

BAB 2

TUJUAN PUSTAKA DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Sinyal atau *Signaling Theory*

Penelitian ini menggunakan teori signal sebagai teori dasar. Menurut Spence (1973) teori sinyal menjelaskan perilaku dua pihak yang memiliki akses informasi yang berbeda, dimana pemberi sinyal (*signaler*) memberi tindakan untuk mempengaruhi perilaku penerima sinyal. *Signalling Theory* didasarkan terhadap asumsi bahwa manajer memiliki pengetahuan yang lebih luas daripada investor, yang mengakibatkan terjadinya ketidakseimbangan informasi. Oleh karena itu, untuk mengatasi permasalahan ini dan mengurangi ketidakseimbangan informasi yang sering terjadi, langkah yang dapat diambil adalah menyampaikan sinyal informasi keuangan yang kredibel kepada pihak luar melalui laporan keuangan perusahaan. Laporan ini tidak hanya memberikan transparansi, tetapi juga menciptakan kepastian terkait prospek keberlanjutan perusahaan di masa depan. Manajemen perusahaan memiliki banyak informasi penting yang berkaitan dengan operasi entitas bisnis dan potensi perkembangan perusahaan ke depannya.

Signal adalah suatu perbuatan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk membagikan investor arahan terkait pandangan manajemen tentang prospek kinerja perusahaan. Menurut Jagiyanto (2014) investor akan menerima informasi yang telah dipublikasikan oleh perusahaan dengan maksud untuk menganalisis dan menginterpretasinya, sehingga dapat mengetahui apakah informasi yang diberikan oleh perusahaan merupakan sinyal positif (*good news*) atau sinyal negatif (*bad news*). Dengan memberikan informasi yang lengkap dan sinyal positif kepada

pemegang saham, kepercayaan investor terhadap perusahaan akan semakin meningkat. *Signalling Theory* menyoroti kepentingan informasi yang diberikan oleh perusahaan kepada investor yang berada di luar perusahaan. Jika perusahaan mencatatkan laba yang tinggi, hal ini akan memberikan sinyal positif kepada investor. Para pengguna laporan keuangan perusahaan akan memanfaatkan berbagai informasi sebanyak mungkin yang terdapat dalam laporan keuangan yang dipublikasikan. Informasi tersebut menjadi acuan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan dan melakukan spekulasi terhadap keuangan perusahaan di masa mendatang. Kinerja perusahaan yang dinilai melalui profitabilitas (laba) menjadi fokus utama, karena laba yang berkualitas akan mencerminkan keberlanjutan laba di masa depan.

Pihak internal atau eksternal perusahaan dapat mengambil manfaat dari informasi tentang *profit growth*, untuk menjelaskan bagaimana pertumbuhan laba perusahaan dapat memberikan sinyal kepada investor dan pihak eksternal lainnya mengenai prospek dan kondisi keuangannya di masa depan, informasi yang disampaikan oleh perusahaan berfungsi untuk mengurangi asimetri informasi antara manajemen dan investor. Menurut teori sinyal *profit growth* yang tinggi dianggap sinyal positif bagi para investor, karena efisiensi operasional meningkat, dan potensi keberlanjutan pendapatan semakin lebih besar. Manajemen memiliki informasi yang lebih rinci untuk memberi sinyal kepada pasar mengenai kondisi Perusahaan dan para investor dapat memanfaatkan informasi tersebut untuk menilai kelayakan investasi.

Firm Size atau ukuran Perusahaan sering digunakan sebagai salah satu *indicator* yang memberikan sinyal kepada investor, kreditur, dan pihak eksternal lainnya tentang stabilitas dan kapasitas suatu perusahaan, teori sinyal menjelaskan informasi terkait ukuran Perusahaan dapat mengurangi asimetri informasi antara manajemen dan pihak eksternal, karena ukuran perusahaan dipandang dapat mencerminkan kekuatan finansial, efisiensi operasional, dan daya saing di pasar. Perusahaan besar biasanya memiliki reputasi yang lebih kuat di pasar, baik dari sisi produk maupun manajemen, hal itu dapat meningkatkan kepercayaan investor dan mencerminkan kapasitas untuk melakukan inovasi lebih, dan mendukung strategi persaingan ekspansi ke pasar yang lebih luas.

Menurut teori sinyal *capital structure* menunjukkan bahwa manajemen percaya pada perusahaan dan kemampuan untuk menghasilkan pendapatan yang cukup untuk memenuhi kewajiban hutang, dalam beberapa kondisi sinyal di anggap sebagai komitmen yang dapat mendorong manajemen untuk bekerja lebih keras dan menghindari keputusan yang merugikan pemegang saham, kreditur akan melakukan evaluasi ketat sebelum memberikan pinjaman, sehingga keberhasilan mendapatkan utang besar menjadi sinyal tentang kesehatan finansial suatu perusahaan.

Teori sinyal *revenue growth* dapat memberikan sinyal penting untuk pihak eksternal karena pertumbuhan pendapatan sering dianggap sebagai pertanda baik yang menunjukkan keberhasilan strategi perusahaan dalam meningkatkan pangsa pasar, efisiensi operasional, ataupun daya saing, pertumbuhan pendapatan yang stabil dianggap sebagai sinyal positif tentang kesehatan finansial perusahaan, hal

ini pertanda bahwa perusahaan mampu menarik lebih banyak pelanggan atau meningkatkan penjualan produk atau layanan. *Revenue growth* membantu mengurangi asimetri informasi antara pihak manajemen dan eksternal. Ketika manajemen melaporkan peningkatan pendapatan, hal ini memberi sinyal terhadap pasar bahwa perusahaan memiliki kinerja operasional yang baik dan potensi berkembang di masa yang akan datang.

