

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

##### **2.1.1 *Sales Growth***

###### **2.1.1.1 Penjualan**

Menurut Mulyadi dalam (Asrianti et al., 2014), penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut.

Perusahaan pada umumnya mempunyai tiga tujuan umum dalam penjualan, yaitu:

- a. Mencapai volume penjualan tertentu
- b. Mendapatkan laba tertentu
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan

Usaha untuk mencapai ketiga tujuan tersebut tidak sepenuhnya hanya dilakukan oleh pelaksana atau ahli penjualan. Dalam hal ini perlu adanya kerja sama yang baik dalam perusahaan.

Volume penjualan adalah jumlah penjualan yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Volume penjualan merupakan hasil akhir yang dicapai perusahaan dari penjual produk yang dilakukan oleh *salesman* dan tenaga penjual lainnya (R. Sari et al., 2016).

###### **2.1.1.2 Pengertian *Sales Growth***

Menurut Kasmir (2018) *sales growth* merupakan kemampuan suatu usaha untuk mempertahankan posisi ekonominya, seiring dengan pertumbuhan ekonomi

dan sektor usaha. *Sales growth* menunjukkan seberapa jauh perusahaan meningkatkan penjualan dibandingkan dengan total keseluruhan penjualan.

Tanjung (2014) mengemukakan bahwa *sales growth* dihitung dengan membandingkan persentase yang menunjukkan perubahan *sales* pada tahun tertentu dibandingkan *sales* pada tahun sebelumnya, *sales growth* yang tinggi akan mendorong peningkatan laba yang diperoleh oleh perusahaan yang juga akan mendorong peningkatan *retained earning* dan pada akhirnya akan mempengaruhi pertumbuhan modal sendiri, sebaliknya *sales growth* yang rendah akan mendorong penurunan laba yang diperoleh yang pada akhirnya akan mempengaruhi jumlah *retained earning* dan pertumbuhan modal sendiri.

*Sales growth* dapat diartikan sebagai peningkatan penjualan setiap tahunnya. Hal ini disebabkan oleh konsumen yang membeli produk. Perusahaan melihat penjualan tahun sebelumnya untuk dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada (Ziliwu & Ajimat, 2021).

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis menyimpulkan bahwa *sales growth* adalah peningkatan penjualan perusahaan dalam jangka waktu tertentu yang menggambarkan keberhasilan investasi pada masa lalu dan dapat dijadikan prediksi pertumbuhan pada masa yang akan datang, diukur dengan membandingkan tingkat penjualan saat ini dengan tingkat penjualan sebelumnya.

### **2.1.1.3 Faktor yang Mempengaruhi *Sales Growth***

Faktor-faktor yang mempengaruhi *sales growth* menurut Manik dalam (Lestari & Widyawati, 2020) terdapat beberapa faktor, yakni:

- a. Kondisi dan kemampuan penjual, penjual harus dapat meyakinkan pembeli agar berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan untuk maksud tertentu, penjualan harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yakni jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan, harga pokok, syarat penjualan (pembayaran, pengiriman, pelayanan setelah penjualan, garansi dan sebagainya).
- b. Situasi pasar yakni jenis pasar, kelompok pembeli atau segmen pasar, daya beli, frekuensi pembelian, keinginan dan kebutuhan.
- c. Modal, kemampuan membiayai penelitian pasar yang dilakukan, usaha-usaha untuk mencapai target penjualan (bayar upah, bayar promosi produk), serta kemampuan membeli bahan mentah untuk dapat memenuhi target penjualan.
- d. Kondisi organisasi perusahaan
- e. Faktor lainnya, seperti periklanan, pemberian hadiah dan lain lain

#### **2.1.1.4 Indikator *Sales Growth***

Semakin tinggi *sales growth* akan memberikan sinyal positif bagi investor untuk menanamkan modal di perusahaan. Menurut gagasan signaly, kenaikan dalam pertumbuhan penjualan akan memberikan indikasi kepada para investor bahwa mereka seharusnya lebih tertarik untuk melakukan investasi di perusahaan. Pertumbuhan penjualan merupakan pertanda yang baik karena perusahaan memiliki kinerja keuangan yang menghasilkan laba sehingga investor memperoleh *rate of return* atas investasi.

