setiap unit pendapatan. Teori keagenan menunjukkan bahwa manajer yang bertindak sesuai kepentingan pemilik akan berfokus pada peningkatan margin laba bersih untuk mencerminkan kinerja yang sehat, dengan kata lain Manajer harus menjalankan perusahaannya sedemikian rupa sehingga menghasilkan keuntungan sebanyak mungkin bagi pemiliknya. Hal ini menunjukkan bahwa manajer memaksimalkan pendapatan untuk kepentingan pemegang saham (Pristha & Indrati, 2024). Sebaliknya, jika konflik keagenan tinggi, manajer mungkin mengabaikan efisiensi operasional demi kepentingan jangka pendek, yang dapat menurunkan pertumbuhan laba.

Current Ratio (CR) mengukur likuiditas perusahaan dan kemampuan untuk memenuhi utang jangka pendek yang dimiliki. Tingkat likuiditas yang baik menunjukkan manajer mampu mengelola aset lancar dengan efisien, yang mengurangi risiko keuangan dan mendukung pertumbuhan laba. Namun, jika rasio lancar terlalu tinggi, hal ini dapat mencerminkan manajemen aset yang tidak optimal, seperti penumpukan kas atau persediaan yang tidak produktif, yang

mungkin disebabkan oleh keputusan manajer yang tidak selaras dengan kepentingan pemilik sehingga menyebabkan asimetris informasi (Pristha & Indrati, 2024).

Pernyataan tersebut sejalan dengan prinsip dasar teori keagenan, hubungan antara variabel–variabel tersebut dalam perspektif teori Keagenan mencerminkan bagaimana keputusan manajerial memengaruhi kinerja keuangan perusahaan, dan pentingnya mekanisme tata kelola yang kuat untuk memastikan keselarasan antara tujuan pemilik dan tindakan manajer.

2.1.2 Pengertian Laba

Berdasarkan pendapat Lasmi Wardiyah (2017:265), secara finansial, laba dapat diartikan sebagai representasi nilai surplus yang dapat dialokasikan kepada pemegang saham sebagai imbal hasil investasi, dengan syarat bahwa kondisi finansial perusahaan pada akhir periode akuntansi tetap setidaknya sama baiknya dengan posisi awal. Keuntungan bersih ini tidak hanya berasal dari aktivitas operasional inti seperti transaksi penjualan atau selisih antara pendapatan dan beban (*revenue vs. expenses*), tetapi juga dari penerimaan non–operasional seperti hibah, pertukaran aset non–strategis, atau revaluasi aktiva yang tidak terkait langsung dengan aktivitas investasi pemilik. Dalam perspektif J. Wild, laba dihitung sebagai selisih antara total pendapatan dan keuntungan bruto dikurangi seluruh beban operasional serta kerugian *non-eksplisit* (*implicit losses*) yang terjadi selama periode tertentu. Dengan demikian, konsep laba mencakup keseluruhan aliran kas bersih yang dihasilkan dari rangkaian proses bisnis mulai dari produksi, distribusi, hingga pemasaran setelah di kompensasi dengan biaya eksploitasi sumber daya

perusahaan. Lebih lanjut, peningkatan volume penjualan secara signifikan berkontribusi pada pertumbuhan pendapatan bruto, yang pada akhirnya menjadi faktor katalisator utama dalam peningkatan laba bersih.

Kasmir (2016:302) menyampaikan bahwa optimalisasi laba merupakan tujuan utama yang menjadi dasar bagi seluruh aktivitas operasional perusahaan. Dalam hal ini, manajemen secara sistematis menetapkan target laba yang harus dicapai pada setiap periode akuntansi. Penetapan target tersebut bertujuan untuk memotivasi manajemen agar bekerja secara maksimal, karena mereka diwajibkan mencapai angka laba tertentu setiap periode dalam perusahaan.

Laba merupakan kelebihan total pendapatan terhadap total pengeluaran, hasil finansial yang mencerminkan kelebihan pendapatan atas biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi dan distribusi barang atau jasa. Laba tidak hanya menjadi indikator kesuksesan finansial tetapi juga alat utama untuk pengembangan ekonomi dan sosial perusahaan (Sirenko, 2021). Laba perusahaan menjadi komponen utama kepercayaan masyarakat terhadap suatu kondisi perusahaan yang telah dicapai setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa periode. Dalam literatur ekonomi, laba juga dilihat sebagai motivasi utama dalam aktivitas bisnis, karena memberikan insentif bagi inovasi, efisiensi, dan keberlanjutan ekonomi. Sebagai bagian dari kategori ekonomi fundamental, laba digunakan untuk mengukur kesuksesan bisnis dan menjadi dasar untuk pengambilan keputusan manajerial (Syarafina et al., 2024).

2.1.3 Jenis - Jenis Laba

Lasmi Wardiyah, (2017:266) menyatakan bahwa jenis laba dalam hubungannya dengan perhitungan dapat dibedakan menjadi beberapa bagian, antara lain:

1. Laba Kotor (*Gross Profit*)

Laba kotor (*gross profit*) merupakan selisih antara penjualan bersih dengan harga pokok penjualan. Dalam artian lain laba yang diperoleh setelah mengurangi biaya langsung yang terkait dengan produksi barang atau jasa dari pendapatan. dikatakan sebagai laba kotor karena jumlahnya masih harus dikurangi dengan biaya usaha lainnya.

$$\text{Laba Kotor} = \text{Pendapatan} - \text{Biaya Pokok Penjualan (HPP)}$$

2. Laba Operasional (*Operating Income*)

Laba dari operasi merupakan selisih antara laba kotor dan total beban operasi termasuk pajak, dalam artian lain merupakan laba yang dihasilkan dari kegiatan operasional perusahaan, setelah mengurangi biaya operasional dari laba kotor.

$$\text{Laba Operasional} = \text{Laba Kotor} - \text{Biaya Operasional}$$

3. Laba Bersih (*Net Income*)

Laba bersih merupakan laba yang diperoleh setelah mengurangi semua biaya, termasuk pajak dan bunga dari pendapatan total. Merupakan angka terakhir dalam perhitungan laba rugi yang diperoleh dari laba operasi ditambah pendapatan lain-lain dan dikurangi beban lain-lain atau dapat diartikan sebagai selisih antara total pendapatan dengan total biaya termasuk pajak.

$$\text{Laba Bersih} = \text{Pendapatan} - \text{Total Biaya}$$

2.1.4 Pertumbuhan Laba

a. Pengertian Pertumbuhan Laba

Syafri Harahap, (2018:310) menyatakan bahwa laju pertumbuhan laba merupakan rasio yang menunjukkan seberapa jauh kemampuan perusahaan untuk meningkatkan laba bersihnya dibandingkan dengan periode sebelumnya. Perusahaan memiliki persentase laba yang tinggi dan meningkat setiap tahunnya dapat memprediksi kinerja keuangan perusahaan yang baik. Pertumbuhan laba adalah persentase dalam perubahan peningkatan laba entitas yang menggambarkan pertumbuhan perusahaan dari masa ke masa (Endri et al., 2020).