2.1.2 Firm Size

a) Pengertian Firm Size

Jazilah & Budianto (2024) menyatakan bahwa ukuran perusahaan adalah sejauh mana bisa mengidentifikasi seberapa besar atau kecil suatu perusahaan. semakin besar suatu perusahaan maka semakin banyak pula modal yang diinvestasikan, sehingga sumber daya dan dana yang lebih besar dalam perusahaan cenderung mempunyai permintaan yang lebih besar terhadap informasi pelaporan perusahaan. Menurut Umiyati & Baiquni (2019) besar kecilnya suatu perusahaan ditentukan oleh total aset perusahaan yang tersedia untuk kegiatan operasional perusahaan. Ketika suatu perusahaan memiliki neraca yang besar, maka manajemen mempunyai kebebasan yang lebih besar dalam bagaimana menggunakan aset perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan secara umum dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar atau kecilnya suatu objek. Dengan demikian ukuran perusahaan merupakan sesuatu yang dapat mengukur atau menentukan nilai dari besar atau kecilnya perusahaan, Rizal & Ana (2016).

Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai besar kecilnya perusahaan yang ditentukan oleh nilai ekuitas, nilai penjualan, atau nilai total aset. Menurut

Melakukan pengukuran terhadap ukuran perusahaan dapat dilakukan dengan ukuran aset digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva, yang ada pada penelitian Ramadhan Riza, Cahyaningati Rettno (2022). Dalam konteks ini, ukuran perusahaan berfungsi sebagai salah satu faktor penentu dalam struktur keuangan. Dengan demikian, ukuran perusahaan dapat dilihat sebagai skala yang mencerminkan proporsi perusahaan, yang terukur melalui berbagai indikator, seperti nilai ekuitas, total penjualan, jumlah karyawan, dan nilai total aset. Indikator-indikator ini berfungsi sebagai variabel yang mengukur kebutuhan layanan atau produk yang ditawarkan oleh organisasi.

Berbagai parameter dapat digunakan untuk menetapkan ukuran perusahaan, seperti total aktiva, pendapatan penjualan, modal, laba, dan lain sebagainya, yang semuanya mempengaruhi dimensi perusahaan, menurut Sartono (2016), mengemukakan bahwa terdapat tiga pendekatan yang umum digunakan untuk mengukur ukuran perusahaan, yaitu:

- 1) Besarnya total aktiva.

Total aktiva sebuah perusahaan mencakup semua harta yang dimilikinya, termasuk aktiva lancar dan aktiva tetap. Ukuran perusahaan dapat ditentukan berdasarkan besarnya total aktiva yang dimiliki. Jika sebuah perusahaan memiliki total aktiva yang besar, maka dapat dikategorikan sebagai perusahaan besar. Sebaliknya, jika total aktiva yang dimiliki relatif kecil, maka perusahaan tersebut dapat dianggap sebagai perusahaan kecil

2) Besarnya hasil penjualan

Hasil penjualan merupakan jumlah pendapatan yang dihasilkan oleh perusahaan melalui kegiatan jual-beli untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Besarnya hasil penjualan dapat menjadi indikator ukuran perusahaan. Perusahaan yang memiliki hasil penjualan yang tinggi cenderung dapat diklasifikasikan sebagai perusahaan besar, sementara perusahaan dengan hasil penjualan yang lebih rendah kemungkinan termasuk dalam kategori perusahaan kecil.

3) Besarnya kapitalisasi pasar

Kapitalisasi pasar adalah jumlah total saham yang diterbitkan oleh sebuah perusahaan di pasar. Ketika harga saham suatu perusahaan meningkat, jumlah saham yang beredar juga bertambah, yang mengakibatkan peningkatan kapitalisasi pasar perusahaan tersebut. Kapitalisasi pasar yang besar dan stabil dapat menjadi indikator ukuran perusahaan, dimana perusahaan dengan kapitalisasi pasar yang tinggi cenderung diklasifikasikan sebagai perusahaan besar.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan dapat dilihat dari banyaknya jumlah aset yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perolehan laba. Semakin besar ukuran suatu perusahaan, biasanya akan mempunyai kekuatan tersendiri dalam menghadapi masalah-masalah bisnis serta kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba tinggi karena didukung oleh aset yang besar sehingga kendala perusahaan dapat di atasi. Perusahaan yang memiliki total aktiva atau total

aset besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini pertumbuhan laba sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama.

b) Manfaat dan Tujuan Ukuran Perusahaan

Manfaat Ukuran Perusahaan yaitu : Digunakan untuk mewakili karakteristik keuangan perusahaan. Perusahaan besar yang sudah *well established* akan lebih mudah memperoleh modal di pasar modal dibanding dengan perusahaan kecil. Karena kemudahan akses tersebut berarti perusahaan besar memiliki fleksibilitas yang lebih besar.

Tujuan ukuran perusahaan yaitu :

- 1) Dapat dijadikan sebagai *proxy* atas tingkat ketidakpastian saham. Perusahaan berskala besar cenderung lebih dikenal masyarakat sehingga informasi mengenai prospek perusahaan lebih mudah didapat jika dibandingkan dengan perusahaan skala kecil. Dengan hal ini, maka ketidakpastian terhadap nilai perusahaan menjadi berkurang yang akan membuat tingkat *underpricing* pun akan semakin rendah seiring dengan banyaknya informasi yang diperoleh.
- 2) Ukuran perusahaan dapat digunakan sebagai acuan atau pertimbangan bagi perusahaan untuk melakukan lindung nilai (*hedging*). Perusahaan berskala besar cenderung akan melaksanakan lindung nilai. Karena semakin besarnya perusahaan maka risiko yang akan dialami perusahaan akan semakin besar. Risiko yang dimiliki perusahaan skala besar lebih banyak karena operasional yang dilakukan biasanya tidak

hanya mencakup dalam negeri saja, namun juga melakukan transaksi antar negara.

c) Indikator Ukuran Perusahaan

Indikator ukuran perusahaan dapat diklasifikasikan sebagai perubahan besar atau kecil didasari oleh indikator yang mempengaruhinya. Windy Novianty dan Wendy May (2018) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan dilihat dari bidang bisnis yang sedang dioperasikan. Ukuran perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total penjualan, total asset, tingkat penjualan rata-rata.

