

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori Sinyal (*Signaling Theory*) pertama kali dikembangkan oleh Spence (1973) untuk menjelaskan perilaku di pasar modal (*labour market*) yang melibatkan dua pihak yang memiliki akses informasi yang berbeda. Teori ini menjelaskan bagaimana pihak yang memiliki informasi lebih lengkap, yaitu pemberi sinyal (*signaler*) melakukan suatu tindakan tertentu untuk memengaruhi perilaku penerima sinyal. Dalam konteks perusahaan, sinyal merupakan isyarat yang diberikan oleh pihak internal perusahaan (manajer) kepada pihak eksternal (*investor*). Oleh karena itu, sinyal yang disampaikan perusahaan harus mengandung substansi informasi yang kuat (*information content*) agar mampu memengaruhi atau mengubah penilaian pihak eksternal terhadap perusahaan (Ghozali, 2020:166).

Brigham & Houston (2019:499) menjelaskan bahwa dalam praktiknya, manajer seringkali memiliki informasi lebih baik mengenai kondisi dan prospek perusahaan dibandingkan pihak luar, sehingga menimbulkan kondisi asimetri informasi (*asymmetric information*). Kondisi ini menyebabkan setiap tindakan manajemen terutama yang berkaitan dengan keputusan keuangan dan operasional perusahaan, dapat diinterpretasikan oleh pasar sebagai sinyal mengenai prospek perusahaan. Keputusan yang mencerminkan kepercayaan manajemen terhadap kinerja dan masa depan perusahaan akan dipersepsikan sebagai sinyal positif.

Sebaliknya, keputusan yang menunjukkan ketidakpastian atau potensi penurunan kinerja dapat dipandang sebagai sinyal negatif. Dengan demikian, teori sinyal menekankan bahwa tindakan manajerial mengandung informasi penting yang memengaruhi persepsi investor terhadap kualitas dan prospek perusahaan.

Efektivitas sinyal bergantung pada kualitas dan kejelasan informasi yang disampaikan perusahaan. Informasi yang relevan, dapat dipercaya, dan mudah diinterpretasikan dapat membantu mengurangi asimetri informasi antara manajemen dan investor. Berbagai bentuk pengungkapan dan tindakan perusahaan dapat berfungsi sebagai sinyal yang menunjukkan kondisi keuangan, stabilitas, maupun prospek perusahaan di masa depan. Dengan itu, teori sinyal menekankan bahwa setiap tindakan yang dapat diamati pihak eksternal memiliki potensi untuk menjadi sinyal yang memengaruhi penilaian dan keputusan investor (Vidyasari et al., 2021).

2.1.2 Likuiditas

2.1.2.1 Pengertian Likuiditas

Menurut Sudana (2019:24) likuiditas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek. Menurut Astuti et al. (2021:65) likuiditas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi liabilitasnya yang sudah jatuh tempo, baik liabilitas kepada pihak luar perusahaan maupun pihak di dalam perusahaan. Menurut Kasmir (2019:129) likuiditas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam membiayai atau memenuhi kewajiban (utang) pada saat ditagih.

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek dengan menggunakan aset yang sewaktu-waktu bisa dikonversi menjadi uang kas, yang dimana aset yang secara cepat bisa dikonversi menjadi kas tersebut sering disebut dengan aset likuid (Lukman, 2018:52). Likuiditas mencerminkan ketersediaan dana oleh perusahaan untuk memenuhi hutang yang akan jatuh tempo, biasanya digunakan oleh perusahaan atau investor untuk melihat tingkat kemampuan pemenuhan kewajiban oleh perusahaan (Adria & Susanto, 2020).

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang sudah jatuh tempo, baik kewajiban pada pihak luar perusahaan maupun di dalam perusahaan. Apabila perusahaan mampu memenuhi kewajibannya, maka perusahaan tersebut bisa dikatakan dalam keadaan *likuid*. Namun, apabila perusahaan tidak mampu memenuhi kewajibannya, maka perusahaan dikatakan dalam keadaan *illikuid* (Kasmir, 2019:130).

2.1.2.2 Tujuan dan Manfaat Likuiditas

Menurut Kasmir (2019:131) likuiditas mempunyai banyak manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan, seperti pemilik dan manajemen perusahaan guna menilai kemampuan mereka sendiri, kreditor atau penyedia dana bagi perusahaan, serta distributor atau supplier yang menyalurkan atau menjual barang. Tujuan dan manfaat yang dapat dipetik dari hasil likuiditas, antara lain:

1. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban yang segera jatuh tempo pada saat ditagih. Artinya kemampuan untuk membayar kewajiban yang sudah waktunya dibayar sesuai jadwal batas waktu yang telah ditetapkan.
2. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar jangka pendek dengan aktiva lancar secara keseluruhan. Artinya jumlah kewajiban yang berumur dibawah satu tahun atau sama dengan satu tahun, dibandingkan dengan total aktiva lancar.
3. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan persediaan atau piutang. Aktiva lancar dikurangi persediaan dan utang yang dianggap likuiditasnya lebih rendah.
4. Untuk mengukur atau membandingkan antara jumlah persediaan yang ada dengan modal kerja perusahaan.
5. Untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang.
6. Sebagai alat perencanaan ke depan, terutama yang berkaitan dengan perencanaan kas dan utang.
7. Untuk melihat kondisi dan posisi likuiditas perusahaan dari waktu ke waktu dengan membandingkannya untuk beberapa periode.
8. Untuk melihat kelemahan yang dimiliki perusahaan, dari masing-masing komponen yang ada di aktiva lancar dan utang lancar.
9. Menjadi alat pemicu bagi pihak manajemen untuk memperbaiki kinerjanya, dengan melihat likuiditas yang ada pada saat ini.

2.1.2.3 Pengukuran Likuiditas

Menurut Sudana (2019:24) besar kecilnya likuiditas dapat diukur melalui:

1. *Current Ratio*

Current ratio mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar utang lancar dengan menggunakan aktiva lancar yang dimiliki. Semakin besar rasio ini berarti semakin likuid perusahaan.

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Current assets}}{\text{Current liabilities}}$$

2. *Quick Ratio / Acid Test Ratio*

Quick ratio menunjukkan kemampuan perusahaan dalam membayar utang lancar dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan nilai persediaan (*inventory*).