Menurut Horne & Waschowicz (2013:122) tingkat *sales growth* dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$G = \frac{S1 - S0}{S0} \times 100\%$$

Keterangan:

G = *Growth Rate* (tingkat *sales growth*)

S1 = *Total Current Sales* (Total penjualan selama periode berjalan)

S0 = *Total Sales for Last Periode* (Total penjualan periode yang lalu)

Sedangkan menurut Weston & Copeland (Fibianti & Utiyati, 2020) rumus untuk menghitung *sales growth* adalah:

$$G = \frac{St1 - St1 - 1}{St1 - 1} \times 100\%$$

Keterangan:

G = *Growth Rate* (tingkat *sales growth*)

St1 = *Total Current Sales* (Total penjualan selama periode berjalan)

St1-1 = *Total Sales for Last Periode* (Total penjualan periode yang lalu)

Dengan perhitungan *sales growth* perusahaan dapat mengetahui peningkatan maupun penurunan yang dialami perusahaan dari presentase pertumbuhan penjualan, sehingga perusahaan dapat mengoptimalkan dananya ketika mengalami penurunan nilai presentase pertumbuhan penjualan untuk meningkatkan penjualan di masa yang akan datang.

Tujuan utama perhitungan *sales growth* adalah untuk mengukur kinerja penjualan perusahaan, menentukan strategi penjualan, membandingkan kinerja dengan pesaing, mengukur keberhasilan strategi pemasaran. *Sales growth* sejumlah 5-10% dianggap baik bagi perusahaan besar dan angka yang diharapkan untuk perusahaan yang tidak terlalu besar adalah lebih dari 10% (Melya & Nurhalis, 2021).

## **2.1.2 Leverage**

### **2.1.2.1 Pengertian Leverage**

Menurut Kasmir (2019:152) *leverage* merupakan kemampuan perusahaan untuk membayar kewajibannya, baik yang bersifat jangka pendek maupun jangka panjang.

*Leverage* adalah penggunaan sejumlah aset atau dana oleh perusahaan dimana dalam penggunaan aset atau dana tersebut, perusahaan harus mengeluarkan biaya tetap (Maryam, 2014). Dengan kata lain seberapa besar perusahaan membiayai asetnya dengan utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori *extreame leverage* (utang ekstrim) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut (Fahmi, 2015).

Sujarweni (2017:61) mengemukakan *leverage* digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan dapat memenuhi seluruh kewajibannya, baik yang bersifat pendek maupun jangka panjang. Efektivitas perusahaan dalam

menggunakan sumber daya yang dimiliki, seperti piutang, modal, dan aktiva, dapat tercermin dalam seberapa baik perusahaan mengelola utang dan asetnya.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, maka penulis menyimpulkan, *leverage* merupakan kemampuan perusahaan dalam membiayai aset yang dimilikinya dengan dana di luar perusahaan (hutang) serta bagaimana perusahaan memenuhi seluruh kewajibannya. Jadi *leverage* ada saat perusahaan membiayai kegiatan operasionalnya menggunakan dana pinjaman.

#### **2.1.2.2 Jenis Leverage**

Jenis *leverage* ada tiga macam yakni, *Operating Leverage*, *Financial Leverage*, dan *Combination Leverage*.

##### **a. Operating Leverage**

*Operating leverage* merupakan penggunaan *asset* atau operasi perusahaan yang disertai dengan biaya tetap. *Operating leverage* timbul karena adanya *fixed operating cost* yang digunakan di dalam perusahaan untuk menghasilkan *income*. *Operating leverage* dapat didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan di dalam menggunakan *fixed operating cost* untuk memperbesar pengaruh dari perubahan volume penjualan terhadap *earning before interest and taxes* (EBIT).

##### **b. Financial Leverage**

*Financial leverage* timbul karena adanya kewajiban-kewajiban finansial yang sifatnya tetap (*fixed financial charges*) yang harus dikeluarkan oleh perusahaan. Kewajiban-kewajiban finansial yang tetap ini tidaklah berubah dengan adanya perubahan tingkat EBIT dan harus dibayar tanpa melihat

sebesar apapun tingkat EBIT yang dicapai oleh perusahaan. *Financial leverage* dapat didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menggunakan kewajiban finansial yang sifatnya tetap.

c. *Combination Leverage*

*Combination leverage* terjadi apabila perusahaan memiliki kondisi baik *operating leverage* maupun *financial leverage* dalam usahanya untuk meningkatkan keuntungan bagi pemegang saham. *Combination leverage* atau *total leverage* adalah gabungan atau kombinasi antara *operating leverage* dan *financial leverage*.