Sedangkan menurut Mashur Ali (2020) “Ukuran perusahaan (*firm size*) adalah besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total asset atau besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total asset “

Dari beberapa indikator yang mempengaruhi pengklasifikasian dalam ukuran perusahaan, maka indikator dalam penelitian ini dibatasi agar lebih berfokus dan hasil yang dicapai sesuai dengan asumsi yang diharapkan. Salah satu indikator yang dipilih untuk digunakan dalam penelitian ini adalah total asset. Dalam PSAK Nomor 1 (2007:10) yang dimaksud dengan asset adalah : “Segala manfaat ekonomi yang mengandung potensi dalam suatu yang produktif dan merupakan bagian dari aktivitas operasional perusahaan. Mungkin pula berbentuk sesuatu yang dapat di ubah menjadi kas atau berbentuk sesuatu yang dapat di ubah menjadi kas atau berbentuk kemampuan untuk mengurangi pengeluaran kas, seperti penurunan biaya akibat proses produksi alternatif.”

Ukuran perusahaan Rahmawati (2017) adalah ukuran atas besarnya asset yang dimiliki perusahaan sehingga perusahaan besar umumnya mempunyai total asset

yang besar pula. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini dilihat berdasarkan dari besarnya total asset yang dimiliki perusahaan. Menurut Agus Sawir (2004:101-102), ukuran perusahaan dinyatakan sebagai determinan dari struktur keuangan dalam hampir setiap studi untuk alasan yang berbeda:

- 1) Ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan memperoleh dana dari pasar modal. Perusahaan kecil umumnya kekurangan akses ke pasar modal yang terorganisir, baik untuk obligasi maupun saham.
- 2) Ukuran perusahaan menentukan kekuatan tawar-menawar dalam kontrak keuangan. Perusahaan besar biasanya dapat memilih pendanaan dari berbagai bentuk hutang, termasuk penawaran special yang lebih menguntungkan dibandingkan yang ditawarkan perusahaan kecil. Ada kemungkinan pengaruh skala dalam biaya dan return membuat perusahaan yang lebih besar dapat memperoleh lebih banyak laba. Pada akhirnya, ukuran perusahaan diikuti oleh karakteristik lain yang mempengaruhi struktur keuangan. Karakteristik lain tersebut seperti perusahaan sering tidak mempunyai staf khusus, tidak menggunakan rencana keuangan, dan tidak mengembangkan sistem akuntansi mereka menjadi suatu sistem manajemen.

d) Klasifikasi *Firm Size*

Menurut UU RI No. 20 Tahun 2008 jenis ukuran perusahaan berdasarkan nilai kekayaan dan hasil penjualan dibagi menjadi tiga jenis perusahaan, yaitu :

- 1) Usaha Kecil : memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha

atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

- 2) Usaha kecil : memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah).
- 3) Usaha menengah : memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus ribu rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

UU RI No. 20 Tahun 2008 mengklasifikasikan empat kategori ukuran perusahaan, yaitu :

- 1) Usaha mikro
Usaha mikro merupakan usaha milik individu dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro dalam undang undang.
- 2) Usaha Kecil
Usaha menengah merupakan usaha yang dimiliki oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau

menjadi bagian langsung dari usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria dalam undang undang.

3) Usaha Menengah

Usaha menengah merupakan usaha yang berdiri sendiri tanpa ada campur tangan dari pihak lain. Dan juga memiliki jumlah kekayaan yang memenuhi sebagai usaha menengah yang memenuhi memenuhi kriteria dalam undang undang.

4) Usaha Besar

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

Dalam penelitian ini ukuran perusahaan ditetapkan sebagai metode untuk menentukan ukuran perusahaan ditetapkan sebagai metode untuk menentukan ukuran perusahaan yang mampu dinyatakan melalui jumlah aktiva entitas. Hal ini mencerminkan gambaran tentang seberapa besar atau kecilnya suatu perusahaan berdasarkan jumlah aset yang dimilikinya. Ukuran perusahaan ini menggambarkan dimensi sumber daya perusahaan, dengan asumsi bahwa semakin besar suatu perusahaan, maka semakin besar pula sumber daya yang dimilikinya Choi et al (2013). Rumus perhitungannya sebagai berikut:

1) Ukuran Perusahaan = $\ln(\text{Total Aset})$

Aset adalah properti atau sumber daya yang dimiliki perusahaan. Semakin banyak aset yang dimiliki perusahaan, semakin baik perusahaan dapat

berinvestasi dan memenuhi permintaan produk. Hal ini akan meningkatkan pangsa pasar yang diperoleh dan mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Asset secara umum memiliki nilai yang sangat tinggi dibandingkan dengan variabel keuangan lainnya. Akibatnya, variabel aset harus diperhalus menjadi Log Asset atau Ln Total Asset.