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Current assets} - \text{Inventory}}{\text{Current liabilities}}$$

3. *Cash Ratio*

Cash ratio mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek yang hanya memperhitungkan komponen aktiva lancar yang paling likuid.

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Cash} + \text{Marketable securities}}{\text{Current liabilities}}$$

Dalam penelitian ini, likuiditas diukur menggunakan *current ratio*. Rasio ini digunakan karena mampu mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya menggunakan aktiva lancar yang dimiliki perusahaan. Dalam praktiknya, *current ratio* dengan standar 200% (2:1) dianggap sebagai standar yang cukup baik dalam menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya (Kasmir, 2019: 135). Kemampuan perusahaan dalam menjaga tingkat likuiditas yang baik dapat meningkatkan kepercayaan investor dan kreditur terhadap perusahaan, yang pada akhirnya berpotensi mendukung

peningkatan profitabilitas (Wulandari & Arisudhana, 2025). Selain itu, *current ratio* banyak digunakan dalam penelitian terdahulu yang mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi profitabilitas, seperti penelitian yang dilakukan oleh Hoang & Linh (2021), Rizqullah & Mujiyati (2024), sehingga indikator ini relevan digunakan dan memudahkan perbandingan hasil penelitian.

2.1.3 Ukuran Perusahaan

2.1.3.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Menurut Kasmir (2019) ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang menggambarkan besar kecilnya perusahaan, yang penentuan ukurannya didasarkan pada total aset yang dimiliki. Menurut Maulana & Rahayu (2022) ukuran perusahaan mencerminkan besar atau kecilnya suatu perusahaan yang menunjukkan skala operasional perusahaan secara keseluruhan menurut total aset, log size, nilai saham serta indikator lainnya yang menggambarkan kapasitas perusahaan dalam mengelola sumber daya.

Menurut Rizqullah & Mujiyati (2024) ukuran perusahaan merupakan skala suatu perusahaan yang dapat dicerminkan melalui total aset atau total penjualan di akhir tahun. Perusahaan dengan skala yang lebih besar umumnya menunjukkan kapasitas operasional yang lebih luas dan potensi yang lebih tinggi dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Menurut Stiawan & Ningsih (2021) ukuran perusahaan adalah skala besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari nilai equity, nilai penjualan, jumlah karyawan, dan nilai total aset yang merupakan variabel konteks yang mengukur tuntutan pelayanan atau produk organisasi.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan skala besar kecilnya suatu perusahaan yang mencerminkan kemampuan dan kapasitas operasional perusahaan. Ukuran perusahaan diukur berdasarkan kriteria tertentu yang digunakan untuk menggambarkan skala usaha dan tingkat aktivitas perusahaan secara keseluruhan.

2.1.3.2 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 dibagi menjadi empat kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar. Definisi dari masing-masing kategori menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 pasal 1 yaitu:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar

dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

4. Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Kriteria ukuran perusahaan diatur dalam Undang-Undang N0. 20 Tahun 2008, yaitu:

Tabel 2. 1
Kriteria Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan	Kriteria	
	Kekayaan Bersih	Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
Usaha Kecil	> 50 juta - 500 juta	> 300 juta - 2,5 miliar
Usaha Menengah	> 500 juta - 10 miliar	> 2,5 miliar - 50 miliar
Usaha Besar	> 10 miliar	> 50 miliar

Sumber: Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, ukuran perusahaan dapat diklasifikasikan menjadi usaha mikro, kecil, menengah, dan besar berdasarkan kekayaan bersih dan penjualan tahunan. Berdasarkan data laporan keuangan perusahaan, seluruh perusahaan yang menjadi objek penelitian memiliki total aset yang memenuhi kriteria usaha besar. Oleh karena itu, perusahaan di sektor *consumer non-cyclicals* dalam penelitian ini termasuk ke dalam klasifikasi perusahaan besar.

2.1.3.3 Pengukuran Ukuran Perusahaan

Pengukuran ukuran perusahaan dilakukan untuk menggambarkan besar kecilnya skala perusahaan berdasarkan indikator tertentu. Menurut Hashmi et al. (2020) ukuran perusahaan dapat diukur menggunakan beberapa indikator, yaitu:

1. *Total Assets*

Aset merupakan sumber daya yang dimiliki perusahaan setiap tahunnya, baik berupa aset tetap maupun aset lancar.

$$Size = Total Assets$$

2. *Total Sales*

Sales atau hasil penjualan merupakan total nilai moneter dari transaksi penjualan produk atau jasa perusahaan, yang mencerminkan skala operasi selama periode tertentu.

$$Size = Total Sales$$

3. *Market Capitalization* / Nilai Pasar Modal (MVE)

Market Capitalization / Nilai Pasar Modal (MVE) merupakan nilai pasar saham perusahaan berdasarkan harga saham dan jumlah saham yang beredar.

$$Size = Market Capitalization$$

4. *Number of Employees*

Employees atau tenaga kerja merupakan jumlah keseluruhan karyawan yang dipekerjakan oleh perusahaan pada waktu tertentu, sebagai indikator sumber daya manusia.

$$Size = Number\ of\ Employees$$

Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur menggunakan total aset. Total aset digunakan karena mampu mencerminkan skala besar kecilnya perusahaan dan menunjukkan keseluruhan sumber daya yang dimiliki perusahaan dalam menjalankan aktivitas operasionalnya. Ukuran perusahaan yang dilihat dari total aset dapat menggambarkan kapasitas perusahaan dalam mengelola sumber daya (Lestari & Widyawati, 2020). Oleh karena itu, total aset dinilai relevan digunakan sebagai indikator dalam mengukur ukuran perusahaan dalam penelitian ini. Selain itu, total aset sudah banyak digunakan dalam penelitian terdahulu untuk mengukur ukuran perusahaan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Afiezan et al. (2020; Fadrul et al., 2022; Murthi et al., 2021).