### **2.1.2.3 Tujuan Leverage**

*Leverage* yang digunakan dengan baik oleh perusahaan akan memberikan banyak manfaat untuk menghadapi segala bentuk kemungkinan yang terjadi. Menurut Kasmir (2019:155) beberapa tujuan dengan menggunakan *leverage* adalah:

1. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lain (kreditor)
2. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal
3. Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang
4. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman dan bunga)
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva

6. Untuk menilai atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang
7. Untuk menilai berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih.

#### **2.1.2.4 Pengukuran *Leverage***

Berdasarkan teori *signaling*, sinyal yang diperoleh oleh kreditur maupun investor dapat dilihat dari tingkat utang yang dimiliki perusahaan. Adanya utang yang diperoleh perusahaan diharapkan dapat digunakan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan serta pengembangan bisnis. Dengan tambahan dana ini diharapkan perusahaan dapat meningkatkan laba dan pendapatan yang dihasilkan. Jika laba yang dihasilkan perusahaan meningkat maka kinerja perusahaan juga akan mengalami peningkatan.

Menurut Agus, Kasmir dan Fahmi dalam (Agustina, 2022) secara umum terdapat 5 (lima) jenis rasio *leverage* yang sering digunakan oleh perusahaan, diantaranya:

1. *Debt to Total Aset Ratio* (DAR)

Rasio ini disebut juga *debt ratio*. *Debt ratio* merupakan rasio yang melihat perbandingan utang perusahaan dengan cara mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva. DAR ini dapat diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Debt to Total Asset Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}}$$

## 2. *Debt to Equity Ratio (DER)*

Rasio ini merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. DER ini ukuran yang dipakai dalam menganalisis laporan keuangan untuk memperlihatkan besarnya jaminan yang tersedia untuk kreditur. *Debt to Equity Ratio* dapat diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

## 3. *Time Interest Earner Ratio*

Rasio ini disebut juga rasio kelipatan. *Time interest earner ratio* merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar bunga atau mengukur seberapa jauh laba dapat berkurang tanpa perusahaan mengalami kesulitan keuangan. *Time interest earner ratio* ini dapat diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Time Interest Earner Ratio} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Biaya Bunga}}$$

## 4. *Fixed Charge Coverage Ratio*

Rasio ini menyerupai *time interest earner ratio*, hanya perbedaannya adalah rasio ini dilakukan apabila perusahaan memperoleh kontrak sewa (*lease contract*). *Fixed charge coverage ratio* mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan menutup beban tetapnya termasuk pembayaran deviden saham preferen, bunga, angsuran pinjaman dan sewa. *Fixed charge coverage ratio* dapat diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Fixed Charge Coverage Ratio} = \frac{\text{EBIT} + \text{Biaya Bunga} + \text{Kewajiban Sewa}}{\text{Biaya Bunga} + \text{Kewajiban Sewa}}$$

### 5. *Long-term Debt to Equity Ratio* (LTDtER)

Rasio ini digunakan untuk menunjukkan hubungan antara jumlah pinjaman jangka panjang yang diberikan kreditur dengan jumlah modal sendiri yang diberikan oleh pemilik perusahaan. Rasio ini juga digunakan untuk mengukur seberapa besar perbandingan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri atau seberapa besar utang jangka panjang dijamin oleh modal sendiri.

$$\text{LDER} = \frac{\text{Total Utang Jangka Panjang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

Dalam penelitian ini penulis memilih untuk menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) karena rasio tersebut dapat mengukur perimbangan antara kewajiban yang dimiliki dengan modal sendiri. Selain itu, DER juga dapat menggambarkan kemampuan perusahaan dalam membayar utangnya dengan jaminan modal sendiri. Menurut Siregar (2017:69) nilai DER dibagi menjadi beberapa kriteria:

**Tabel 2.1**  
**Kriteria DER**

<b>Kriteria</b>	<b>Nilai DER</b>
Sangat Baik	< 0,75
Baik	0,75 - 1
Buruk	1 - 2
Sangat Buruk	> 2

Sumber: Siregar (2017:69)

### **2.1.3 Ukuran Perusahaan**

#### **2.1.3.1 Pengertian Ukuran Perusahaan**

Menurut Hartono (2013:282) ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: total aset, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain.