2.1.3 *Capital Structure*

a) Pengertian *Capital Structure*

Capital structure merupakan bagian dari struktur keuangan yang berupa perimbangan antara total utang dan modal sendiri Muyasarah et al (2023) yang dikutip dari Shelmo (2023). Struktur modal merupakan proporsi dana perusahaan yang terdiri dari ekuitas, utang, saham biasa, dan saham preferen digunakan untuk mendanai kegiatan jangka panjang perusahaan, Clarinda et al (2023). Struktur modal adalah perpaduan antara berbagai sumber pendanaan yang digunakan oleh perusahaan, termasuk utang, ekuitas, dan instrumen keuangan lainnya, untuk mendanai operasi dan pertumbuhannya. Peran utama struktur modal dalam suatu perusahaan adalah memastikan ketersediaan dana yang memadai untuk menjalankan operasional sehari-hari, mencapai efisiensi biaya, serta mendukung pertumbuhan tanpa mengambil risiko keuangan yang berlebihan.

b) *Proxy Capital Structure*

1) *Debt to Equity Ratio*

Menurut Sari et al (2023) *Debt to Equity Ratio* yakni rasio membantu menentukan hasil perbedaan jumlah yang belum dibayar suatu perusahaan terhadap ekuitas perusahaan. Rasio ini menunjukkan seberapa banyak uang

yang diperoleh perusahaan dari kreditor dibandingkan dengan jumlah uang yang dimilikinya. Peran rasio ini adalah untuk memahami proporsi setiap modal yang dipakai untuk menjamin utang, rasio ini biasanya digunakan untuk menunjukkan bahwa debitur sehat secara finansial dan rentan terhadap gagal bayar. Menurut Shelemo (2023) , rumus untuk mengukur *Debt to Equity Ratio* (DER) adalah sebagai berikut :

$$Debt to Equity Ratio (DER) = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

2) *Debt to Assets Ratio* (DAR)

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Roni & Dewi (2015) *Debt to Assets Ratio* (DAR) yakni rasio yang belum dibayar yang membandingkan total hutang terhadap total aset. Dengan kata lain, pengelolaan aset dipengaruhi oleh seberapa banyak aset perseroan yang dipakai oleh hutang, atau banyaknya belum dibayar yang dimiliki perusahaan. Apabila terdapat banyak modal pinjaman, maka perusahaan semakin sulit memperoleh pembiayaan tambahan karena potensi ketidakmampuan perusahaan untuk melunasi hutangnya ketika rasio ini tinggi. Namun sebaliknya, rasio yang lebih rendah menghasilkan lebih banyak modal hutang bagi perusahaan. Menurut Pasaribu et al (2024) berikut ini adalah rumus *Debt to Assets Ratio* (DAR) :

$$Debt to Assets Ratio (DAR) = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}} \times 100 \%$$

3) *Long Term Debt to Equity*

Long Term Debt to Equity yakni rasio yang mengacu pada hubungan antara belum dibayar dalam waktu yang lama dan ekuitas. Hal ini bertujuan untuk meninjau proporsi setiap rupiah ekuitas yang dipakai untuk menjamin hutang

dalam waktu yang lama dengan membandingkannya dengan ekuitas perusahaan yang disediakan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nofiantika (2023) berikut ini adalah rumus *Long Term Debt to Equity* :

$$\text{Long Term Debt to Equity} = \frac{\text{Hutang Jangka Panjang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

c) Faktor – faktor yang Mempengaruhi *Capital Structure*

Faktor-faktor utama yang mempengaruhi struktur modal menurut Tanjung (2015):

1) *Cash flow* (aliran kas)

Penambahan utang atau saham preferen akan meningkatkan beban dalam arus kas, sebaliknya penjualan saham biasa bisa memperbaiki arus kas perusahaan.

2) *Market Condition* (kondisi pasar)

Kondisi pasar bisa mempengaruhi penentuan daya tarik dari berbagai sumber pembiayaan yang berbeda. Pada saat harga saham perusahaan rendah, penggunaan biaya utang lebih menarik daripada pembiayaan melalui saham biasa, dan pada saat harga saham perusahaan naik penjualan biasa akan lebih menarik.

3) *Profitability and stability* (laba dan kestabilan pasar)

Semakin tinggi laba dan stabilitas pasar, maka akan dapat struktur modal dengan leverage yang tinggi dan relatif lebih aman daripada perusahaan yang laba dan stabilitasnya kurang.

4) *Control* (pengendalian)

Manajemen yang memikirkan kontrol akan lebih memilih menerbitkan obligasi daripada saham biasa, karena obligasi tidak mengurangi kepemilikan.

5) *Management preference* (perilaku manajer)

Para manajer mempunyai perilaku yang berbeda dalam memandang resiko dan pemilikan struktural modal.

6) *Financial flexibility* (keuangan)

Keputusan pemberian sekarang dipenuhi oleh keinginan pemberian perusahaan dimasa yang akan datang.

7) *Business risk* (Risiko bisnis)

Semakin besar bisnis dan resiko operasi perusahaan, semakin kecil utang yang seharusnya digunakan oleh perusahaan.

2.1.5 *Profit Growth*

1. Pengertian *Profit Growth*

Menurut Hamidu, (2013) Dalam konsep dasar penyusunan dan penyajian laporan keuangan, *income* (penghasilan) adalah kenaikan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi dalam bentuk pemasukan atau penambahan aktiva atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal. Laba adalah perbedaan antara pendapatan (*revenue*) yang direalisasi yang timbul dari transaksi pada periode tertentu dengan biaya-biaya yang dikeluarkan pada periode tersebut. *Profit growth* merupakan persentase peningkatan laba perusahaan dalam suatu periode waktu dibandingkan dengan periode waktu yang sebelumnya, *Profit growth*, atau pertumbuhan laba, merujuk

pada peningkatan laba atau keuntungan yang diperoleh suatu perusahaan seiring berjalannya waktu. Laba diukur melalui laporan keuangan, seperti laba bersih, laba kotor, atau laba operasional. Pertumbuhan laba mencerminkan seberapa efektif perusahaan dalam mengelola sumber daya, meningkatkan pendapatan, dan mengontrol biaya, dengan tujuan untuk menciptakan nilai yang lebih besar bagi pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya. Pertumbuhan laba dipengaruhi oleh perubahan komponen - komponen dalam laporan keuangan. *Profit growth* sangat penting bagi Perusahaan karena dapat sebagai indikator kesehatan keuangan, daya tarik investor, ketahanan dalam kompetensi, karena laba yang meningkat memungkinkan perusahaan untuk tetap kompetitif dengan menyesuaikan strategi atau investasi. Menurut Anggraini et al (2024) pertumbuhan laba menjadi indikator kunci kesehatan finansial dan keberlanjutan perusahaan. Pertumbuhan laba juga dapat di artikan sebagai rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan meningkatkan laba bersih dibanding tahun sebelumnya. Perusahaan yang memiliki laba yang tinggi memungkinkan untuk memprediksi besarnya estimasi laba dimasa yang akan datang. Hal ini dapat digambarkan dengan rasio pertumbuhan, Sudarta (2022) Tujuan utama bisnis pada dasarnya adalah untuk mencapai laba yang tertinggi, keberhasilan yang baik dapat diperoleh dari tingkat laba yang telah dicapai perusahaan dari masing-masing instansi.