2.1.4 Pertumbuhan Penjualan

2.1.4.1 Pengertian Pertumbuhan Penjualan

Harahap (2018:310) pertumbuhan penjualan menunjukkan adanya perubahan tingkat penjualan perusahaan dari satu periode ke periode berikutnya. Perubahan tersebut mencerminkan dinamika aktivitas penjualan perusahaan dalam suatu periode tertentu. Menurut Yeni et al. (2024:48) pertumbuhan penjualan merupakan peningkatan jumlah penjualan perusahaan dalam periode tertentu yang

mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan penerimaan pasar terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

Menurut Nasir (2020) pertumbuhan penjualan menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian pada sektor usahanya serta mencerminkan perubahan tingkat penjualan perusahaan dari satu periode ke periode berikutnya. Menurut Brigham & Houston (2019) pertumbuhan penjualan mencerminkan perkembangan penjualan perusahaan dari waktu ke waktu yang berkaitan dengan peningkatan aktivitas operasional dan kebutuhan sumber daya perusahaan.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan menggambarkan perubahan tingkat penjualan perusahaan dari satu periode ke periode berikutnya. Pertumbuhan penjualan mencerminkan perkembangan aktivitas penjualan serta dinamika penerimaan pasar terhadap produk atau jasa yang dihasilkan. Tinggi rendahnya pertumbuhan penjualan menunjukkan perkembangan aktivitas usaha perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya.

2.1.4.2 Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Penjualan

Dalam menjual barang atau jasa, terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan, antara lain (Lestari & Widyawati, 2020):

1. Kondisi dan kemampuan penjual, menggambarkan kualitas penjual dalam melakukan transaksi dan kemampuannya dalam membangun hubungan dengan

pembeli, karena proses penjualan selalu melibatkan dua pihak yaitu penjual dan pembeli.

2. Kondisi pasar, meliputi jenis pasar, kelompok pembeli atau segmen pasar, daya beli, frekuensi pembelian, serta kebutuhan dan keinginan konsumen yang memengaruhi volume penjualan.
3. Modal, ketersediaan modal yang dibutuhkan untuk menyediakan sarana dan prasarana seperti transportasi, lokasi usaha, dan kegiatan promosi yang mendukung proses penjualan terutama ketika produk belum dikenal.
4. Kondisi organisasi perusahaan, biasanya penjualan pada perusahaan besar akan ditangani oleh bagiannya sendiri yaitu pada bagian penjualan, dimana bagian ini dipegang oleh orang-orang tertentu atau mereka yang ahli dalam bidang penjualan.
5. Faktor lainnya, termasuk aktivitas promosi seperti periklanan, kampanye maupun pemberian hadiah yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

2.1.4.3 Pengukuran Pertumbuhan Penjualan

Menurut Kusumadewi (2022) perhitungan tingkat pertumbuhan penjualan adalah dengan membandingkan penjualan akhir periode dengan penjualan akhir periode sebelumnya. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan}(t) - \text{Penjualan}(t - 1)}{\text{Penjualan}(t - 1)}$$

Menurut Sukmana et al. (2025) pertumbuhan penjualan dapat diukur dengan rasio *Sales Growth Index* (SGI), yang membandingkan penjualan periode berjalan

dengan penjualan periode sebelumnya. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$SGI = \frac{Sales\ t}{Sales\ t - 1}$$

Dalam penelitian ini, pengukuran pertumbuhan penjualan menggunakan rumus perbandingan antara penjualan periode berjalan dengan penjualan periode sebelumnya (Kusumadewi, 2022). Pengukuran ini mencerminkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan dari waktu ke waktu, sehingga dapat menggambarkan perkembangan kinerja operasional perusahaan. Indikator ini sudah banyak digunakan dalam penelitian terdahulu seperti penelitian yang dilakukan oleh Nasir (2020) dan Fadrul et al. (2022) yang mengkaji hubungan pertumbuhan penjualan dengan profitabilitas. Oleh karena itu, penggunaan indikator ini dinilai relevan dan memudahkan perbandingan hasil penelitian dengan penelitian sebelumnya.

2.1.5 Profitabilitas

2.1.5.1 Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dari aktivitas yang dijalankannya. Menurut Kasmir (2019:198) profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan dari penjualan barang atau jasa yang diproduksinya. Menurut Brigham & Houston (2019:118) profitabilitas mencerminkan hasil bersih dari semua kebijakan pembiayaan dan keputusan operasional perusahaan. Profitabilitas menunjukkan

efek gabungan dari pengelolaan likuiditas, pengelolaan aset, dan kebijakan utang terhadap hasil operasional perusahaan.

Menurut Hery (2018:192) profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam suatu periode dan mencerminkan efektivitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang diperoleh dari penjualan dan investasi. Menurut Sudana (2019:25) profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki perusahaan, seperti aset, modal atau penjualan perusahaan. Menurut Widhi & Suarmanayasa (2021) profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan yang dihubungkan dengan tingkat penjualan, total aset, maupun modal sendiri.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sebagai hasil dari aktivitas operasional dan kebijakan manajemen yang dijalankan. Profitabilitas juga mencerminkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk memperoleh keuntungan dalam suatu periode tertentu.

2.1.5.2 Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

Kasmir (2019:199) menjelaskan bahwa rasio profitabilitas memiliki tujuan dan manfaat baik bagi pihak pemilik atau manajemen maupun bagi pihak eksternal yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan. Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak eksternal, antara lain:

1. Untuk mengukur dan menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu;
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu;
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Manfaat yang diperoleh dari penggunaan rasio profitabilitas antara lain:

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode;
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu;
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

2.1.5.3 Jenis-Jenis Rasio Profitabilitas

Menurut Sudana (2019:25-27) terdapat beberapa cara untuk mengukur profitabilitas, yaitu:

1. *Return on Assets* (ROA)

Return on Assets (ROA) merupakan rasio yang menggambarkan sejauh mana kemampuan perusahaan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak.

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Earning After Taxes}}{\text{Total Assets}}$$

2. *Return on Equity (ROE)*

Return on Equity (ROE) merupakan rasio yang menggambarkan sejauh mana kemampuan perusahaan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak.

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Earning After Taxes}}{\text{Total Equity}}$$

3. *Profit Margin Ratio*

Profit Margin Ratio merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba menggunakan penjualan yang dicapai perusahaan. Profit Margin Ratio dibedakan menjadi:

a. *Net Profit Margin*

Net Profit Margin merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih dari penjualan yang dilakukan perusahaan. Rasio ini mencerminkan efisiensi seluruh bagian, yaitu produksi, personalia, pemasaran, dan keuangan yang ada dalam perusahaan.