Pertumbuhan laba perusahaan menjadi indikator krusial yang dipengaruhi oleh berbagai elemen yang tercantum dalam laporan keuangan, seperti penjualan, beban, dan faktor lainnya. Rasio pertumbuhan laba tidak hanya mencerminkan performa keuangan perusahaan, tetapi juga mengukur kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisinya di pasar industri serta menyesuaikan diri dengan dinamika kondisi ekonomi (Jelita Anggraini & Muhammad Rivandi, 2023). Pertumbuhan laba yang positif menandakan bahwa manajemen berhasil mengelola aset dan sumber daya perusahaan secara efisien. Efisiensi tersebut sangat penting karena dapat meningkatkan daya saing perusahaan di tengah persaingan industri yang semakin ketat. Selain itu, analisis terhadap data pendapatan historis dan nilai aset saat ini sangat membantu manajer dalam memperkirakan nilai masa depan perusahaan.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa laju pertumbuhan laba yang positif dapat mengindikasikan kondisi operasional yang baik bagi suatu entitas,

sehingga semakin banyak investor yang tertarik untuk menanamkan modalnya, oleh karena itu laba menjadi ukuran kinerja perusahaan. Menurut Syafri Harahap, (2018) pertumbuhan laba dapat diukur dengan perbandingan laba bersih tahun yang diteliti (Y_t) dikurangi dengan laba bersih tahun sebelumnya (Y_{t-1}) yang kemudian dibagi dengan total laba bersih tahun sebelumnya (Y_{t-1}), dari penjelasan tersebut pertumbuhan laba dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \frac{Y_t - Y_{t-1}}{Y_{t-1}}$$

Keterangan:

Y = pertumbuhan laba

Y_t = laba perusahaan pada periode berjalan

Y_{t-1} = laba perusahaan periode sebelumnya

b. Tujuan dan Manfaat Pertumbuhan Laba

K.R. Subramanyam, (2017:347) menyatakan bahwa pertumbuhan laba bertujuan untuk menghitung atau mengukur laba yang diperoleh dalam rentang waktu tertentu, mengevaluasi posisi laba perusahaan tahun sebelumnya (pertumbuhan laba secara berkala) serta untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kedudukannya.

Manurung et al., (2017:70) sebagai metrik kinerja penting, laju pertumbuhan laba dapat dijadikan sebagai dasar fundamental bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan pembagian laba kepada pemegang saham dalam bentuk deviden. Menurut Sjahrial & Hotman, (2013:77) Adapun tujuan dari pertumbuhan laba adalah sebagai berikut:

- 1) untuk mengidentifikasi faktor yang menyebabkan terjadinya peningkatan atau penurunan penjualan.
- 2) Sebagai bentuk akuntabilitas bagi departemen penjualan atau pemasaran.
- 3) Sebagai salah satu instrumen untuk mengevaluasi kinerja manajemen.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa manfaat dan tujuan pertumbuhan laba merupakan ukuran penggunaan aktiva atau aset perusahaan sehingga manajemen mengetahui kemampuannya untuk meningkatkan laba perusahaan

c. Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Laba

Dalam upaya mengoptimalkan kinerja keuangan perusahaan, terdapat sejumlah variabel kunci yang secara signifikan memengaruhi dinamika pertumbuhan laba. Parameter ini menjadi ukuran utama untuk mengevaluasi stabilitas dan efektivitas pengelolaan sumber daya finansial entitas bisnis. Berdasarkan pendapat Werner R. Murhadi (2013:93–98), faktor-faktor yang berkontribusi terhadap fluktuasi laba perusahaan mencakup beberapa aspek fundamental berikut:

1) Umur Perusahaan

Umur perusahaan merupakan salah satu indikator keberhasilan suatu entitas. Kematangan organisasi yang ditandai oleh durasi eksistensi yang lama, cenderung mengakumulasi pengalaman substansial dalam strategi pengendalian laju pertumbuhan laba. Sehingga memungkinkan pertumbuhan laba dapat terkendali dengan lebih stabil. Dalam konteks bisnis, entitas usaha baru atau perusahaan *start-up* (*start-up*) umumnya menghadapi keterbatasan kapasitas manajerial dalam mengakselerasi pertumbuhan keuntungan, terutama akibat minimnya pengalaman

operasional di pasar yang kompetitif, sehingga tidak cukup mampu menentukan ketepatan suatu pertumbuhan laba.

2) Pertumbuhan Laba Masa Lalu

Pertumbuhan laba masa lalu juga dapat menjadi indikator keberhasilan perusahaan. Semakin tinggi perubahan laba masa lalu, maka semakin tidak pasti laba yang akan diperoleh perusahaan tersebut di masa mendatang. Menunjukkan konsistensi dan kemampuan perusahaan dalam mengelola faktor penentu profitabilitas.

3) Pendapatan Perusahaan

Pendapatan perusahaan bisa juga mempengaruhi pertumbuhan laba perusahaan, hal ini dikarenakan apabila pendapatan perusahaan dalam satu periode tinggi, maka tidak dapat dipungkiri jika pertumbuhan laba perusahaan tersebut ikut meningkat.

4) Tingkat *Leverage*

Tingkat *leverage* adalah tanggung jawab manajer untuk menetapkan strategi guna menghadapi risiko masa depan, hal ini ditunjukkan dengan likuiditasnya sendiri (kemampuan perusahaan membayar hutang). Apabila nilai hutang tinggi maka dapat menghambat pertumbuhan laba perusahaan.

5) Tingkat Penjualan

Perusahaan yang telah mencatat keberhasilan penjualan signifikan pada masa lalu, dapat berperan sebagai aset strategis yang melindungi dan mendukung keberlanjutan bisnisnya. Dengan meningkatnya volume transaksi yang terjadi di pasar, perusahaan berpotensi mengalami pertumbuhan penjualan yang

berkelanjutan di masa depan, yang pada gilirannya berdampak positif terhadap peningkatan laba bersih.

2.1.5 Company Size

a. Pengertian Ukuran Perusahaan (*Company Size*)

Rettobjaan et al., (2024:46) menyatakan bahwa ukuran perusahaan mencerminkan sejauh mana kapasitas dan kemampuan suatu perusahaan dalam mengelola kekayaan yang dimiliki. Ukuran perusahaan juga berperan penting dalam membentuk persepsi investor. Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin baik pula reputasi perusahaan dan kemungkinan perusahaan dikenal luas oleh masyarakat. Hal ini dapat memperbaiki reputasi suatu perusahaan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor, mempermudah perusahaan dalam mengakses pendanaan, serta berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Oleh sebab itu ukuran perusahaan dianggap dapat menjadi faktor yang strategis dalam menentukan daya saing, dan pertumbuhan perusahaan.

Anggraini & Rivandi, (2023) mengungkapkan bahwa *Size Company* atau yang disebut sebagai ukuran perusahaan dapat didefinisikan sebagai jumlah rata-rata penjualan bersih untuk suatu periode tertentu, yang umum digunakan sebagai indikator untuk menilai skala operasional perusahaan. Secara umum, ukuran perusahaan merupakan suatu perbandingan dari berbagai aspek yang mencerminkan besar atau kecilnya suatu entitas bisnis dalam industri tertentu. Dengan kata lain, ukuran perusahaan mencakup berbagai parameter yang dapat digunakan untuk mengukur dan menentukan nilai atau skala dari perusahaan

tersebut, melalui berbagai indikator seperti nilai ekuitas, total penjualan dan nilai total aset.

Razak et al., (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki peran penting dalam mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan semakin besar skala operasional dan cakupan bisnisnya maka semakin muda bagi perusahaan dalam mendapatkan sumber pendanaan baik internal maupun eksternal. Perusahaan berskala besar umumnya memperoleh citra publik yang lebih kuat, didukung oleh akses yang lebih luas terhadap sumber daya dan jaringan distribusi yang mapan, sehingga memperkuat posisi kompetitif mereka di industri. Diperkuat dengan arus kas yang lebih stabil, serta aset yang bisa dijadikan sebagai jaminan. Sehingga lebih di percaya oleh investor dan lembaga keuangan. Dengan demikian, ukuran perusahaan tidak hanya mencerminkan kapasitas bisnisnya tetapi juga menentukan sejauh mana perusahaan dapat memperoleh pendanaan untuk mendukung pertumbuhan laba perusahaan dan ekspansinya.

b. Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Menurut Badan Standarisasi Nasional Rettobjaan et al., (2024:47–48) menyatakan bahwa ukuran perusahaan yang dikelompokkan berdasarkan kekayaannya dapat diklasifikasikan menjadi tiga (3) kategori, yaitu:

1) Perusahaan Besar (*Large Firm*)

Perusahaan dengan kekayaan bersih tidak termasuk aset tetap (seperti tanah dan bangunan usaha) yang melebihi sepuluh miliar rupiah, serta volume penjualan bersih tahunan yang melampaui lima puluh miliar rupiah,

didefinisikan sebagai entitas skala besar berdasarkan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

2) Perusahaan Menengah (*Medium-Size Firm*)

Perusahaan dengan kekayaan bersih operasional berkisar antara lima ratus juta hingga sepuluh miliar rupiah (tidak mencakup nilai aset tetap non-strategis seperti tanah dan bangunan usaha), serta mencatatkan volume penjualan tahunan di kisaran dua miliar lima ratus juta hingga lima puluh miliar rupiah, didefinisikan sebagai entitas menengah berdasarkan kerangka klasifikasi yang berlaku.