2. *Proxy Profit Growth*

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hasanah (2023) dapat di peroleh dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\text{Profit Growth} = \frac{\text{Laba Bersih Periode t} - \text{Laba bersih Periode t-1}}{\text{Laba Bersih Periode t-1}} \times 100\%$$

Keterangan:

Laba bersih periode t = laba bersih setelah pajak periode sekarang

Laba bersih periode $t-1$ = laba bersih setelah pajak periode sebelumnya

3. Faktor Yang Mempengaruhi *Profit Growth*

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Dianty (2022) *profit growth* dipengaruhi oleh:

- 1) Semakin besar perusahaan, semakin tinggi akurasi pertumbuhan laba yang diharapkan.
- 2) Perusahaan yang baru berdiri kurang berpengalaman dalam meningkatkan laba, sehingga keakuratannya masih rendah.
- 3) Jika hutang perusahaan tinggi, manajer cenderung memanipulasi laba untuk mengurangi akurasi pertumbuhan laba.
- 4) Tingkat penjualan di masa lalu sangat tinggi, dan Tingkat penjualan di masa mendatang akan lebih tinggi, sehingga pertumbuhan laba akan lebih tinggi.
- 5) Semakin besar perubahan pendapatan masa lalu, semakin besar ketidakpastian pendapatan di masa depan.

4. Manfaat *Profit Growth*

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Dwi Poetra (2019) yaitu sebagai berikut :

- 1) Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam melaksanakan aktivitas kinerja operasi perusahaan.
- 2) Untuk mengukur dan menghitung keuntungan yang diperoleh dalam suatu periode tertentu.

- 3) Untuk menilai keadaan laba perusahaan di tahun sebelumnya dengan tahun saat ini.
- 4) Untuk menilai perkembangan keuntungan yang diperoleh dari waktu ke waktu.
- 5) Untuk menilai berapa besar laba bersih sesudah pajak dengan modal yang dimiliki sendiri.
- 6) Untuk mengukur kapasitas produksi dari seluruh dana perusahaan yang dipakai baik oleh modal sendiri maupun modal pinjaman.

Manfaat pertumbuhan laba menurut Haryono Maryati & Siswanti (2022) yaitu memberikan manfaat yang luas bagi perusahaan, mulai dari peningkatan nilai perusahaan, kepercayaan investor, hingga kemampuan ekspansi dan stabilitas finansial. Dengan menjaga pertumbuhan laba, perusahaan dapat memastikan kelangsungan bisnisnya dalam jangka panjang dan sebagai dasar pengambilan keputusan apakah perusahaan akan membagi laba secara dividen kepada pemilik saham atau akan ditahan dalam bentuk laba ditahan guna pendanaan investasi di masa yang akan datang.

2.1.4 *Revenue Growth*

- a) Pengertian *Revenue Growth*

Menurut Nurmasari (2019) melalui Suyono et al (2023) pertumbuhan pendapatan merupakan persentase dari selisih pendapatan perusahaan saat ini dengan periode sebelumnya. Perusahaan memainkan peranan yang sangat penting, karena mencerminkan kinerja keuangan, kemampuan beradaptasi, dan potensi untuk mencapai tujuan jangka panjang. Pertumbuhan pendapatan tidak hanya

memberikan manfaat finansial, tetapi juga membawa banyak keuntungan strategis dan operasional. Pertumbuhan pendapatan meningkatnya total pendapatan atau penghasilan perusahaan dalam periode tertentu, yang biasanya dihitung secara kuartalan atau tahunan. Dengan menganalisis pertumbuhan pendapatan sepanjang periode tersebut, perusahaan Anda dapat menggali wawasan mengenai efektivitas kampanye pemasaran, inisiatif retensi pelanggan, serta pengembangan produk. Para investor memandang pertumbuhan pendapatan sebagai salah satu indikator krusial dalam menilai daya tarik dan keberlanjutan sebuah bisnis. Pertumbuhan pendapatan yang konsisten dan signifikan menjadi sinyal positif bagi investor bahwa perusahaan berada di jalur menuju kesuksesan. Hal ini berpotensi meningkatkan nilai perusahaan, yang dapat membuka peluang untuk investasi, kemitraan, atau kesepakatan akuisisi yang lebih menguntungkan dan mendorong pertumbuhan yang lebih besar.

b) Fungsi *Revenue Growth*

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Dianty (2022) Pertumbuhan pendapatan diprosikan dengan berapa besar peningkatan pendapatan perusahaan. Pendapatan yang diterima perusahaan bersumber dari penjualan yang dilakukan oleh perusahaan. Semakin banyak produk perusahaan yang terjual semakin besar pendapatan yang diterima perusahaan. Pertumbuhan pendapatan menjadi indikator utama keberhasilan perusahaan dalam menarik pelanggan dan menjual produk atau layanan, Dengan hasil pendapatan yang meningkat, perusahaan memiliki potensi meningkatkan margin laba jika biaya tetap atau tumbuh lebih lambat dibandingkan pertumbuhan pendapatan, dan pertumbuhan pendapatan yang tinggi juga dapat

meningkatkan kepercayaan pasar, investor dan mitra bisnis lainnya dengan pendapatan yang terus meningkat maka perusahaan dapat menyisihkan dana untuk menghadapi suatu risiko yang tidak terduga.