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Earning After Taxes}}{\text{Sales}}$$

b. *Operating Profit Margin*

Operating Profit Margin merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak dengan penjualan

yang dicapai perusahaan. Rasio ini menunjukkan efisiensi bagian produksi, personalia, serta pemasaran dalam menghasilkan laba.

$$\text{Operating Profit Margin} = \frac{\text{Earning Before Interest and Taxes}}{\text{Sales}}$$

c. *Gross Profit Margin*

Gross Profit Margin merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba kotor dengan penjualan yang dilakukan perusahaan. Rasio ini menggambarkan efisiensi yang dicapai bagian produksi.

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Gross Profit}}{\text{Sales}}$$

4. *Basic Earning Power*

Basic Earning Power merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak dengan menggunakan total aktiva yang dimiliki perusahaan. Rasio ini mencerminkan efektivitas dan efisiensi pengelolaan seluruh investasi yang dilakukan perusahaan.

$$\text{Basic Earning Power} = \frac{\text{Earning Before Interest and Taxes}}{\text{Total Assets}}$$

Dalam penelitian ini, profitabilitas diukur menggunakan indikator *Return on Equity* (ROE), karena ROE menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari modal sendiri, yang mencerminkan tingkat efektivitas pengelolaan ekuitas pemegang saham (Kasmir, 2019:206). ROE juga merupakan salah satu indikator yang banyak digunakan investor untuk menilai kinerja dan tingkat pengembalian investasi suatu perusahaan. Beberapa penelitian terdahulu

yang menggunakan ROE sebagai indikator profitabilitas yaitu penelitian yang dilakukan oleh Pratami et al. (2023), Julietha & Natsir (2021) dan Afiezan et al. (2020).

2.1.6 Kajian Empiris

Penelitian mengenai pengaruh likuiditas, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas sebelumnya telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Adapun beberapa diantaranya dijadikan referensi oleh penulis untuk menyelesaikan usulan penelitian.

Syailendra et al. (2024) meneliti mengenai Pengaruh Perputaran Modal Kerja, Perputaran Persediaan, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan berpengaruh secara bersama-sama terhadap profitabilitas. Pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Hutabarat (2022) meneliti mengenai Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas. Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas. Namun, secara simultan likuiditas,

pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan tidak dapat berpengaruh terhadap profitabilitas.

Aldboush et al. (2023) yang berjudul *Determinants of Firm Profitability: Empirical Evidence From Jordan's Service Sector from 2015-2020*. Variabel independen yang digunakan yaitu ukuran perusahaan, likuiditas dan pertumbuhan penjualan. Hasilnya, ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Sedangkan, pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

Anisa & Febyansyah (2024) meneliti mengenai Pengaruh Likuiditas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas. Hasilnya, likuiditas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Serta, pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Likuiditas, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan secara simultan berpengaruh terhadap profitabilitas.

Karimah & Mahroji (2023) meneliti mengenai Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas. Hasilnya, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Likuiditas berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Serta, profitabilitas memiliki hubungan secara simultan dengan variabel independen.

Penelitian yang dilakukan oleh Hiba & Prasetyo (2024) yang berjudul Pengaruh Rasio Likuiditas dan Rasio Leverage Keuangan terhadap Profitabilitas pada Perusahaan yang termasuk dalam LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022. Hasilnya, likuiditas tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

Penelitian yang dilakukan oleh Farika & Dewi (2023) yang berjudul Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas. Hasilnya, pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Serta, ukuran perusahaan memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap profitabilitas.

Penelitian yang dilakukan oleh Pratami et al. (2023) yang berjudul *The Role Of Capital Buffer and Efficiency on the Profitability*. Variabel independen yang digunakan yaitu ukuran perusahaan. Hasilnya, ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Penelitian yang dilakukan oleh Hoang & Linh (2021) yang berjudul *Determinants of Profitability*. Variabel independen yang digunakan yaitu likuiditas dan ukuran perusahaan. Hasilnya, likuiditas berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.

Penelitian yang dilakukan oleh Rizqullah & Mujiyati (2024) yang berjudul *The Impact of Liquidity, Total Asset Turnover, Company Size, and Sales Growth on Profitability in Automotive Manufacturing Companies from 2019 to 2022*. Hasil

penelitiannya menemukan bahwa likuiditas memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Pertumbuhan penjualan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Sedangkan, ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.

Wulandari & Arisudhana (2025) meneliti mengenai Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Likuiditas, Solvabilitas, *Total Asset Turnover* dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan dan likuiditas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Sedangkan, ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Namun, pertumbuhan penjualan, likuiditas, dan ukuran perusahaan secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

Murthi et al. (2021) meneliti mengenai Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Perputaran Piutang, Perputaran Persediaan, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* terhadap Profitabilitas. Hasilnya, pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas. Namun, ukuran pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

Julietha & Natsir (2021) meneliti mengenai Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, Firm Size, dan Firm Growth Terhadap Profitabilitas. Hasilnya, likuiditas memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas. Sedangkan, ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas.

Penelitian yang dilakukan oleh Yusuf & Santoso (2025) yang berjudul Pengaruh Likuiditas, Perputaran Modal Kerja dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Farmasi. Hasilnya, likuiditas berpengaruh signifikan dan positif terhadap profitabilitas. Pertumbuhan penjualan berpengaruh tidak signifikan dan positif terhadap profitabilitas.

Rantika et al. (2022) meneliti mengenai Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Likuiditas terhadap Profitabilitas. Hasilnya, ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas. Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Likuiditas tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap profitabilitas. Ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan dan likuiditas secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.

Penelitian yang dilakukan oleh Adria & Susanto (2020) yang berjudul Pengaruh Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Perputaran Total Aset Terhadap Profitabilitas. Hasilnya, Likuiditas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas.

Fadrul et al. (2022) meneliti mengenai Pengaruh Perputaran Modal Kerja, Likuiditas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas pada Perusahaan LQ45 Non-Bank yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2020. Hasilnya, likuiditas berpengaruh negatif terhadap

profitabilitas. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. Sedangkan, pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

Penelitian yang dilakukan oleh Afiezan et al. (2020) yang berjudul Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, *Leverage* (DER) Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Sektor Dagang Besar yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018. Hasilnya, pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Serta, secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2020) yang berjudul Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas Perusahaan Dagang di Bursa Efek Indonesia. Hasilnya, pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh negative dan tidak signifikan terhadap profitabilitas. Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.