3) Perusahaan Kecil (*Small Firm*)

Perusahaan dengan kekayaan bersih eksklusif di bawah lima ratus juta rupiah (tidak mencakup nilai properti tetap seperti tanah dan gedung operasional), serta mencatatkan volume transaksi tahunan di bawah dua miliar lima ratus juta rupiah dalam periode fiskal, didefinisikan sebagai entitas mikro berdasarkan kerangka klasifikasi usaha nasional.

Seto et al., (2023:132) menyatakan bahwa, peningkatan yang terjadi pada aset perusahaan dapat berdampak pada skala dan kapasitas operasional perusahaan tersebut. Perusahaan dengan jumlah aset yang besar cenderung dianggap stabil dan memiliki prospek kerja yang baik dalam jangka panjang. Sehingga tidak hanya mencerminkan kestabilan keuangan perusahaan, tetapi juga menunjukkan kemampuan manajemen dalam mengoptimalkan sumber daya untuk mendorong peningkatan laba. Dengan demikian, perusahaan dengan aset yang lebih besar

cenderung mampu mencapai pertumbuhan keuntungan yang lebih signifikan dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki aset terbatas.

Berdasarkan ketentuan dalam Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2008, ukuran perusahaan dikategorikan ke dalam empat klasifikasi resmi: usaha mikro, kecil, menengah, dan besar. Setiap kategori memiliki parameter definisi yang tertuang secara eksplisit dalam pasal-pasal regulasi tersebut. Berikut merupakan penjelasan dari masing – masing klasifikasi tersebut:

1) Usaha Mikro

Usaha mikro merupakan bentuk usaha produktif yang dimiliki secara individu atau badan usaha perorangan, dengan kriteria yang secara spesifik pada usaha mikro sebagaimana diatur dalam kerangka perundang-undangan yang berlaku.

2) Usaha Kecil

Usaha kecil merupakan jenis usaha produktif yang beroperasi secara independen, dimiliki oleh individu atau entitas usaha yang tidak termasuk sebagai bagian, anak perusahaan, atau cabang dari usaha menengah atau besar, dan sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh peraturan perundang–undangan.

3) Usaha Menengah

Usaha menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri tanpa adanya campur tangan dari pihak lain. Serta memiliki kekayaan yang memenuhi kriteria sebagai usaha menengah.

4) Usaha Besar

Usaha besar merupakan usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih lebih besar dari usaha menengah yang sesuai dengan undang-undang. Usaha ini meliputi usaha nasional milik negara atau swasta.

c. Indikator Ukuran Perusahaan

Berdasarkan pandangan Hartono (2022:685), dimensi skala usaha dapat dinilai melalui berbagai parameter kuantitatif, seperti total keseluruhan aset, volume transaksi penjualan, jumlah modal operasional, serta laba bersih yang dihasilkan perusahaan dalam kerangka analisis finansial. Nilai yang lebih tinggi pada indikator-indikator tersebut mencerminkan ukuran perusahaan yang lebih besar, demikian pula sebaliknya. Metode yang umum dipakai untuk menilai besaran perusahaan adalah dengan mengaplikasikan transformasi logaritma natural (LN) pada nilai total aset atau total penjualan. Dengan demikian, terdapat dua metode yang dapat digunakan untuk menentukan indikator ukuran perusahaan, yaitu:

1) Total Aset

Total aset menjadi indikator utama yang mencerminkan keseluruhan sumber daya produktif serta nilai kekayaan yang dimiliki dan dikelola perusahaan sejak tahap pendiriannya. Dengan semakin besar proporsi aset yang dimiliki, entitas bisnis memiliki kapasitas yang lebih tinggi untuk menyalurkan dana investasi, memenuhi fluktuasi permintaan pasar, serta meningkatkan skala produksi. Kondisi ini secara langsung berkontribusi pada perluasan pangsa pasar dan menjadi salah satu faktor pendorong utama pertumbuhan laba bersih. Berdasarkan kajian Agus

Petra et al. (2020), salah satu pendekatan pengukuran dimensi perusahaan adalah melalui transformasi logaritma alami (*natural logarithm*) dari nilai total aset, yang dirumuskan sebagai berikut:

$$SIZE = \text{Ln (Total Asset)}$$

2) Total Penjualan

Sales merupakan aspek strategis dalam manajemen pemasaran yang berperan kritis dalam mendukung pencapaian tujuan profitabilitas perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang stabil berkontribusi pada penutupan biaya operasional secara efisien, terutama selama siklus produksi. Kontribusi ini secara langsung mendorong peningkatan laba bersih, sekaligus menjadi faktor katalisator utama dalam dinamika pertumbuhan laba periodik antar laporan keuangan. Dalam konteks pengukuran skala usaha, salah satu pendekatan yang digunakan adalah melalui transformasi logaritma alami (*natural logarithm*) dari volume transaksi penjualan, yang dirumuskan sebagai berikut:

$$SIZE = \text{Ln (Total Penjualan)}$$

2.1.6 Rasio Aktivitas

Kasmir, (2016:172) menyatakan bahwa rasio aktivitas (*activity*) merupakan metrik finansial yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan aset yang dimiliki, serta tingkat efisiensi dalam pengelolaan sumber daya seperti penjualan, persediaan dan piutang. Rasio ini menggambarkan tingkat pengoptimalan aset atau pengukuran modal perusahaan dalam menjalankan operasi harian. Sehingga memberikan indikasi tentang tingkat efisiensi manajemen aset.

Astuti et al., (2021:99) menyatakan bahwa rasio aktivitas merupakan suatu alat analisis untuk menilai seberapa efektif perusahaan dalam memanfaatkan aset yang dimiliki, rasio ini tidak hanya mengukur seberapa efisien perusahaan dalam menggunakan sumber daya yang tersedia, tetapi juga memberikan gambaran tentang kemampuan perusahaan dalam mengelola aset, khususnya dalam mengubah aset non-kas menjadi aset kas. Pentingnya analisis rasio aktivitas tidak hanya terbatas pada perusahaan besar tetapi juga relevan bagi perusahaan kecil dan menengah untuk mengevaluasi efisiensi dan efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan aset yang ada. Terdapat lima jenis dari rasio aktivitas, di antaranya:

a. Perputaran Piutang Usaha (*Accout Receivable Turnover*)

Astuti et al., (2021:103) Perputaran piutang usaha adalah alat analisis yang digunakan untuk mengukur seberapa sering dana terinvestasi dalam piutang usaha berputar dalam satu periode. Dengan kata lain seberapa lama waktu yang di perlukan untuk melunasi piutang (mengubah piutang menjadi kas) dalam satu periode, semakin tinggi rasio ini, semakin kecil modal kerja yang terinvestasi dalam piutang usaha, yang menunjukkan kondisi lebih baik bagi perusahaan. Rasio Perputaran Piutang dapat di ukur menggunakan rumus:

$$Receivable\ Turnover = \frac{\text{Penjualan Kredit}}{\text{Piutang Usaha}}$$

b. Perputaran persediaan (*Inventory turnover*)

Astuti et al., (2021:106) Rasio perputaran persediaan (*inventory turnover*) merupakan metrik yang mengukur seberapa efektif tingkat perputaran persediaan yang dimiliki oleh suatu perusahaan, dalam artian lain berapa kali persediaan barang terjual atau berputar dalam satu periode, apabila nilai rasio ini tinggi

menunjukkan bahwa perusahaan mampu memproses dan mengelola persediaannya dengan baik, bekerja lebih efisien dan menjaga kestabilan likuiditas persediaannya. Adapun cara untuk mencari nilai *inventory turnover* menurut James C Fan Horne dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Inventory turnover (ITO)} = \frac{\text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Persedian}}$$

c. Perputaran Modal Kerja (*Working Capital Turnover*)