Riyanto (2011:299) ukuran perusahaan mencerminkan total aset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar suatu perusahaan maka semakin banyak pula aset yang dimilikinya dan semakin banyak pula dana yang dibutuhkan perusahaan untuk melanjutkan aktivitas operasinya.

Sawir (2004:101) mengemukakan ukuran perusahaan merupakan skala yang menentukan besar kecilnya perusahaan yang dapat dinilai berdasarkan nilai modal, nilai penjualan, nilai aset ataupun jumlah karyawan.

Ukuran perusahaan didefinisikan sebagai skala yang mengklasifikasikan besar kecilnya perusahaan melalui nilai total aset, jumlah penjualan, dan kapitalisasi pasar. Nilai total aset dapat mengindikasikan besar kecilnya modal yang ditanam dan jumlah penjualan mengindikasikan besar kecilnya perputaran uang pada perusahaan. Sedangkan kapitalisasi pasar dapat memberikan sinyal bahwa perusahaan tersebut telah dikenal masyarakat (Aghnitama et al., 2021).

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan adalah skala pengukuran total aset yang dimiliki oleh perusahaan, dimana semakin banyak aset yang dimiliki perusahaan maka semakin banyak dana yang dibutuhkan perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional.

### **2.1.3.2 Jenis Ukuran Perusahaan**

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, jenis ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

a. Usaha Mikro

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

b. Usaha Kecil

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.

c. Usaha Menengah

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 dari Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

d. Usaha Besar

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.

### **2.1.3.3 Kriteria Ukuran Perusahaan**

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, ukuran perusahaan dibagi menjadi tiga kriteria, yakni:

a. Usaha Mikro

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).

b. 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 milyar lima ratus juta rupiah).

c. 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 (sepuluh milyar

rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar).

#### **2.1.3.4 Pengukuran Ukuran Perusahaan**

Perusahaan yang termasuk dalam ukuran besar mengungkapkan informasi yang lebih luas daripada perusahaan kecil, sehingga dalam hal pendanaan perusahaan besar akan lebih mudah mendapat pendanaan. Sehingga perusahaan akan selalu mempunyai dana untuk memaksimalkan kinerja perusahaan.

Menurut Longenecker, et al. dalam (Rheadanti & Sparta, 2019) menyatakan bahwa ada beberapa cara untuk mendefinisikan ukuran perusahaan, di antaranya yaitu:

##### 1. Total aset

Total aset dapat dijadikan acuan dalam mengukur perusahaan dikarenakan nilai aset dianggap lebih stabil jika dibandingkan dengan variabel keuangan yang lain. Selain itu, aset menjadi akun dengan nominal yang paling besar. Sehingga hal tersebut membuat aset dapat dijadikan variabel untuk mengukur besarnya suatu perusahaan. Adapun rumus yang digunakan adalah:

$$Size = Total Assets$$

##### 2. Total penjualan

Menurut Undang-Undang Usaha Kecil dan Menengah Nomor 9 Tahun 1995, huruf b menyatakan bahwa “Perusahaan dengan penjualan tahunan tidak melebihi 1 miliar rupiah diklasifikasikan sebagai usaha kecil dan menengah”.

Dengan ketentuan tersebut, total penjualan ini dapat menjadi faktor penentu dalam mengukur besar kecilnya suatu perusahaan. Adapun rumus yang digunakan adalah:

$$Size = Total Revenues$$

### 3. Jumlah karyawan

Jumlah karyawan dapat menjadi salah satu variabel yang menentukan besaran suatu perusahaan. Jumlah karyawan yang besar menjadi salah satu kategori ukuran perusahaan yang besar.

$$Size = Total Karyawan$$

## 2.1.4 Kinerja Keuangan Perusahaan

### 2.1.4.1 Kinerja

Kinerja merupakan prestasi kerja atau hasil kerja baik kualitas maupun kuantitas yang dicapai sumber daya manusia per satuan periode waktu dalam melaksanakan tugas kerjanya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya (Bintoro & Daryanto, 2017:109).

Kinerja perusahaan dapat dilihat dari berbagai aspek, yang paling mendasar dapat dilihat dari aspek keuangan dan juga aspek non keuangan. Laporan keuangan merupakan aspek keuangan. Sedangkan kepuasan pelanggan, pekerja dan perkembangan aktivitas bisnis perusahaan adalah aspek non keuangan (Yulianingtyas, 2016).