Penelitian yang dilakukan oleh Rafli & Ikhsan (2024) berjudul Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Sektor *Properties* dan *Real Estate* di BEI Periode 2019-2022. Hasil penelitiannya menemukan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Likuiditas memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Sedangkan, ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas.

Tabel 2. 2
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Rencana Penelitian Penulis

No	Peneliti, Tahun, Judul, Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	Hikari Ethania Syailendra, Syamsul Bahri, & Ade Ony Siagian (2024), “Pengaruh Perputaran Modal Kerja, Perputaran Persediaan, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Sub sektor <i>Retailing</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022”	• Variabel X: Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan • Variabel Y: Profitabilitas • Indikator penelitian: - Pertumbuhan penjualan - Total Aset	• Variabel X: Perputaran Modal Kerja & Perputaran Persediaan • Subjek penelitian: Perusahaan Sub sektor <i>Retailing</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022 • Indikator profitabilitas: ROA	• Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap profitabilitas. • Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas.	Jurnal Intelek Insan Cendikia Vol. 1 No. 8 Tahun 2024. Hal: 3691-3699. ISSN: 3047-7824
2	Metyria Imelda Hutabarat (2022), “Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019”	• Variabel X: Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan • Variabel Y: Profitabilitas • Indikator penelitian: - <i>Current ratio</i> - Pertumbuhan penjualan - Total Aset	• Subjek penelitian: Perusahaan Sub Perusaahaan Sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019 • Indikator profitabilitas: ROA	• Likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas • Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas • Ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas	AKUA: Jurnal Akuntansi dan Keuangan Vol. 1 No. 3 Tahun 2022. Hal: 233-241. e-ISSN: 2809-851X. p-ISSN: 2810-0735. DOI: 10.54259/akua.v1i3.813
3	Hassan Hamad Aldbboush, Nashat Ali Almasria, & Marah Ferdous (2023), “Determinants of Firm Profitability: Empirical Evidence From Jordan’s Service Sector from 2015-2020”	• Variabel X: <i>Firm Size</i> (Ukuran perusahaan), Liquidity (Likuiditas), dan <i>Company Growth</i> (<i>Sales Growth</i>/Pertumbuhan Penjualan)	• Variabel X: Market Forces • Subjek penelitian: Jordan’s Service Sector from 2015-2020 • Indikator penelitian: - Total Sales - ROA - EPS	• Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas • Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan	Business: Theory and Practice Vol. 24 No. 2 Tahun 2023. Hal: 438-446. ISSN: 1648-0627 / E-ISSN: 1822-4202

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
		• Variabel Y: Profitabilitas • Indikator penelitian: - <i>Current Ratio</i> - <i>Sales Growth</i> - ROE		terhadap profitabilitas • Pertumbuhan penjualan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas	
4	Tara Dita Musi Anisa & Andar Febyansyah (2024), “Pengaruh Likuiditas, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur Sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022”	• Variabel X: Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan • Variabel Y: Profitabilitas • Indikator penelitian: - <i>Current Ratio</i> - Total Aset - Growth sales ratio	• Variabel X: <i>Leverage</i> • Subjek penelitian: Perusahaan Manufaktur Sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022 • Indikator penelitian: ROA	• Likuiditas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas • Ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap profitabilitas • Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas	Jurnal Ilmiah MEA Vol. 8 No. 1 Tahun 2024. Hal: 1992-2016. P-ISSN: 2541-5255 E-ISSN: 2621-5306
5	Ika Malikatul Karimah & Mahroji (2023), “Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas pada Industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022”	• Variabel X: Ukuran Perusahaan, Likuiditas dan Pertumbuhan Penjualan • Variabel Y: Profitabilitas • Indikator penelitian: - Total Aset - <i>Current Ratio</i> - Pertumbuhan penjualan	• Variabel X: Struktur Modal • Subjek penelitian: Industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022 • Indikator penelitian: ROA	• Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas • Likuiditas berpengaruh positif terhadap profitabilitas • Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap profitabilitas	Journal of Advances in Digital Business and Entrepreneurship Vol. 2 No. 02 Tahun 2023. Hal: 33-50. ISSN: 2964-8777
6	Hakan Hiba & Andrian Budi Prasetyo (2024), “Pengaruh Rasio Likuiditas dan Rasio <i>Leverage</i> Keuangan terhadap Profitabilitas Perusahaan”	• Variabel X: Likuiditas • Variabel Y: Profitabilitas • Indikator penelitian: - <i>Current Ratio</i> - ROE	• Variabel X: <i>Leverage</i> • Subjek penelitian: Perusahaan yang termasuk dalam indeks LQ45 dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022 • Indikator penelitian: ROA	• Likuiditas tidak berpengaruh terhadap profitabilitas	Diponegoro Journal of Accounting Vol. 13, No 1 Tahun 2024. Hal: 1-15. ISSN: 2337-3806