Berdasarkan kajian Astuti et al. (2021:107), efisiensi rotasi modal kerja merupakan indikator kritis dalam kerangka analisis keuangan, karena menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya operasional untuk mendorong pertumbuhan penjualan. Ketika rasio ini rendah, hal tersebut mengindikasikan adanya surplus likuiditas atau ketidakefisienan pengelolaan aset lancar, yang dapat dipicu oleh beberapa faktor seperti stagnasi inventaris, piutang dagang yang sulit dikumpulkan, atau kelebihan saldo kas yang tidak produktif. Sebaliknya, rotasi modal kerja yang tinggi mencerminkan pengelolaan aset lancar yang strategis, dimana perusahaan mampu mempercepat perputaran stok barang dagang, meminimalkan risiko kredit macet melalui pengumpulan piutang yang efisien, atau menghindari penumpukan dana tunai secara berlebihan. Parameter ini dapat diukur melalui formula berikut:

$$\text{Working Capital Turnover} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Aset Lancar}}$$

d. Perputaran Aset Tetap (*Fixet Asset Turnover*)

Astuti et al., (2021:109) Rasio ini berfungsi untuk mengukur tingkat efisiensi perusahaan dalam menghasilkan penjualan berdasarkan aset tetap yang dimiliki.

dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur efektivitas aset tetap yang dimiliki perusahaan dalam berkontribusi terhadap penciptaan penjualan. Ketika perputaran aset tetap menunjukkan angka yang rendah, maka mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki kelebihan aset tetap, yang berarti aset tersebut belum dimanfaatkan secara optimal untuk menghasilkan penjualan. Sebaliknya, semakin tinggi rasio ini semakin efektif perusahaan dalam penggunaan aktiva tetap untuk mendukung efektivitas penjualan. Rasio perputaran aktiva tetap dihitung menggunakan rumus:

$$\text{Fixet Asset Turnover}(FAT) = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Aktiva Tetap}}$$

e. Perputaran Total Aset (*Total Asset Turnover*)

Menurut Astuti et al. (2021:110), rasio perputaran total aktiva (*Total Asset Turnover*) adalah rasio yang membandingkan penjualan bersih dengan total aset yang dimiliki perusahaan. Rasio ini mengukur seberapa efektif perusahaan menggunakan asetnya untuk menghasilkan pendapatan, atau dengan kata lain, seberapa optimal kapasitas aset berkontribusi dalam penciptaan penjualan. Jika rasio perputaran aset tetap menunjukkan angka rendah, hal ini mengindikasikan kemungkinan perusahaan memiliki aset tetap yang berlebihan dan belum digunakan secara maksimal untuk mendukung penjualan. Sebaliknya, semakin tinggi rasio ini, semakin efektif perusahaan dalam memanfaatkan seluruh asetnya, baik aset tetap maupun aset lancar, untuk menghasilkan pendapatan. Perhitungan rasio perputaran total aktiva dilakukan dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Total Asset Turnover}(TAT) = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}}$$

2.1.7 Rasio *Profitabilitas*

Endri et al. (2020:114) mengemukakan bahwa rasio *profitabilitas* digunakan untuk mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu. Rasio ini juga mencerminkan tingkat efektivitas manajemen dalam mengelola sumber daya dan kegiatan operasional, yang ditunjukkan melalui besarnya keuntungan yang diperoleh dari aktivitas penjualan. Kenaikan pada indikator rasio ini mencerminkan peningkatan signifikan dalam kapasitas entitas bisnis untuk menghasilkan laba secara berkelanjutan. Rasio profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya mampu mencapai target keuntungannya, tetapi juga melakukannya secara efisien dengan memaksimalkan penggunaan aset atau modal yang tersedia.

Sementara itu, menurut Astuti et al. (2021:118), profitabilitas merupakan salah satu indikator keuangan yang penting dalam menilai kinerja perusahaan secara keseluruhan, khususnya dalam mengevaluasi efektivitas perusahaan dalam memperoleh laba. Profitabilitas berfungsi sebagai ukuran yang menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan keuntungan melalui penjualan, pengelolaan aset, dan pemanfaatan modal sendiri. Melalui rasio ini, manajemen dapat mengevaluasi efisiensi penggunaan sumber daya perusahaan dalam proses penciptaan laba. Secara umum, terdapat lima jenis rasio profitabilitas yang sering digunakan, antara lain:

a. *Return On Asset (ROA)*

Astuti et al. (2021:121) menyatakan bahwa *Return on Asset (ROA)* merupakan salah satu indikator keuangan yang digunakan untuk mengukur sejauh mana

kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba bersih dengan memanfaatkan total aset yang dimiliki. Rasio ini merefleksikan tingkat efisiensi perusahaan dalam mengelola seluruh asetnya guna menghasilkan *profit*. Semakin tinggi nilai *Return on Asset*, maka semakin baik kinerja perusahaan dalam mengoptimalkan asetnya, sekaligus mencerminkan kondisi keuangan yang sehat. Pengukuran ROA dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Return On Asset (ROA)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}}$$

b. Return On Equity (ROE)

Astuti et al. (2021:122) menguraikan bahwa *Return on Equity (ROE)* berfungsi sebagai parameter evaluasi finansial yang menggambarkan kemampuan entitas bisnis dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan total dana yang diinvestasikan oleh para pemegang saham. Secara teknis, rasio ini merepresentasikan komparasi antara laba bersih pasca-pajak (*net income after tax*) dengan total ekuitas atau modal intelektual perusahaan. Sebagai indikator kinerja utama, *Return on Equity* mencerminkan efisiensi alokasi sumber daya dari sudut pandang investor, dimana nilai yang lebih tinggi menunjukkan optimalisasi penggunaan modal dalam menghasilkan profitabilitas. Penghitungan ROE dirumuskan melalui formula berikut:

$$\text{Return On Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal Saham}}$$

c. Gross Profit Margin (GPM)

Berdasarkan penjelasan Astuti et al. (2021:123), *Gross Profit Margin (GPM)* atau margin keuntungan kotor menjadi indikator yang menggambarkan

kemampuan entitas usaha dalam mengelola biaya produksi secara optimal. Rasio ini mengukur kontribusi laba kotor terhadap setiap unit pendapatan bersih yang diperoleh, sehingga semakin tinggi nilai *Gross Profit Margin*, semakin efektif perusahaan dalam memaksimalkan surplus operasional sebelum biaya non-produktif diperhitungkan. Formula penghitungan GPM diperoleh melalui pembagian antara laba kotor dengan total penjualan bersih, dimana laba kotor sendiri dihitung sebagai selisih antara pendapatan bersih dan beban produksi yang dikeluarkan. Penjualan bersih dalam hal ini mencakup seluruh pendapatan dari penjualan, baik secara tunai maupun kredit, yang telah disesuaikan dengan pengurangan akibat retur penjualan, diskon, dan potongan harga. GPM dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

d. Operating Profit Margin (OPM)

Berdasarkan paparan Astuti et al. (2021:125), *Operating Profit Margin (OPM)* atau margin keuntungan operasional berfungsi sebagai metrik evaluasi strategis dalam konteks analisis keuangan, yang menggambarkan kontribusi laba operasional relatif terhadap total pendapatan bersih entitas bisnis. Rasio ini dihitung melalui pembagian antara laba operasional dengan total pendapatan bersih, dengan formula yang mencerminkan selisih antara laba kotor dan biaya operasional yang dikeluarkan. Komponen biaya operasional meliputi seluruh pengeluaran yang timbul dari proses bisnis inti, termasuk biaya administratif, biaya pemasaran, serta pengeluaran fungsional lainnya yang berkaitan dengan operasi harian. Sebagai

parameter kunci dalam pengukuran efisiensi manajerial, OPM dapat dihitung menggunakan persamaan berikut:

$$\text{Operating Profit Margin} = \frac{\text{Laba Operasional}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

e. Net profit margin (NPM)

Astuti et al. (2021:126) menyatakan bahwa *Net Profit Margin (NPM)* merupakan salah satu rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba bersih dari total pendapatannya, setelah dikurangi seluruh beban seperti biaya operasional, pajak, dan bunga. Rasio ini berfungsi sebagai indikator penting dalam menilai efisiensi kinerja operasional perusahaan dalam mengelola pendapatannya. Semakin tinggi nilai *Net Profit Margin*, maka semakin baik pula kemampuan perusahaan dalam memaksimalkan keuntungan dari setiap unit penjualan. *NPM* dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Net Profit Margin (NPM)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}}$$

2.1.8 Rasio Likuiditas

Berdasarkan kajian Khairul Azwar et al. (2021:65), rasio likuiditas (*liquidity ratio*) berperan sebagai metrik evaluasi kritis untuk mengukur kapasitas entitas bisnis dalam menyelesaikan kewajiban finansial jangka pendek secara tepat waktu, tanpa mengalami keterlambatan atau risiko gagal bayar. Rasio ini diperoleh dengan membandingkan total aset lancar yang dimiliki dengan kewajiban lancar yang harus dibayar. Oleh karena itu, rasio ini juga dikenal sebagai likuiditas jangka pendek. Tujuan utama dari rasio likuiditas adalah memberikan gambaran sejauh mana

perusahaan mampu membayar kewajiban finansial yang telah jatuh tempo, baik yang berasal dari pihak eksternal maupun internal.