#### **2.1.4.2 Pengertian Kinerja Keuangan Perusahaan**

Menurut Rudianto (2013:189) kinerja keuangan merupakan hasil atau kinerja yang dicapai oleh manajemen perusahaan dengan menjalankan fungsi pengelolaan aset perusahaan secara efektif selama jangka waktu tertentu.

Fahmi (2014:239) mengungkapkan kinerja keuangan merupakan suatu analisis yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana perusahaan menerapkan penggunaan aturan pelaksanaan dana yang benar dan akurat.

Kinerja perusahaan merupakan indikator umum mengenai kondisi suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu, dan hasil atau kinerja yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional perusahaan dengan menggunakan sumber daya yang dimilikinya. Kinerja merupakan gambaran tingkat pencapaian suatu program kegiatan atau pelaksanaan kebijakan dalam mencapai tujuan, sasaran, visi dan misi organisasi yang dituangkan melalui rencana strategis organisasi (Abdullah, 2014).

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan perusahaan adalah suatu gambaran kondisi keuangan perusahaan selama periode waktu tertentu, yang merupakan hasil dari kegiatan operasional perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki.

#### **2.1.4.3 Tujuan Pengukuran Kinerja Keuangan Perusahaan**

Menurut Munawir (2012:31) terdapat beberapa tujuan dari pengukuran kinerja keuangan perusahaan, yakni:

1. Mengetahui tingkat likuiditas

Likuiditas menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang harus segera dibayar.

2. Mengetahui tingkat solvabilitas

Solvabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya apabila perusahaan tersebut dilikuidasi, baik keuangan jangka pendek maupun jangka panjang.

3. Mengetahui tingkat rentabilitas

Rentabilitas atau yang sering disebut dengan proitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu.

4. Mengetahui tingkat stabilitas

Stabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk melakukan usahanya dengan stabil, yang diukur dengan mempertimbangkan kemampuan perusahaan untuk membayar hutang-hutangnya serta membayar beban bunga atas hutang-hutangnya tepat pada waktunya.

#### **2.1.4.4 Rasio Keuangan**

Untuk mengevaluasi kinerja keuangan suatu perusahaan memerlukan beberapa tolak ukur. Tolak ukur yang sering digunakan adalah rasio atau indeks yang menghubungkan dua laporan keuangan satu sama lain. Rasio menggambarkan hubungan atau pertimbangan antara jumlah tertentu dengan jumlah lainnya, dan alat analisis berupa rasio digunakan untuk menjelaskan atau memberikan gambaran tentang baik buruknya kondisi keuangan suatu perusahaan.

Menganalisis hubungan antara berbagai elemen laporan keuangan merupakan dasar untuk menafsirkan status keuangan dan hasil operasi perusahaan.

Terdapat beberapa jenis dari rasio keuangan yang sering digunakan untuk menilai kondisi suatu perusahaan. Menurut Kasmir (2019:106) rasio keuangan dibedakan menjadi 6, yaitu:

1. Rasio likuiditas, yakni rasio yang menggambarkan kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek
2. Rasio solvabilitas, adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva suatu perusahaan dibiayai dengan hutang.
3. Rasio aktivitas, rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi pemanfaatan sumber daya perusahaan.
4. Rasio profitabilitas, rasio yang digunakan untuk mengetahui keuntungan atau laba suatu perusahaan.
5. Rasio pertumbuhan, rasio yang digunakan untuk menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonomi.
6. Rasio penilaian, rasio yang memberikan ukuran kemampuan manajemen dalam menciptakan nilai pasar usahanya agar dapat di atas biaya investasi.

#### **2.1.4.5 Pengukuran Kinerja Keuangan Perusahaan**

Profitabilitas merupakan faktor yang memerlukan perhatian besar karena suatu perusahaan harus berada dalam keadaan menguntungkan (*profitable*) agar dapat bertahan. Tanpa keuntungan maka akan sangat sulit bagi suatu perusahaan untuk menarik modal dari luar. Investor mengharapkan keuntungan dari investasinya karena investor menanamkan modalnya pada perusahaan yang

mempunyai keuntungan dan *return* yang tinggi. Oleh karena itu, rasio yang digunakan dalam penelitian ini adalah rasio profitabilitas.