c) *Proxy Revenue Growth*

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ummah & Andini (2019) pengukuran untuk menilai seberapa besar rasio pertumbuhan pendapatan suatu perusahaan dapat dihitung menggunakan rumus berikut:

$$\text{Revenue Growth} = \frac{\text{Pendapatan tahun ini} - \text{Pendapatan Tahun lalu}}{\text{Pendapatan tahun lalu}} \times 100\%$$

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	T. E. Putri & Andriansyah (2022)	Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Pertumbuhan Laba	X1: Struktur Modal X2: Ukuran Perusahaan X3: Pertumbuhan Penjualan Y: Pertumbuhan Laba	Teknik analisis data yang digunakan adalah data kuantitatif dimana perhitungannya menggunakan metode statistik Metode analisis regresi linear berganda model data panel	Hasil penelitian ini adalah struktur modal, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap pertumbuhan laba
2.	Razak (2021)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Net Profit Margin, dan Total Asset Turn Over terhadap Pertumbuhan Laba	X1: Ukuran Perusahaan X2: Net Profit Margin, X3: Total Asset Turn over Y: Pertumbuhan Laba	Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, analisis regresi dengan bantuan Eviews 10	Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba, NPM berpengaruh terhadap pertumbuhan laba, Total Asset Turn Over tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba
3.	Jelita Anggraini & Muhammad Rivandi (2023)	<i>Return On Assets</i> Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pertumbuhan Laba Perusahaan Consumer Goods Tahun 2018 – 2021	X1: <i>Return On Assets</i> X2: Ukuran Perusahaan Y: Pertumbuhan Laba	Menggunakan kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif, analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.	Hasil penelitian ini <i>Return On Assets</i> Dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pertumbuhan laba

4.	D. Erawati (2021)	Pengaruh Struktur Modal dan Likuiditas Terhadap Pertumbuhan Laba Pada PT.Recsalog Geoprima Periode 2014-2021	X1: Struktur Modal X2: Likuiditas Y: Pertumbuhan Laba	Metodologi menggunakan metode kuantitatif ,pendekatan kausal komparatif yang berarti penelitian yang menunjukan hubungan variabel dependen dengan variabel independen.	Hasil dari Penelitian ini Struktur Modal dan Likuiditas berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba
5.	Hasanah (2023)	Pengaruh Struktur Modal Dan Perputaran Persediaan Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021	X1: Struktur Modal X2: Perputaran Persediaan Y: Pertumbuhan Laba	Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan kuantitatif Menggunakan <i>purposive sampling</i>	Hasil dari penelitian ini adalah Struktur Modal Dan Perputaran Persediaan berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba
6.	Pokhrel (2024)	Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan Perputaran Persediaan terhadap Pertumbuhan Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan Batu Bara yang Terdaftar di BEI tahun 2021-2023)	X1: <i>Return On Assets</i> X2: <i>Net Profit Margin</i> X3: <i>Debt to Equity Ratio</i> Y: Pertumbuhan Laba	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.	Hasil dari penelitian ini Struktur Modal, Perputaran Persediaan,Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba
7.	Ummah & Andini (2019)	Pengaruh Pertumbuhan Pendapatan, Ukuran Perusahaan, <i>Inventory Turnover</i> Dan Kebijakan Dividen Terhadap Pertumbuhan Laba(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017)	X1: Pertumbuhan Pendapatan X2: Ukuran Perusahaan X3 <i>Inventory Turnover</i> X4: Kebijakan Dividen Y: Pertumbuhan Laba	Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode <i>purposive sampling</i> , analisis data yang digunakan adalah Analisis regresi linier berganda	Hasil dari penelitian ini adalah. Pertumbuhan Pendapatan berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba. <i>Inventory Turnover</i> tidak berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba. Kebijakan Dividen berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba