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
7	Vi'en Diah Siti Farika & Nurma Gupita Dewi (2023), "Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas"	• Variabel X: Pertumbuhan Penjualan, Likuiditas, dan Ukuran perusahaan dan • Variabel Y: Profitabilitas • Indikator penelitian: - Pertumbuhan penjualan - <i>Current Ratio</i> - Total Aset	• Subjek penelitian: Subsektor Makanan & Minuman yang terdaftar di BEI periode 2019-2021 • Indikator penelitian: ROA	• Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas • Likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas • Ukuran perusahaan memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap profitabilitas	Jurnal Akuntansi dan Keuangan. Vol. 08, No. 01 Tahun 2023. Hal: 44-53. ISSN: 2503-1635
8	Arifa Pratami, Akhsyim Afandi, Jaka Sriyana & Nur Feriyanto (2023), "The Role Of Capital Buffer and Efficiency on the Profitability of Islamic Banks: an Evidence From ASEAN from 2010-2022"	• Variabel X: Ukuran perusahaan • Variabel Y: Profitabilitas • Indikator penelitian: - Total Aset - ROE	• Variabel X: Capital Buffer, Efficiency, Liquidity dan Leverage • Subjek penelitian: the Islamic Banks of the ASEAN countries from 2010 to 2022	Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas	International Journal Of Economic and Finance Studies Vol. 15 No. 02 Year 2023. Hal: 310-324. ISSN: 1309-8055
9	Le Duc Hoang & Dong Phan My Linh (2021), "Determinants of Profitability: Case Study of Real Estate Companies in Hochiminh Stock Exchange from 2010-2018"	• Variabel X: Liquidity dan Ukuran perusahaan • Variabel Y: Profitabilitas • Indikator penelitian: - <i>Current Ratio</i> - Total Aset - ROE	• Variabel X: Asset Growth and Debt Asset Ratio • Subjek penelitian: Real Estate Companies in Hochiminh Stock Exchange from 2010-2018 • Indikator penelitian: ROA	• Likuiditas berpengaruh positif terhadap profitabilitas • Ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas	Jorunal of Social Political Sciences Vol. 4 No. 3 Tahun 2021. Hal: 1-13. ISSN: 2615-3718
10	Naufal Rizqullah & Mujiyati (2024), "The Impact of Liquidity, Total Asset Turnover, Company Size, and Sales Growth on Profitability in Automotive Manufacturing Companies from 2019 to 2022"	• Variabel X: Liquidity, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan • Variabel Y: Profitabilitas • Indikator penelitian: - <i>Current Ratio</i> - Total Aset - <i>Sales Growth</i>	• Subjek penelitian: <i>Automotive Manufacturing Companies from 2019 to 2022</i> • Indikator penelitian: ROA	• Likuiditas memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas • Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap profitabilitas • Pertumbuhan penjualan tidak memiliki pengaruh signifikan	Quantitative Economics and Management Studies (QEMS) Vol. 5 No. 6 Tahun 2024. Hal. 1250-1258. ISSN: 2722-6247. DOI: https://doi.org/10.35877/454RI.qems3495

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
				terhadap profitabilitas	
11	Rani Wulandari & Dicky Arisudhana (2025), “Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Likuiditas, Solvabilitas, <i>Total Asset Turnover</i> dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Consumer Non-Cyclicals Sub sektor Food and Beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2023”	• Variabel X: Pertumbuhan Penjualan, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan • Variabel Y: Profitabilitas • Indikator penelitian: - Pertumbuhan penjualan - <i>Current Ratio</i> - Total Aset	• Variabel X: Solvabilitas • Subjek penelitian: Perusahaan Consumer Non-Cyclicals Sub sektor Food and Beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2023 • Indikator penelitian: ROA	• Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas • Likuiditas tidak memiliki pengaruh terhadap profitabilitas • Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas	Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi dan Bisnis Vol. 2 No. 1. Hal: 118-128. ISSN: 3046-8043
12	Silvia Nur Krishna Murthi, Ahmad Subaki & Sumardi (2021), “Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Perputaran Piutang, Perputaran Persediaan, Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Profitabilitas pada Perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019”	• Variabel X: Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan • Variabel Y: Profitabilitas • Indikator penelitian: - Pertumbuhan penjualan - Total Aset	• Variabel X: Perputaran Piutang, Perputaran Persediaan dan Leverage • Subjek penelitian: Perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019 • Indikator penelitian: ROA	• Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas • Ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas	ULTIMA Acoounting Vol. 13 No. 2 Tahun 2021. Hal: 271-293. ISSN: 2085-4595
13	Rahel Julietha & Khairina Natsir (2021), “Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, Firm Size, dan Firm Growth terhadap Profitabilitas”	• Variabel X: Likuiditas dan Firm Size • Variabel Y: Profitabilitas • Indikator penelitian: - <i>Current Ratio</i> - Total Aset - ROE	• Variabel X: Solvabilitas dan Firm Growth • Subjek penelitian: Perusahaan Sektor Consumer Goods yang terdaftar di BEI periode 2015-2019	• Likuiditas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas • Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas	Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan Vol. 3 No. 2 Tahun 2021. Hal: 443-452
14	Dwi Adha Yusuf & Bambang Hadi Santoso (2025), “Pengaruh Likuiditas, Perputaran Modal Kerja dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap	• Variabel X: Likuiditas dan Pertumbuhan Penjualan • Variabel Y: Profitabilitas • Indikator penelitian:	• Variabel X: Perputaran Modal Kerja • Subjek penelitian: Perusahaan Farmasi yang terdaftar di BEI	• Likuiditas berpengaruh signifikan dan positif terhadap profitabilitas • Pertumbuhan penjualan berpengaruh tidak signifikan	Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 14, No. 9 Tahun 2025. Hal: 1-16. E-ISSN: 2461-0593

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	Profitabilitas Perusahaan Farmasi”	- <i>Current Ratio</i> - <i>Growth</i> - ROE	selama tahun 2019-2023	dan positif terhadap profitabilitas	
15	Dwi Mursidah, Yunina & Zulkifli (2022), “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, dan Likuiditas terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020”	• Variabel X: Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Likuiditas • Variabel Y: Profitabilitas • Indikator penelitian: - Total Aset - Pertumbuhan penjualan - <i>Current Ratio</i>	• Subjek penelitian: Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020 • Indikator penelitian: ROA	• Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas • Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas • Likuiditas tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap profitabilitas	Jurnal Akuntansi Malikussaleh (JAM) Vol. 1 No. 1 Tahun 2022. Hal: 30-47
16	Chelsea Adria & Liana Susanto (2020), “Pengaruh Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Perputaran Total Aset terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017”	• Variabel X: Likuiditas dan Ukuran Perusahaan • Variabel Y: Profitabilitas • Indikator penelitian: - <i>Current Asset</i> - Total Aset - ROE	• Variabel X: Leverage dan Perputaran Total Aset • Subjek penelitian: Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017	• Likuiditas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas • Ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas	Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara Vol. 2 No. 1 tahun 2020. Hal: 393-400
17	Fadrol, Dora Erica, Peri Akri & Erwin Febriansyah (2022), “Pengaruh Perputaran Modal Kerja, Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Non-Bank yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2020”	• Variabel X: Likuiditas, Ukuran perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan • Variabel Y: Profitabilitas • Indikator penelitian: - <i>Current Ratio</i> - Total Aset - Pertumbuhan penjualan	• Variabel X: Perputaran Modal Kerja dan Leverage • Subjek penelitian: Perusahaan Non-Bank yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2020 • Indikator penelitian: ROA	• Likuiditas berpengaruh negatif terhadap profitabilitas • Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap profitabilitas • Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas	LUCRUM: Jurnal Bisnis Terapan Vol. 2 No. 3 Tahun 2022. Hal: 367-378). ISSN: 2828-7975
18	H. Adam Afiezan, Robert, Vincent Valentino Yansen, Putri Pradini, Manday,	• Variabel X: Pertumbuhan Penjualan dan	• Variabel X: Leverage • Subjek penelitian:	• Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh dan tidak	Universitas Dharmawangsa Vol. 14, No. 2 Tahun 2020.