Menurut Kasmir (2019:198) rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan suatu perusahaan untuk menilai kemampuan dalam mencari keuntungan atau laba. Rasio profitabilitas juga dapat memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen perusahaan, hal tersebut ditunjukkan dari laba yang diperoleh penjualan dan pendapatan investasi. Jadi, penggunaan rasio profitabilitas akan menunjukkan efisiensi dari perusahaan.

Rasio profitabilitas adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, modal saham yang tertentu (Hanafi & Halim, 2012:79). Secara umum ada empat jenis analisis utama yang digunakan untuk menilai profitabilitas, yaitu:

1. *Return on Asset* (ROA)

*Return on Asset* merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas penggunaan aset atau ekuitas terhadap laba bersih. Adapun rumus ROA adalah sebagai berikut:

$$\text{Return on Asset} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}}$$

2. *Return On Equity* (ROE)

*Return On Equity* adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dengan memanfaatkan modal sendiri dan menghasilkan laba bersih yang tersedia bagi pemilik saham atau investor.

Rumus ROE adalah sebagai berikut:

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

### 3. *Net Profit Margin* (NPM)

*Net Profit Margin* mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari setiap penjualannya. Rumus NPM adalah sebagai berikut:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

### 4. *Gross Profit Margin* (GPM)

*Gross Profit Margin* adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang akan menutupi biaya-biaya tetap atau biaya operasional lainnya. Rumusnya adalah sebagai berikut:

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

Dalam penelitian ini penulis memilih untuk menggunakan rasio *Return on Asset* (ROA). Dalam analisis pelaporan keuangan, rasio ini sering ditekankan karena dapat menunjukkan keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai laba. ROA mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan di masa lalu dan dapat memprediksinya di masa depan.

Menurut Bambang Susanto dalam (Silfia et al., 2022) terdapat kelebihan dari *Return on Asset* yakni:

1. ROA mudah dihitung dan dipahami
2. Sebagai tolak ukur prestasi manajemen dalam memanfaatkan aset yang dimiliki perusahaan untuk memperoleh laba

3. Manajemen menitikberatkan perhatiannya pada perolehan laba yang maksimal
4. ROA merupakan alat pengukur prestasi manajemen yang sensitif terhadap setiap pengaruh keadaan keuangan perusahaan
5. Mendorong terciptanya tujuan perusahaan
6. Sebagai alat mengevaluasi atas penerapan kebijakan-kebijakan manajemen.

Menurut Nurlia dalam (Stevani, 2021) menjelaskan bahwa semakin besar *Return on Asset*, berarti semakin efisien penggunaan aktiva perusahaan atau dengan kata lain dengan jumlah aktiva yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar dan sebaliknya. Nilai ROA yang semakin mendekati 1, berarti semakin baik profitabilitas perusahaan karena setiap aset yang ada dapat menghasilkan laba.

Menurut Niki Lukviarman dalam (Listiawati et al., 2018) nilai standar ROA yang baik yaitu harus di atas nilai 5,98%. Jika nilai tersebut di atas 5,98% berarti nilai ROA dapat dikategorikan baik, dan sebaliknya jika nilai ROA berada di bawah 5,98% berarti nilai ROA tersebut dapat dikategorikan tidak baik.

## **2.2 Kajian Empiris**

Penelitian mengenai pengaruh *sales growth*, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan sebelumnya telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Adapun beberapa diantaranya dijadikan referensi penulis untuk menyelesaikan usulan penelitian.

Muslimah et al. (2023) Pengaruh *Leverage*, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Pada PT. MNC Land Tbk Yang Terdaftar di BEI. Hasilnya ada pengaruh signifikan pertumbuhan penjualan

terhadap kinerja keuangan. Namun *leverage* dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

Puspita & Hermanto (2023) Pengaruh Modal Kerja, Total Aset, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Kinerja Perusahaan dengan Dimoderasi Kebijakan Hutang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap kinerja perusahaan. Sedangkan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Kamila (2023) Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas dan *Leverage* terhadap Kinerja Perusahaan Sektor *Food and Beverage* di Indonesia. Hasilnya ukuran perusahaan dan *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Saragih et al. (2021) Pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Aneka Industri Yang Terdaftar Pada BEI. Hasilnya pertumbuhan dan *leverage* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Namun, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Prabasari & Amalia (2022) Pengaruh *Sales Growth* dan *Capital Structure* Terhadap *Financial Performance* . Hasilnya *sales growth* tidak berpengaruh signifikan terhadap *financial performance*.