Rasio likuiditas sangat penting dalam analisis keuangan karena dapat menilai kemampuan perusahaan dalam membayar utang jangka pendek serta menunjukkan seberapa cepat aset dapat diubah menjadi kas guna memenuhi kewajiban tersebut. Dengan demikian, rasio ini memberikan gambaran yang jelas mengenai kesehatan keuangan perusahaan, khususnya terkait kecukupan aset lancar untuk menutupi utang jangka pendek. Selanjutnya, Khairul Azwar et al. (2021:67) menyebutkan bahwa terdapat tiga jenis rasio likuiditas yang umum digunakan, yaitu:

a. Rasio lancar (*Current ratio*)

Khairul Azwar et al. (2021:69) menjelaskan bahwa rasio lancar (*Current Ratio*) merupakan indikator yang mengukur sejauh mana perusahaan mampu memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan menggunakan aset lancar yang dimiliki saat jatuh tempo. Rasio ini diperoleh dengan membagi total aset lancar terhadap total kewajiban lancar. Dengan demikian, rasio ini mencerminkan ketersediaan aset lancar yang dapat digunakan untuk membayar utang jangka pendek perusahaan.

Semakin tinggi nilai *current ratio*, maka semakin besar kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangannya. Sebaliknya, nilai rasio yang rendah mengindikasikan adanya kekurangan modal kerja yang dapat menyulitkan perusahaan dalam membayar utang jangka pendek. Rasio ini dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Current Ratio (CR)} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

b. Rasio Cepat (*Quick Ratio*)

Khairul Azwar et al., (2021:71) Rasio cepat (*Quick Ratio*) merupakan indikator likuiditas yang mengukur kemampuan perusahaan untuk melunasi atau membayar kewajiban jangka pendeknya menggunakan aset lancar, namun tidak memperhitungkan nilai persediaan, memberikan gambaran yang lebih konservatif tentang kemampuan likuiditas. Rasio ini hanya mencakup “aset cepat” tidak termasuk aset yang tidak likuid yaitu “persediaan”. Dimana persediaan dianggap aset lancar yang sulit diubah menjadi kas dibanding aset lancar lainnya. Rasio cepat dihitung menggunakan rumus:

$$\text{Rasio cepat (Quick Ratio)} = \frac{\text{Aset Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Kewajiban lancar}}$$

c. Rasio Kas (*Cash Ratio*)

Menurut Khairul Azwar et al. (2021:73), rasio kas (*cash ratio*) merupakan alat ukur yang digunakan untuk menilai jumlah kas yang tersedia dalam memenuhi kewajiban jangka pendek perusahaan. Rasio ini mencerminkan tingkat likuiditas tertinggi, yaitu sejauh mana perusahaan dapat segera membayar utang jangka pendek hanya dengan menggunakan kas atau setara kas yang dimilikinya.

Ketika rasio likuiditas yang minim terjadi, hal ini mengindikasikan potensi risiko gagal bayar (*default risk*) yang dihadapi perusahaan dalam memenuhi kewajiban finansial jangka pendek secara penuh dan tepat waktu. Sebaliknya, tingkat rasio yang lebih tinggi mencerminkan stabilitas finansial jangka pendek perusahaan, dimana kapasitas likuiditasnya mampu menopang seluruh kewajiban operasional tanpa mengalami keterlambatan pembayaran. Parameter ini diukur melalui formula matematis sebagai berikut:

$$\text{Rasio Kas (Cash Ratio)} = \frac{\text{kas} + \text{aktiva setara kas}}{\text{Kewajiban lancar}}$$

2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut hasil interpretasi ringkasan dari penelitian terdahulu, seperti yang tertera pada tabel 2.1 di bawah ini:

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	Busman Bactiar, Indayani B, Arlistria Muthmainnah (2022)	Pengaruh <i>Dept To Equity Ratio (DER)</i> , <i>Current ratio (CR)</i> , dan <i>Invenroty Turnover (ITO)</i> terhadap Pertumbuhan Laba	$X_1 = \text{Dept To Equity Ratio (DER)}$, $X_2 = \text{Current ratio (CR)}$ $X_3 = \text{Inventory turnover (ITO)}$ $Y = \text{Pertumbuhan Laba}$	Analisis Regresi Linear Berganda	Pada studi ini menyatakan bahwa rasio perputaran persediaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan laba, dalam artian lain tidak berkontribusi secara signifikan terhadap metrik keuangan ini. sementara rasio utang secara signifikan mempengaruhi pertumbuhan laba.
2.	Arfandi Razak, Yoyoh Guritno, Andi Manggala Putra (2021)	Pengaruh <i>Company Size</i> , <i>Net profit margin (NPM)</i> , dan <i>Total Asset Turnover (TAT)</i> terhadap Pertumbuhan Laba.	$X_1 = \text{Company Size}$ $X_2 = \text{Net profit margin (NPM)}$ $X_3 = \text{Total Asset Turnover (TAT)}$ $Y = \text{Pertumbuhan Laba}$	Analisis deskriptif melalui bantuan program STATA v.16.	Dalam penelitian ini ukuran perusahaan dinyatakan tidak dapat mempengaruhi pertumbuhan laba, sedangkan rasio <i>net profit margin (NPM)</i> dapat mempengaruhi pertumbuhan laba secara positif dan signifikan.
3.	Ida Yusnita (2021)	Pengaruh <i>Current ratio (CR)</i> , dan <i>Net profit margin (NPM)</i> terhadap Pertumbuhan Laba pada PT. UNILEVER	$X = \text{Current ratio (CR)}$, $X_2 = \text{Net profit margin (NPM)}$ $Y = \text{Pertumbuhan Laba}$	Analisis Regresi Linear Berganda	Dalam penelitian ini ditemukan hasil bahwa rasio lancar tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan laba sedangkan rasio margin laba bersih (<i>net profit margin</i>) memiliki dampak positif pada