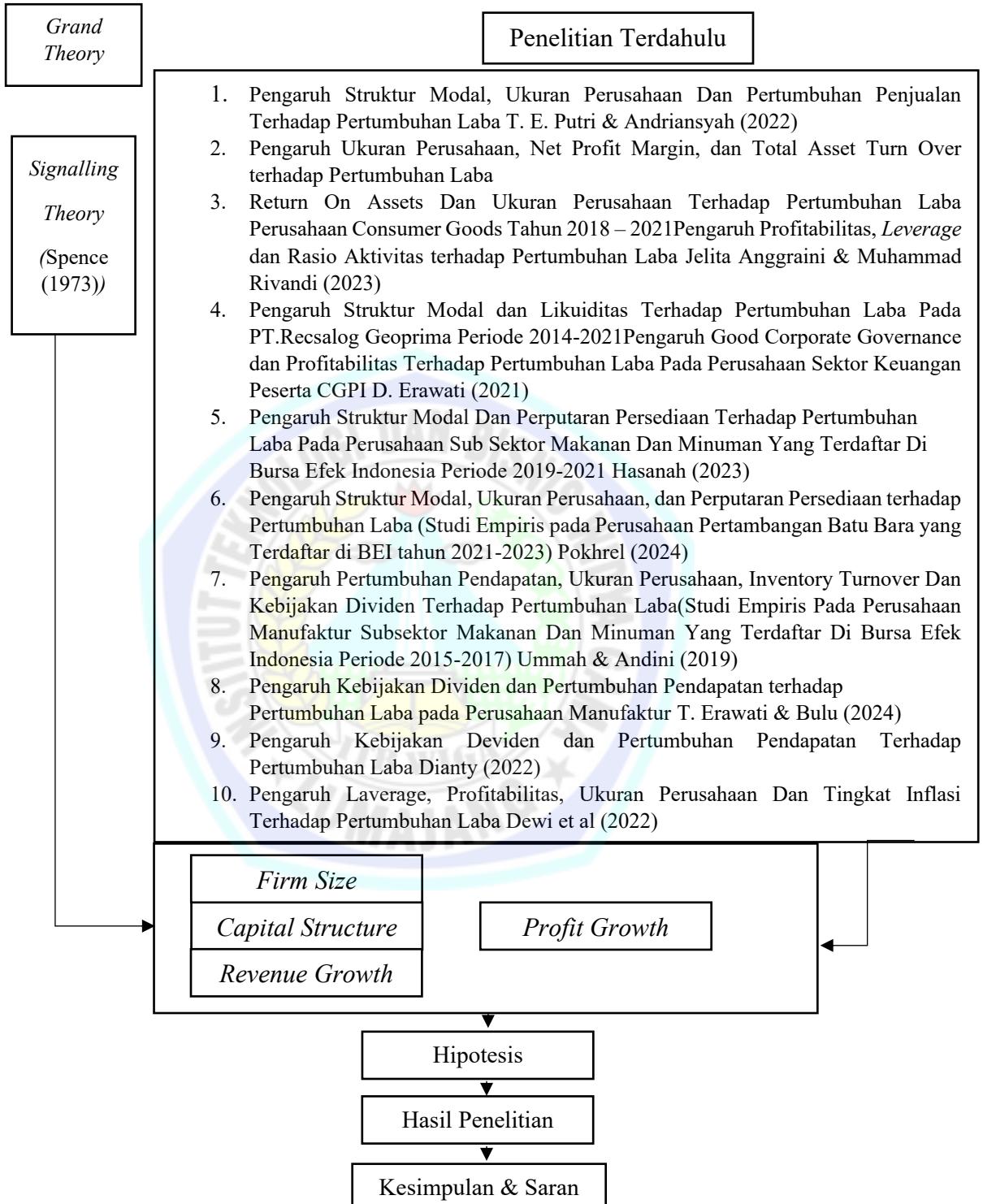
8.	T. Erawati & Bulu (2024)	Pengaruh Kebijakan Dividen dan Pertumbuhan Pendapatan terhadap Pertumbuhan Laba pada Perusahaan Manufaktur	X1: Kebijakan Dividen X2: Pertumbuhan Pendapatan Y: Pertumbuhan Laba	Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan <i>purposive sampling</i> , Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.	Hasil dari penelitian ini Kebijakan Dividen dan Pertumbuhan Pendapatan berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba
9.	Dianty (2022)	Pengaruh Kebijakan Deviden dan Pertumbuhan Pendapatan Terhadap Pertumbuhan Laba	X1: Kebijakan Deviden X2: Pertumbuhan Pendapatan Y: Pertumbuhan Laba	Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif kuantitatif, Penelitian ini menggunakan data sekunder	Hasil dari penelitian ini Kebijakan Deviden dan Pertumbuhan Pendapatan berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba
10.	Dewi et al (2022)	Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Tingkat Inflasi Terhadap Pertumbuhan Laba	X1: Leverage X2: Profitabilitas X3: Ukuran Perusahaan X4: Tingkat Inflasi Y: Pertumbuhan Laba	Jenis pendekatan yang dapat dipakai dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif titik kemudian penelitian ini pun memakai jenis penelitian non eksperimen yaitu regresi linear berganda.	Hasil dari penelitian ini Leverage berpengaruh terhadap pertumbuhan laba Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Tingkat Inflasi

Sumber Data : Peneliti Terdahulu Tahun 2019-2024.

2.3 Kerangka Penelitian

Untuk mengetahui masalah yang akan di bahas, perlu adanya kerangka pemikiran yang merupakan landasan dalam meneliti bertujuan untuk menemukan mengembangkan dan menguji kebenaransuatu penelitian. Kerangka pemikiran pada penelitian ini menunjukkan hubungan antara variable bebas yang terdiri dari *firm size* (X1), *capital structure* (X2) dan *revenue growth* (X3) akan mempengaruhi variabel terkait yaitu *profit growth* (Y). berdasarkan hal tersebut, kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :

2.3.1 Kerangka Pemikiran

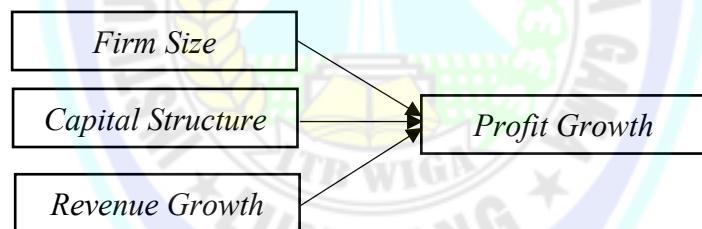


Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Sumber Data : Teori yang Relevan dan Penelitian Terdahulu

2.3.2 Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini, kerangka konseptual diuraikan untuk menjelaskan bagaimana variabel bebas mempengaruhi *profit growth* perusahaan secara parsial dan simultan oleh variabel terikat dapat dijelaskan dalam penelitian ini dengan menggunakan kerangka konseptual. Berdasarkan teori yang telah dipaparkan sebelumnya dan penelitian terdahulu dengan menggunakan variabel yang sama, terdapat beberapa faktor yang digunakan sebagai penilaian kondisi *profit growth* suatu perusahaan. Peneliti menguji beberapa faktor yang mempunyai pengaruh terhadap *profit growth* pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2021-2023 melalui *firm size*, *capital structure*, *revenue growth*. Sehingga dapat digambarkan kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual

Sumber : T. E. Putri & Andriansyah (2022), Zailani et al (2020), Asiva Noor Rachmayani (2015)

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu dugaan sementara yang dapat diartikan sebagai pendapat yang ditegakkan atau kepastian. Kata hipotesis berasaskan dari Bahasa Yunani, yaitu *hypo* yang artinya dibawah dan *thesis* yang artinya pendirian. Maka hipotesis merupakan argumen yang perlu diragukan kebenarannya. Untuk dapat

memastikan kebenaran dari argumen tersebut, maka suatu hipotesis perlu dilakukan pengujian dan dibuktikan kebenarannya melalui pengumpulan dengan menganalisis data penelitian. Hipotesis dapat disusun oleh peneliti berdasarkan landasan teori yang kuat dan didukung hasil-hasil penelitian yang relevan.