Felicia & Tanusdjaja (2022) Pengaruh Manajemen Aset, Pertumbuhan Penjualan, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan. Hasilnya pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Namun, *leverage* berpengaruh negatif terhadap kinerja perusahaan.

Mitsa et al. (2023) Pengaruh *Good Corporate Governance*, *Sales Growth* dan *Firm Size* Terhadap Kinerja Keuangan. Hasilnya *sales growth* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan. Sedangkan *firm size* berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja keuangan.

Ayuningtyas & Mawardi (2022) Analisis Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Tangibilitas, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* sebagai Variabel Moderasi. Hasilnya ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Tasmil et al. (2019) Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, *Current Ratio*, *Debt to Equity Ratio* terhadap Kinerja Keuangan PT. Sirma Pratama Nusa. Hasilnya pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Namun, *Debt to Equity Ratio* berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Wulandari & Tan (2023) Pengaruh *Good Corporate Governance*, *Company Size*, *BOPO*, *Leverage* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Kimia di BEI. Hasilnya *company size* dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Salsabila et al. (2023) Pengaruh Manajemen Risiko Perusahaan, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* terhadap Kinerja Keuangan Di Masa Pandemi Covid-19. Hasilnya *leverage* berpengaruh negatif tidak signifikan. Sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan.

Sari (2018). Pengaruh *Corporate Governance*, *Firm Size*, *Leverage*, dan *Sales Growth* Terhadap Kinerja Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Listing di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016. Hasilnya ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. *Leverage* berpengaruh negatif terhadap kinerja perusahaan. *Sales growth* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

Sasmita & Wijaya (2023) Pengaruh *Intellectual Capital*, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan. Hasilnya ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan. Sedangkan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.

Irawati et al. (2023) Analisis Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Sektor *Food and Beverage* di BEI. Hasilnya ukuran perusahaan dan *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja keuangan.

Cantika & Riduwan (2023) Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan. Hasilnya *leverage* dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

Oktaviyana et al. (2023) Pengaruh *Leverage*, Likuiditas, Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan. Hasilnya *leverage* dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

Hasti et al. (2022) Pengaruh *Leverage*, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Sektor Pertambangan. Hasilnya ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Sedangkan *leverage* berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan.

Lutfiana & Hermanto (2021) Pengaruh profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan. Hasilnya ukuran perusahaan dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

Rahmatin & Kristanti (2020) Pengaruh *Good Corporate Governance*, *Leverage*, Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Sektor Aneka Industri Yang Terdaftar di BEI. Hasilnya ukuran perusahaan dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

Krisdamayanti & Retnani (2020) Pengaruh CSR, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. Hasilnya ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Sedangkan, *leverage* tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

**Tabel 2.2**  
**Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti, Tahun Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	Muslimah, Ahmad Idris, Mawar Ratih Kusumawardhani (2023) PT. MNC Land Tbk Yang Terdaftar di BEI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Leverage</i>: DER</li> <li>• Pertumbuhan Penjualan</li> <li>• Ukuran Perusahaan</li> <li>• Kinerja Keuangan: ROA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analisis Regresi Linier Berganda</li> <li>• Tempat Penelitian</li> </ul>	Pertumbuhan Penjualan berpengaruh signifikan. <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.	Jurnal Ilmu Sosial Vol. 1, No 5, 2023, Hal 50-60 e-ISSN 2988-1986
2	Dewi Puspita dan Hermanto (2023), Perusahaan Industri Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman di	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pertumbuhan Penjualan</li> <li>• Ukuran Perusahaan</li> <li>• Tempat penelitian</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat variabel: Modal Kerja dan Hutang</li> <li>• Indikator Kinerja:</li> </ul>	Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif pada kinerja perusahaan. Pertumbuhan	Journal of Economics and Business Vol 7, 1 (2023): 451-458 Online ISSN:2597-