		TBK TAHUN 2009-2019.			pertumbuhan laba. Hal ini mengindikasikan bahwa pertumbuhan laba dipengaruhi oleh rasio lancar dan margin laba bersih sebesar 68% sementara 32% sisanya dipengaruhi oleh beberapa faktor lain yang tidak di analisis dalam penelitian ini.
4.	Anggun Dhewi Hapsari, Muhammad Jusman Syah (2024)	Pengaruh <i>Current ratio (CR)</i> , <i>Total Asset Turnover (TAT)</i> , <i>Debt to Equity Ratio (DER)</i> dan <i>Net profit margin (NPM)</i> terhadap Pertumbuhan Laba.	$X_1 = \text{Current ratio (CR)}$ $X_2 = \text{Total Assets Turnover (TAT)}$ $X_3 = \text{Debt Equity Ratio (DER)}$ $X_4 = \text{Net profit margin (NPM)}$ $Y = \text{Pertumbuhan Laba}$	Analisis Regresi Linear Berganda	Dalam penelitian ini ditemukan bahwa rasio <i>Net profit margin</i> dan <i>Current ratio</i> tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan laba pada subsektor <i>food and beverage</i> , temuan ini diperoleh melalui hasil uji analisis regresi linear berganda yang dilakukan. Dalam konteks tersebut kedua variabel tersebut tidak cukup kuat untuk memprediksi pertumbuhan laba.
5.	Rahmaniar Rahmaniar (2024)	Perputaran Persediaan dan Pertumbuhan Penjualan: Pengaruh terhadap <i>Profitabilitas</i>	$X = \text{Perputaran Persediaan}$ $X_2 = \text{Pertumbuhan Penjualan}$ $Y = \text{Profitabilitas}$	Pendekatan Deskriptif dan Analisis Regresi Linear Berganda	Dalam penelitian ini diungkapkan bahwa rasio perputaran persediaan memiliki dampak yang signifikan terhadap <i>profitabilitas</i> perusahaan, temuan ini menunjukkan adanya korelasi positif dimana peningkatan rasio perputaran persediaan yang lebih tinggi mengarah pada peningkatan <i>profitabilitas</i> . Artinya semakin efisien perusahaan dalam mengelola persediaannya.
6.	Berta Agus Petra, Nike Apriyanti, Anatia Agusti,	Pengaruh <i>Company Size</i> , <i>Current ratio (CR)</i> , dan <i>Inventory</i>	$X_1 = \text{Company Size}$ $X_2 = \text{Current ratio (CR)}$	Analisis Regresi Linear Berganda	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa variabel ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan

	Nesvianti, Yosi Yulia (2020)	<i>turnover (ITO)</i> terhadap Pertumbuhan Laba	$X_3 = \text{Inventory turnover (ITO)}$ $Y =$ Pertumbuhan Laba		terhadap pertumbuhan laba, <i>Current ratio</i> secara parsial memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba, artinya semakin tinggi rasio lancar, semakin rendah pertumbuhan labanya. dan rasio perputaran persediaan berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Artinya semakin tinggi perputaran persediaan, semakin tinggi pertumbuhan labanya.
7.	Indawati Pratiwi, Andreas Rengga, Kristiana Reinildis Aek (2023)	Pengaruh Rasio Keuangan terhadap Pertumbuhan Laba pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI (subsektor <i>food and beverage</i> periode 2017- 2021)	$X_1 = \text{Net profit margin (NPM)}$ $X_2 = \text{Current ratio (CR)}$ $X_3 = \text{Total Asset Turn Over (TAT)}$ $Y =$ Pertumbuhan Laba	Analisis Regresi Linear Berganda	Berdasarkan hasil statistik Uji t terdapat temuan yang menunjukkan bahwa secara parsial variabel <i>Net profit margin</i> memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba sedangkan variabel <i>Current ratio</i> memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pertumbuhan laba. Namun pada hasil statistik Uji f menyatakan bahwa secara simultan semua variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba.
8.	Muhamad Razullah, Indriati Sumarni (2024)	Pengaruh <i>Gross Profit Margin (GPM)</i> , dan <i>Net profit margin (NPM)</i> terhadap Pertumbuhan Laba.	$X_1 = \text{Gross Profit Margin (GPM)}$ $X_2 = \text{Net profit margin (NPM)}$ $Y =$ Pertumbuhan Laba	Analisis Regresi Linear Berganda	Dalam penelitian ini ditemukan bahwa <i>Net profit margin</i> tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan sektor bahan baku yang terdaftar di BEI periode 2021-2022. Berdasarkan data yang dianalisis, perubahan pada margin keuntungan

					bersih dalam perusahaan tersebut tidak dapat mempengaruhi pertumbuhan laba perusahaan selama dua tahun penelitian.
9.	Fadiah Syarafina, Sugiharto, Riza Syahputera (2024)	Pengaruh <i>Current ratio (CR)</i> , <i>Debt To Equity Ratio (DER)</i> , dan <i>Total Asset Turnover (TAT)</i> terhadap Pertumbuhan Laba.	$X_1 = \text{Current ratio (CR)}$ $X_2 = \text{Debt to Equity Ratio (DER)}$ $X_3 = \text{Total Asset Turnover (TAT)}$ $Y = \text{Pertumbuhan Laba}$	Analisis Regresi Linear Berganda	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa secara parsial variabel <i>current ratio (CR)</i> berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Meskipun variabel bebas tidak berpengaruh secara simultan, variabel <i>current ratio</i> memiliki dampak positif bagi pertumbuhan laba.
10	Jelita Anggraini, Muhamad Rivandi (2023)	Pengaruh <i>Return On Asset (ROA)</i> dan Ukuran Perusahaan terhadap Pertumbuhan Laba Perusahaan <i>Consumer Goods</i> Tahun 2018 – 2021	$X_1 = \text{Return On Asset (ROA)}$ $X_2 = \text{Ukuran Perusahaan}$ $Y = \text{Pertumbuhan Laba}$	Regresi Data Panel	Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa variabel <i>Return On Assets (ROA)</i> berpengaruh positif terhadap pertumbuhan laba dan Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap pertumbuhan laba.
11.	Anny Widiastara, Agiesti Kusherawati, Retno Cahyaningati, dan Ratna Wijayanti Daniar Paramita (2022)	Pengaruh <i>Current Ratio</i> , <i>Debt to Equity Ratio</i> , <i>Return on Asset</i> dan <i>Net Profit Margin</i> Terhadap Pertumbuhan Laba	$X_1 = \text{Current Ratio}$, $X_2 = \text{Debt to Equity Ratio}$, $X_3 = \text{Return on Asset}$ $X_4 = \text{Net Profit Margin}$ $Y = \text{Pertumbuhan Laba}$	Analisis Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Debt to Equity Ratio</i> dan <i>Net Profit Margin</i> berpengaruh signifikan terhadap Pertumbuhan Laba, sedangkan <i>Current ratio</i> dan <i>Return On Asset</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap Pertumbuhan Laba.
12.	Maulujiah Kurrahmania h, Noviansyah Rizal, dan Wahyuning Murniati (2021)	Pengaruh Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> terhadap <i>Profitabilitas</i>	$X = \text{Ukuran Perusahaan}$ $X_2 = \text{Leverage}$ $Y = \text{Profitabilitas}$	Analisis Regresi Linear Berganda dan uji hipotesis	Berdasarkan hasil dari uji hipotesis ditemukan bahwa variabel ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> yang diukur dengan rasio (DER) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>profitabilitas</i> , sehingga mengindikasikan bahwa

					perusahaan yang lebih besar dan mampu mengelola utang dengan baik cenderung memiliki profitabilitas yang lebih tinggi.
13.	Cinta Ruth Sipahutar, Manatap Berliana Lumban Gaol, Danri Toni Siboro (2024)	Pengaruh Rasio Keuangan terhadap Pertumbuhan Laba pada Perusahaan Subsektor <i>Food and beverage</i> yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022	$X_1 = \text{Return on Asset}$ $X_2 = \text{Net profit margin (NPM)}$ $X_3 = \text{Current Ratio}$ $X_4 = \text{Dept to Asset Ratio}$ $X_5 = \text{Total Asset Turn Over (TAT)}$ $Y = \text{Pertumbuhan Laba}$	Analisis Regresi Linear Berganda, dengan SPSS versi 25	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Return on Asset</i> , <i>Current Ratio</i> memiliki pengaruh negatif dan signifikan, sedangkan rasio <i>Net profit margin</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba.
14.	Puspita Hendarwati, Akhmad Syarifudin (2021)	Pengaruh Likuiditas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pertumbuhan Laba	$X_1 = \text{Current Ratio}$ $X_2 = \text{Dept to Equity Ratio}$ $X_3 = \text{Ukuran Perusahaan}$ $Y = \text{Pertumbuhan Laba}$	Analisis Regresi Linear Berganda	Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa: Likuiditas yang diukur dengan CR dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Sedangkan rasio Leverage yang diukur dengan DER berpengaruh terhadap pertumbuhan laba.
15.	Anggita Aryunia Pristha, Menik Indrati (2024)	Faktor Yang Memengaruhi Pertumbuhan Laba pada Sektor Industri Subsektor <i>Food and Beverage</i> di Indonesia	$X_1 = \text{likuiditas}$ $X_2 = \text{profitabilitas}$ $X_3 = \text{solvabilitas}$ $X_4 = \text{Ukuran Perusahaan}$ $Y = \text{Pertumbuhan Laba}$	Analisis regresi linear berganda dan perhitungan statistik	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel likuiditas dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap pertumbuhan laba, variabel Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pertumbuhan laba. Sedangkan variabel solvabilitas tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba.