2.4.1 Pengaruh *Firm Size* terhadap *Profit Growth*

Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka kelangsungan usaha perusahaan tersebut akan semakin tinggi dalam meningkatkan kinerja keuangan sehingga perusahaan tidak perlu melakukan praktik manipulasi laba T. E. Putri & Andriansyah (2022), ukuran perusahaan berkontribusi positif terhadap pertumbuhan laba. Perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki lebih banyak sumber daya, mencapai skala ekonomi yang lebih efisien, serta memiliki kemampuan yang lebih baik untuk memanfaatkan peluang pasar. Faktor-faktor ini berperan penting dalam mendorong pertumbuhan laba yang lebih tinggi. Ukuran perusahaan ternyata tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Meskipun perusahaan besar sering kali memiliki banyak keunggulan, faktor-faktor lain seperti efisiensi operasional, strategi manajemen, dan kondisi pasar justru memiliki peran yang lebih signifikan dalam menentukan pertumbuhan laba. Ukuran perusahaan (*firm size*) mencerminkan stabilitas dalam hal aset dan modal. Perusahaan yang besar memiliki lebih banyak keleluasaan untuk mengembangkan aktivitas operasionalnya, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi besarnya keuntungan yang diperoleh. Namun, perusahaan besar juga menghadapi risiko yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan kecil. Seiring dengan pertumbuhan ukuran perusahaan, pertumbuhan laba pun cenderung meningkat.

Studi tentang *firm size* dan *profit growth* ditunjukkan dalam penelitian sebelumnya, menurut penelitian yang dilakukan oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh T. E. Putri & Andriansyah (2022) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pertumbuhan laba *firm size*. Penelitian yang dilakukan oleh Jelita Anggraini & Muhammad Rivandi (2023) ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Razak (2021) ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Berdasarkan uraian tersebut, dalam penelitian ini diajukan hipotesis sebagai berikut:

H1: *Firm size* berpengaruh terhadap *profit growth* pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2021-2023.

2.4.2 Pengaruh *Capital Structure* terhadap *Profit Growth*

Struktur modal, atau *capital structure*, merupakan aspek yang sangat penting bagi setiap perusahaan. Hal ini berkaitan dengan kombinasi utang dan ekuitas, serta mencerminkan pertimbangan antara modal asing dan modal sendiri. Struktur modal memainkan peranan krusial dalam menentukan tingkat risiko yang harus ditanggung oleh pemegang saham, besarnya pengembalian yang diharapkan, dan keuntungan yang dapat dicapai. Ketika struktur modal meningkat, artinya utang yang dimiliki juga bertambah, yang dapat mengakibatkan penurunan pertumbuhan laba akibat risiko biaya yang menyertainya. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang struktur modal sangat penting bagi manajemen perusahaan. Keputusan yang tidak tepat dalam pengelolaan struktur modal dapat berdampak negatif pada pertumbuhan laba. Maka, setiap perusahaan perlu merencanakan

strategi yang tepat dalam mengatur struktur modal untuk mencapai pertumbuhan laba yang optimal, seperti yang diungkapkan oleh Mamangkey et al (2018) yang dikutip oleh Hasanah (2023).

Studi tentang *capital structure* dan *profit growth* ditunjukkan dalam penelitian sebelumnya, menurut penelitian yang dilakukan D. Erawati (2021) menemukan bahwa struktur modal berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba, penelitian oleh Pokhrel (2024) menemukan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap pertumbuhan laba. menurut penelitian yang dilakukan oleh Hasanah (2023) Struktur modal berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Berdasarkan uraian tersebut, dalam penelitian ini diajukan hipotesis sebagai berikut:

H2: *Capital structure* berpengaruh terhadap *profit growth* pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2021-2023.

2.4.3 Pengaruh *Revenue Growth* terhadap *Profit Growth*

Revenue growth, dapat dicapai melalui peningkatan penjualan, yang menjadi indikator bahwa perusahaan telah berkinerja baik dalam menghasilkan laba yang besar bagi para investor. *Revenue growth* tersebut sangat terkait dengan *return on equity*, di mana modal yang ada diinvestasikan kembali untuk mendatangkan keuntungan bagi pemegang saham Suyono et al (2023). Pendapatan itu sendiri merujuk pada aliran kas masuk atau kenaikan aset lainnya yang berasal dari penjualan barang atau jasa. Dengan meningkatnya pendapatan, perusahaan memiliki peluang untuk meningkatkan margin laba, asalkan biaya tetap atau tumbuh lebih lambat dibandingkan dengan pertumbuhan pendapatan. Selain itu,

pertumbuhan pendapatan yang tinggi dapat memperkuat kepercayaan pasar, investor, dan mitra bisnis. Ukuran pertumbuhan pendapatan dapat dilihat dari seberapa besar peningkatan yang dialami perusahaan dalam hal pendapatan. Semakin banyak produk yang terjual, semakin tinggi pula pendapatan yang diterima oleh perusahaan Erawati & Bulu (2024).

Studi tentang *revenue growth* dan *profit growth* ditunjukkan pada penelitian sebelumnya, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ummah & Andini (2019) menemukan bahwa pertumbuhan pendapatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan laba. Penelitian yang dilakukan oleh T. Erawati & Bulu, (2024) juga menyatakan bahwa pertumbuhan pendapatan mempunyai pengaruh positif terhadap pertumbuhan laba. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Dianty (2022) pertumbuhan pendapatan berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba, Berdasarkan uraian tersebut, dalam penelitian ini diajukan hipotesis sebagai berikut:

H3: *Revenue growth* berpengaruh terhadap *profit growth* pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2021-2023.