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	Dewi Chandra & Novi Anggraini (2020), “Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Leverage (DER) terhadap Profitabilitas Perusahaan Sektor Dagang Besar yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia period 2015-2018”	Ukuran Perusahaan • Variabel Y: Profitabilitas • Indikator penelitian: - Total Aset - Pertumbuhan Penjualan - ROE	Perusahaan Manufaktur Sektor Dagang Besar yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia period 2015-2018	signifikan terhadap profitabilitas • Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas	Hal: 209-220. ISSN (P): 1829-7463, ISSN (E): 2716-3083
19	Masta Sembiring (2020), “Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas Perusahaan Dagang di Bursa Efek Indonesia”	• Variabel X: Pertumbuhan penjualan dan Likuiditas • Variabel Y: Profitabilitas • Indikator penelitian: - Pertumbuhan penjualan - <i>Current Ratio</i>	• Subjek penelitian: Perusahaan Dagang di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016 • Indikator penelitian: ROA	• Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas • Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas	Liabilities (Jurnal Pendidikan Akuntansi) Vol. 3, No. 1 Tahun 2020. Hal: 59-68. e-ISSN: 2620-5866. Doi: 10.30596/liabilities.v3i1.5176
20	Rafie & Syarbini Ikhsan (2024), “Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Sektor <i>Properties dan Real Estate</i> di BEI Periode 2019-2022”	• Variabel X: Pertumbuhan Penjualan, Likuiditas, dan Ukuran perusahaan • Variabel Y: Profitabilitas • Indikator penelitian: - Pertumbuhan penjualan - <i>Current Ratio</i> - Total Aset	• Subjek penelitian: Perusahaan Sektor <i>Properties dan Real Estate</i> di BEI Periode 2019-2022 • Indikator penelitian: ROA	• Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas • Likuiditas memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas • Ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas	Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro Vol. 7 No. 2 Tahun 2024. Hal: 98-107. ISSN(e): 2620-7524 ISSN(p): 2620-780X

Rima Maulida (2026) 223403080

Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas (Survei pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2024)

2.2 Kerangka Pemikiran

Menurut Ghozali (2020) teori sinyal menjelaskan tentang bagaimana pihak yang memiliki informasi (*signaler*), khususnya manajemen perusahaan menyampaikan sinyal tertentu untuk memengaruhi perilaku penerima sinyal, seperti investor. Dalam pasar modal, sinyal tersebut umumnya disampaikan melalui pengungkapan informasi keuangan yang mencerminkan kondisi dan kinerja perusahaan. Secara umum, teori ini banyak digunakan dalam studi akuntansi, auditing, dan manajemen keuangan.

Teori sinyal menekankan bahwa setiap tindakan yang dapat diamati pihak eksternal memiliki potensi untuk menjadi sinyal yang memengaruhi penilaian dan keputusan investor (Vidyasari et al., 2021). Informasi yang disampaikan perusahaan melalui laporan keuangan akan ditafsirkan pasar sebagai gambaran mengenai kualitas dan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Sinyal yang disampaikan secara jelas, konsisten, dan dapat dipercaya akan membantu mengurangi asimetri informasi antara manajemen dan investor, sehingga dapat membentuk persepsi yang lebih akurat terhadap kondisi perusahaan.

Tujuan utama yang ingin dicapai oleh setiap perusahaan adalah memperoleh laba atau keuntungan secara optimal. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba tersebut tercermin melalui tingkat profitabilitas perusahaan. Kasmir (2019: 196) menjelaskan bahwa profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan dari penjualan barang atau jasa yang diproduksinya. Profitabilitas mencerminkan tingkat pengembalian atas investasi serta

menunjukkan efektivitas kinerja manajemen dalam mengelola aktivitas operasional perusahaan (Sukamulja, 2019).

Berdasarkan perspektif teori sinyal, profitabilitas menjadi salah satu bentuk informasi yang sering diperhatikan dan dipertimbangkan investor karena menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba secara berkelanjutan. Tingkat profitabilitas yang tinggi dipersepsikan sebagai sinyal positif mengenai kinerja dan prospek perusahaan, sedangkan penurunan profitabilitas dapat dipersepsikan sebagai sinyal negatif yang mengindikasikan melemahnya stabilitas kinerja. Oleh karena itu, profitabilitas diposisikan sebagai variabel dependen dalam penelitian ini, karena mencerminkan hasil akhir dari berbagai keputusan dan kebijakan operasional yang dijalankan perusahaan serta menjadi dasar penilaian investor terhadap kondisi perusahaan.

Indikator pengukuran profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Return On Equity* (ROE). ROE menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari modal sendiri, yang mencerminkan tingkat efektivitas pengelolaan ekuitas pemegang saham (Kasmir, 2019:206). Rasio ini dipilih karena mampu menunjukkan tingkat pengembalian yang diperoleh pemegang saham atas investasi yang ditanamkan serta mencerminkan efektivitas manajemen dalam mengelola modal perusahaan untuk menghasilkan keuntungan (Afiezan et al., 2020). Semakin tinggi nilai ROE menunjukkan semakin efektif perusahaan dalam memanfaatkan modal sendiri untuk menghasilkan laba, sedangkan nilai ROE yang rendah menunjukkan kurang optimalnya pengelolaan ekuitas perusahaan.

Perubahan tingkat profitabilitas dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor internal perusahaan. Dalam penelitian ini, faktor-faktor yang dianalisis meliputi likuiditas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan sebagai variabel independen yang diduga memengaruhi profitabilitas perusahaan. Variabel-variabel tersebut banyak digunakan dalam penelitian sebelumnya karena dinilai mampu memberikan penjelasan variasi profitabilitas perusahaan (Wulandari & Arisudhana, 2025).