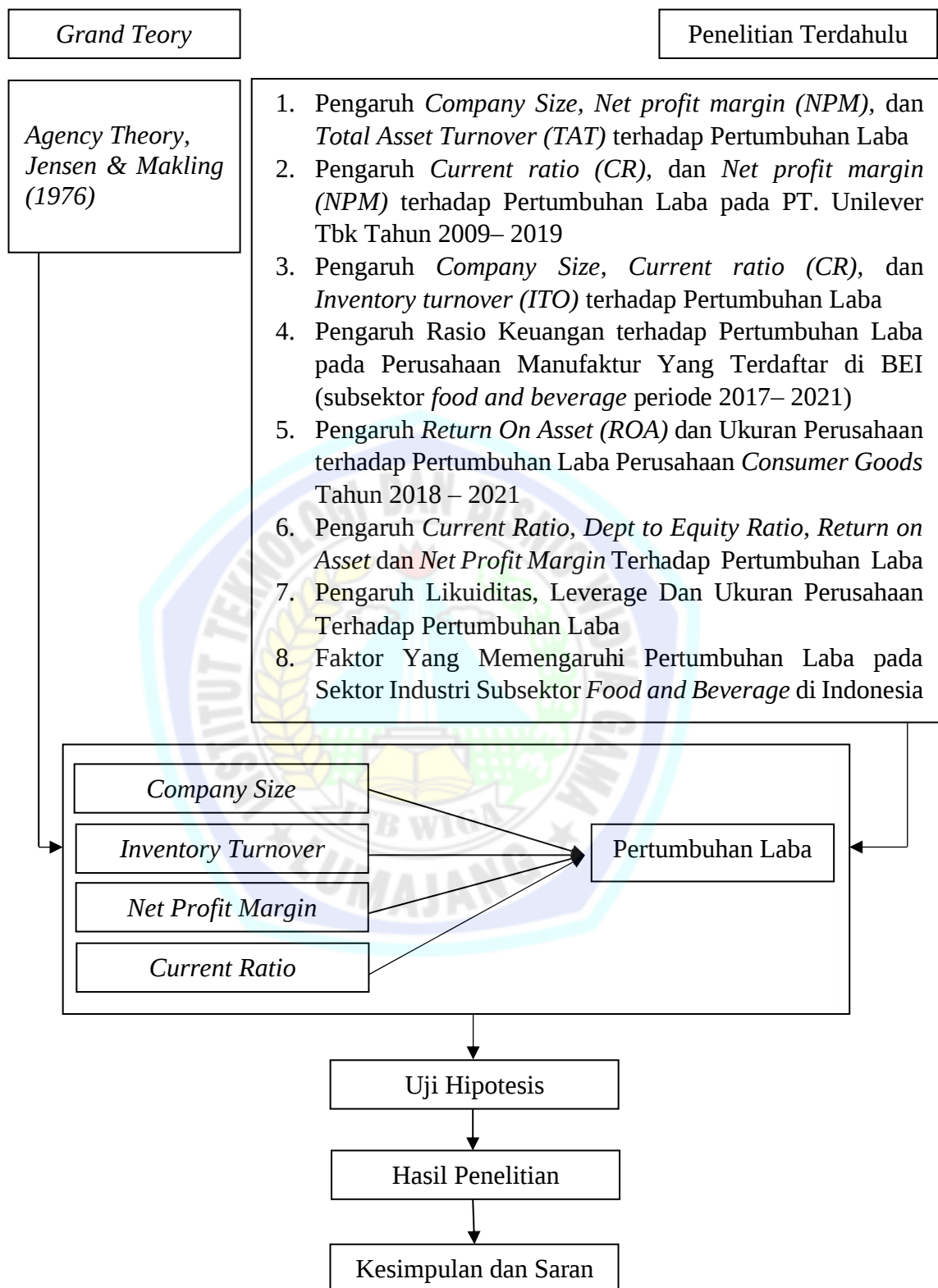
Sumber: Penelitian Terdahulu (2020–2024)

2.3. Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian berfungsi untuk mempermudah dalam melihat arah penelitian dan variabel yang akan diteliti. Terdapat dua jenis kerangka penelitian di antaranya sebagai berikut:

2.3.1 Kerangka Pemikiran

Sugiyono, (2017:101) menyatakan bahwa kerangka pemikiran adalah suatu model konseptual yang merepresentasikan hubungan antara teori dengan berbagai faktor yang diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka pemikiran menghubungkan secara teoritis antara variabel independen dengan variabel dependen. Yang sebaiknya dibuat dalam bentuk skema atau diagram dengan tujuan untuk mempermudah dalam proses memahami beberapa variabel data yang akan dipelajari pada tahap selanjutnya. Kerangka pemikiran ini didasarkan pada teori buku dan beberapa penelitian sebelumnya yang nantinya akan mengarah pada hipotesis yang ingin diuji. Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan di atas, maka dapat digambarkan suatu kerangka pemikiran seperti pada Gambar 2.1:

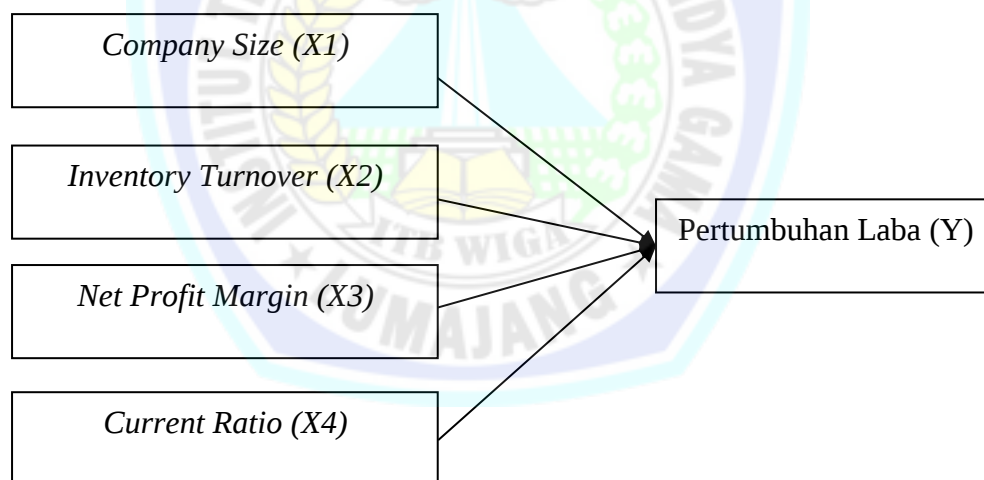


Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran

Sumber: Teori yang Relevan dan Penelitian Terdahulu

2.3.2 Kerangka Konseptual

Sugiyono, (2017:103) Kerangka konseptual merupakan kerangka berpikir yang di dalamnya menjelaskan hubungan antara konsep yang terdapat pada asumsi teoritis yang kemudian digunakan untuk mengistilahkan unsur yang terdapat dalam objek yang akan di teliti serta menunjukkan adanya hubungan antara konsep tersebut. Kerangka konseptual ini bertujuan untuk memperlihatkan hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen dimana dalam gambar mampu menjelaskan kerangka konsep penelitian yang akan dilakukan. Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan di atas, maka dapat digambarkan suatu kerangka konseptual seperti pada Gambar 2.2:



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

Sumber: Teori yang Relevan dan Penelitian Terdahulu

2.4 Hipotesis

Sugiyono, (2017:105) menyatakan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang diajukan, yang pada umumnya dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Hipotesis ini dikatakan sementara karena berupa dugaan yang sedang dimati dan hanya di dasarnya pada

teori yang relevan namun bukan pada fakta empiris yang diperoleh melalui proses penelitian dan pengumpulan data. (Widodo, 2017:116) pengujian hipotesis merupakan pembuktian atas dugaan sementara yang diajukan dalam penelitian. Berdasarkan dalam kerangka penelitian hipotesis yang disajikan, sebagai berikut:

a. Hipotesis Pertama

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya skala perusahaan. Kinerja perusahaan dalam mengelola kekayaannya untuk memperoleh keuntungan dapat ditentukan oleh ukurannya. Besar kecilnya ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aset perusahaan tersebut. Apabila total aset tinggi maka menunjukkan bahwa perusahaan tersebut besar, sedangkan total aset yang rendah menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tersebut tergolong kecil. Semakin besar perusahaan maka semakin baik kinerja keuangannya, hal ini juga berpengaruh terhadap pertumbuhan laba perusahaan.