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam membiayai atau memenuhi kewajiban (utang) pada saat ditagih (Kasmir, 2019:129). Likuiditas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek melalui penggunaan aset lancar serta kemampuan perusahaan mengonversi aset menjadi kas tanpa mengalami penurunan nilai yang signifikan. Tingkat likuiditas yang baik menunjukkan bahwa perusahaan memiliki sumber dana yang cukup untuk mendukung kelancaran aktivitas operasional sehingga dapat membantu perusahaan menghasilkan laba (Hermanto & Dewinta, 2023). Selain itu, tingkat likuiditas yang tinggi memungkinkan perusahaan memenuhi kewajibannya tepat waktu sehingga dapat meminimalkan risiko keuangan serta mengurangi beban tambahan yang berpotensi menekan keuntungan perusahaan. Namun, tingkat likuiditas yang terlalu tinggi juga dapat mengindikasikan adanya aset lancar yang kurang produktif atau dana yang menganggur sehingga berpotensi menurunkan profitabilitas perusahaan (Fibianti & Utiyati, 2020).

Dalam penelitian ini, likuiditas diukur menggunakan *current ratio*, karena rasio ini mampu menunjukkan kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendeknya yang segera jatuh tempo menggunakan aktiva lancar (Kasmir,

2019:134). Dalam perspektif teori sinyal, tingkat likuiditas perusahaan memberikan informasi mengenai kondisi keuangan dan stabilitas operasional perusahaan kepada investor. Likuiditas yang tinggi dapat menjadi sinyal positif karena menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek serta menjaga keberlangsungan operasionalnya, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor dan mendorong peningkatan profitabilitas perusahaan (Raflie & Ikhsan, 2024). Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sembiring (2020), Adria & Susanto (2020) dan Fadrul et al. (2022) yang menemukan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap profitabilitas.

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang menggambarkan besar kecilnya perusahaan, yang penentuan ukurannya didasarkan pada total aset yang dimiliki (Kasmir, 2019). Ukuran perusahaan menunjukkan seberapa besar sumber daya yang dimiliki perusahaan. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur melalui total aset. Semakin besar suatu perusahaan, semakin besar jumlah aset yang dimiliki, semakin besar juga kemampuan perusahaan dalam melakukan aktivitas produksi, memperluas pasar dan menanggung berbagai risiko operasional. Perusahaan dengan aset yang besar juga memiliki peluang lebih besar untuk mengoptimalkan kinerja operasionalnya, meningkatkan volume produksi, serta mencapai efisiensi biaya, sehingga berpotensi mendorong peningkatan profitabilitas (Fitriyah & Hermi, 2025).

Perusahaan dengan ukuran besar umumnya memiliki akses pendanaan yang lebih luas, struktur operasi yang stabil, dan kemampuan yang lebih besar dalam menghadapi risiko bisnis (Nasir, 2020). Kondisi tersebut mencerminkan kekuatan

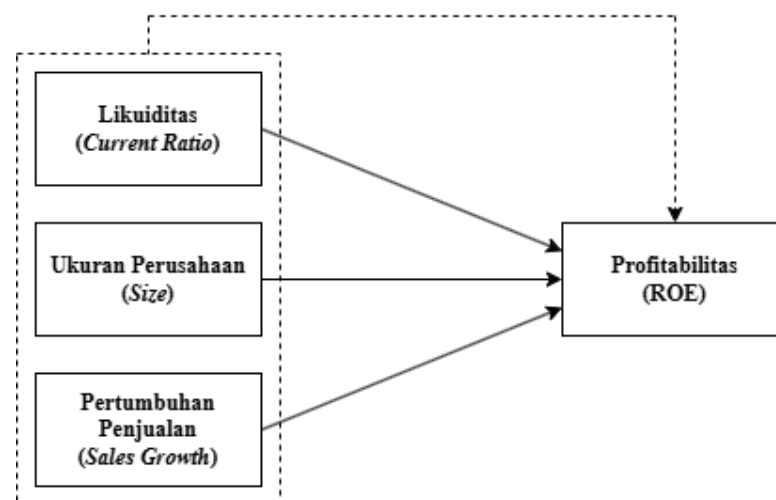
finansial dan stabilitas perusahaan, yang dalam perspektif teori sinyal dapat ditafsirkan sebagai informasi positif oleh investor. Besarnya aset yang dimiliki perusahaan menunjukkan kapasitas operasional dan kemampuan perusahaan bertahan dalam jangka panjang. Informasi ini kemudian dipersepsikan investor sebagai sinyal positif mengenai efektivitas pengelolaan perusahaan dan potensi laba yang lebih konsisten. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Karim et al. (2023), Pratami et al. (2023) dan Aldboush et al. (2023) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas.

Pertumbuhan penjualan mencerminkan perubahan tingkat penjualan perusahaan dari satu periode ke periode berikutnya (Nasir, 2020). Pertumbuhan penjualan memiliki peran strategis dalam meningkatkan profitabilitas karena peningkatan penjualan mencerminkan meningkatnya permintaan pasar terhadap produk perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang meningkat berpotensi meningkatkan laba perusahaan, terutama apabila peningkatan tersebut disertai dengan pengelolaan biaya yang efektif. Peningkatan penjualan dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan arus pendapatan yang lebih besar, sehingga memperkuat potensi peningkatan profitabilitas (Sukadana & Triaryati, 2018).

Selain itu, pertumbuhan penjualan menjadi salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan strategi pemasaran dan penerimaan pasar terhadap produk perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang meningkat pada umumnya menandakan bahwa perusahaan mampu mempertahankan permintaan dan memiliki daya saing yang baik dalam industrinya (Nainggolan et al., 2022). Dalam konteks teori sinyal,

pertumbuhan penjualan yang meningkat dipersepsikan sebagai sinyal positif bagi investor, karena mencerminkan kondisi keuangan dan operasional yang baik serta prospek laba yang menjanjikan. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rantika et al. (2022), Lestari et al. (2022), dan Karimah & Mahroji (2023) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas.

Berdasarkan pemaparan teori diatas juga mengacu pada penelitian-penelitian terdahulu, maka hubungan antara likuiditas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas dalam dirumuskan dalam kerangka pemikiran dalam penelitian sebagai berikut:



Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran

Keterangan:

- = Secara Parsial
- = Secara Simultan

2.3 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, penulis mengajukan hipotesis dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Likuiditas, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan secara simultan berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024.
2. Likuiditas berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024.
3. Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024.
4. Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024.