Beberapa hasil penelitian terdahulu menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan laba. Salah satunya ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Agus Petra et al. (2020), yang menemukan bahwa rasio ukuran perusahaan secara parsial memberikan pengaruh signifikan terhadap peningkatan laba perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kurrahmaniah et al., 2021) dan (S. F. Wahyuni & Prayogi, 2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pertumbuhan laba, begitu juga penelitian oleh sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan penting bagi pengguna laporan keuangan untuk memahami pertumbuhan laba perusahaan di setiap periodenya. Maka dari itu peneliti tertarik

untuk menguji ulang dengan data dan dengan subsektor yang berbeda sehingga diharapkan dapat memberi hasil yang lebih signifikan. Sehingga hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: *Company Size* Berpengaruh Terhadap Pertumbuhan Laba pada Perusahaan Manufaktur Subsektor *Food and Beverage (FnB)*

b. Hipotesis Kedua

Lasmi Wardiyah, (2017:147) menyatakan bahwa rasio *inventory turnover* merupakan indikator yang digunakan untuk menilai seberapa efisien suatu entitas dalam mengelola persediaan barang dagang, rasio ini mencerminkan tingkat kecepatan persediaan barang dagang terjual. Semakin tinggi rasio perputaran persediaan (*inventory turnover*), semakin cepat pula persediaan perusahaan terjual yang menandakan efisiensi perusahaan yang baik dalam mengelola persediaan. Rasio yang tinggi umumnya dianggap positif, karena menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghindari masalah overstock. Meskipun rasio yang optimal umumnya baik bagi perusahaan, namun, perlu diingat bahwa nilai rasio yang melampaui ambang batas tertentu juga dapat menimbulkan konsekuensi negatif, seperti persediaan terlalu cepat terjual yang berpotensi menyebabkan perusahaan mengalami kehabisan stok (*out of stock*).

Berdasarkan beberapa studi sebelumnya yang menunjukkan hasil dari pengaruh *inventory turnover* terhadap pertumbuhan laba, dimana studi yang dilakukan oleh (Rahmaniar Rahmaniar, 2024) menyatakan bahwa rasio *inventory turnover* memiliki dampak yang signifikan terhadap kesehatan finansial perusahaan dimana hal tersebut dapat memicu pertumbuhan laba dalam setiap periode. Sejalan

dengan penelitian oleh (Agus Petra et al., 2020) yang menyatakan bahwa rasio perputaran persediaan berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait bagaimana *inventory turnover* dapat mempengaruhi pertumbuhan laba pada subsektor yang *food and beverage*. Sehingga hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2: *Inventory Turnover* Berpengaruh Terhadap Pertumbuhan Laba pada Perusahaan Manufaktur Subsektor *Food and Beverage (FnB)*

c. Hipotesis Ketiga

Fahmi (2020:141) menguraikan bahwa *Net Profit Margin* atau margin keuntungan bersih merupakan parameter kunci yang digunakan untuk mengukur efektivitas entitas bisnis dalam menghasilkan laba bersih relatif terhadap total pendapatan operasionalnya. Menurut Kasmir (2016:199), rasio ini diperoleh melalui komparasi antara laba bersih pasca-bunga dan pajak (*net income after interest and tax*) dengan total pendapatan, sehingga menjadi indikator utama dalam mengevaluasi efisiensi pengelolaan sumber daya di berbagai aspek manajemen mulai dari produksi, distribusi, hingga strategi pemasaran. Peningkatan signifikan pada *net profit margin* mencerminkan optimalisasi biaya serta peningkatan produktivitas yang berdampak langsung pada surplus finansial perusahaan. Surplus ini, pada gilirannya, memperkuat struktur modal tanpa bergantung pada pinjaman tambahan, sekaligus meningkatkan ketahanan finansial jangka panjang melalui alokasi dana internal yang lebih fleksibel.

Berdasarkan sintesis studi empiris yang dilakukan oleh Widiasmara et al. (2022) dan Sipahutar et al. (2024), terungkap bahwa *Net Profit Margin* berkontribusi secara signifikan dalam memacu dinamika pertumbuhan keuntungan perusahaan. Hasil kajian Razak et al. (2021) juga mengonfirmasi hubungan kausal antara *net profit margin* dengan peningkatan laba bersih, dimana efisiensi operasional yang tercermin dalam margin keuntungan tinggi menjadi pendorong utama akselerasi profitabilitas. Konvergensi temuan ini didukung oleh Yusnita (2021), yang menyimpulkan bahwa peningkatan margin keuntungan bersih menjadi salah satu pendorong utama pertumbuhan laba melalui optimalisasi biaya dan pengelolaan sumber daya. Temuan-temuan ini menjadi dasar bagi peneliti untuk menguji kembali pengaruh *net profit margin* terhadap fluktuasi laba perusahaan dalam konteks studi ini. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut;

H3: *Net Profit Margin* Berpengaruh Terhadap Pertumbuhan Laba pada Perusahaan Manufaktur Subsektor *Food and Beverage (FnB)*

d. Hipotesis Keempat

Menurut Lasmi Wardiyah (2017:103), *Current Ratio* atau rasio likuiditas jangka pendek menjadi indikator penting dalam menilai kemampuan entitas bisnis untuk melunasi kewajiban finansial yang segera jatuh tempo dengan memanfaatkan aset lancar yang tersedia. Di sisi lain, Kasmir (2016:134) menggarisbawahi bahwa *current ratio* merupakan rasio yang umum digunakan untuk mengevaluasi kapasitas perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajiban berjangka pendek secara utuh, termasuk utang operasional yang harus diselesaikan pada masa penagihan. Kedua

perspektif tersebut menekankan peran *current ratio* sebagai parameter utama dalam mengukur kesehatan likuiditas serta stabilitas finansial perusahaan di tengah fluktuasi pasar. Nilai *current ratio* yang lebih tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan yang lebih baik dalam menutupi kewajiban jangka pendeknya. Kondisi likuiditas perusahaan yang semakin baik tercermin dari rasio ini, yang juga memudahkan perusahaan dalam memperoleh dana dari kreditor maupun investor. Dengan demikian, likuiditas yang kuat dapat membantu kelancaran operasi perusahaan dan berkontribusi pada peningkatan pertumbuhan laba.

Berdasarkan sintesis literatur empiris, kajian Syarafina et al. (2024) mengungkapkan bahwa *Current Ratio* memberikan kontribusi bermakna secara statistik dan hubungan proporsional positif terhadap dinamika pertumbuhan laba entitas bisnis. Temuan ini diperkuat oleh penelitian Busman Bactiar et al. (2022), yang mengonfirmasi hubungan kausal antara rasio likuiditas jangka pendek dengan peningkatan keuntungan perusahaan, dimana peningkatan *current ratio* secara parsial berdampak langsung pada akselerasi profitabilitas. Artinya, semakin tinggi rasio likuiditas yang dimiliki perusahaan, semakin besar kapasitasnya untuk mempertahankan momentum pertumbuhan laba dalam kondisi pasar yang kompetitif. Untuk memvalidasi konsistensi temuan tersebut, peneliti berinisiatif untuk menguji kembali pengaruh *current ratio* terhadap fluktuasi laba, dengan tujuan memperkuat kesimpulan dari studi sebelumnya yang relevan. Dengan demikian, hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H4: *Current Ratio* Berpengaruh Terhadap Pertumbuhan Laba pada Perusahaan Manufaktur Subsektor *Food and Beverage (FnB)*