No	Peneliti, Tahun Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	BEI		Tobin's Q • Analisis regresi berganda	penjualan tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.	8829
3	Nurul Kamila (2023), Perusahaan Sektor <i>Food and Beverage</i> di Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ukuran Perusahaan</li> <li>• <i>Leverage</i>: DER</li> <li>• Kinerja: ROA</li> <li>• Tempat penelitian</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat variabel Likuiditas</li> <li>• Analisis regresi linier berganda</li> </ul>	Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja perusahaan	Jurnal Administrasi Kantor Vol. 11, No.1 Juni 2023, 163-174 p-ISSN: 2337-6694 e-ISSN: 2527-9769
4	Fandi Fakhru Roja Saragih, Almastoni, Tarwiyah (2023) Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Aneka Industri Yang Terdaftar Pada BEI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Leverage</i>: DER</li> <li>• Ukuran Perusahaan</li> <li>• Pertumbuhan Penjualan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indikator kinerja: ROE</li> <li>• Analisis regresi linier berganda</li> <li>• Tempat penelitian</li> </ul>	Pertumbuhan Penjualan dan <i>Leverage</i> berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.	Jurnal Ilmiah CORE IT Vol. 9 No.6, 2023 e-ISSN: 2548-3528 p-ISSN: 2339-1766
5	Bonita Prabasari dan Naini Rizka Amalia (2022), Perusahaan <i>Consumer Good</i> yang Terdaftar di BEI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Sales Growth</i></li> <li>• Kinerja: ROA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat variabel <i>Capital Structure</i></li> <li>• Analisis regresi linier berganda</li> <li>• Tempat penelitian</li> </ul>	<i>Sales Growth</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>financial performance</i>	Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi Vol. 20 No.3, 2022 Hal 230-235 p-ISSN: 1412-5331 e-ISSN: 2716-2532
6	Felicia dan Hendang Tanusdjaja (2022), Industri Manufaktur yang terdaftar di BEI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Leverage</i></li> <li>• Ukuran Perusahaan</li> <li>• Pertumbuhan Penjualan</li> <li>• Kinerja: ROA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat variabel Manajemen Aset dan Umur Perusahaan</li> <li>• Analisis Regresi Linier Berganda</li> <li>• Tempat penelitian</li> </ul>	Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap kinerja	Jurnal Multiparadigma Akuntansi Vol. 4 No.2, 2022 Hal 877-886

No	Peneliti, Tahun Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
7	Ananda Mitsa Ghalizha Laksmanta dan Titiek Rachmawati (2023), Perusahaan <i>Heavy Construction and Civil Engineering</i> yang terdaftar di BEI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Firm Size</i></li> <li>• <i>Sales Growth</i></li> <li>• Kinerja keuangan: ROA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Good Corporate Governance</i>: Dewan Komisaris dan Dewan Direksi</li> <li>• Analisis regresi linier berganda</li> <li>• Tempat penelitian</li> </ul>	<p>perusahaan</p> <p><i>Sales Growth</i> berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan. <i>Firm Size</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja keuangan</p>	Jurnal Ilmiah Manajemen, dan Kewirausahaan Vol. 3 No. 2 Juni 2023 Hal 71-82 e-ISSN: 2827-7961 p-ISSN: 2827-8143
8	Annya Helda Ayuningtyas, Wisnu Mawardi (2022) Perusahaan Barang Konsumen Primer yang terdaftar di BEI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ukuran Perusahaan</li> <li>• Pertumbuhan Penjualan</li> <li>• Kinerja: ROA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat Variabel struktur modal dan tangibilitas</li> <li>• Variabel Moderasi: GCG</li> <li>• Analisis regresi linier berganda</li> <li>• Tempat penelitian</li> </ul>	Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.	Diponegoro Journal of Management Vol 11 No. 6 2022 Hal 1 ISSN: 2337-3792
9	Levita Judini Tasmil, Novintan Malau dan Marwah Nasution (2019) PT. Sirma Pratama Nusa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pertumbuhan Penjualan</li> <li>• <i>Debt to Equity Ratio</i></li> <li>• Kinerja keuangan: ROA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat Variabel: <i>Current Ratio</i></li> <li>• Analisis Linier Berganda</li> <li>• Tempat penelitian</li> </ul>	<p>Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. <i>Debt to Equity Ratio</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.</p>	Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 2 No 2 Juni 2019 e-ISSN: 2599-3410 p-ISSN: 4321-1234
10	Evi Wulandari dan Emmelia Tan (2023) Perusahaan Kimia di BEI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Company Size</i></li> <li>• <i>Leverage</i></li> <li>• Kinerja: ROA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat Variabel <i>Good Corporate Governance</i> dan BOPO</li> <li>• Analisis regresi linier berganda</li> <li>• Tempat penelitian</li> </ul>	<p><i>Company Size</i> dan <i>Leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan</p>	Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Vol. 4 No 1 2023, 10-20 ISSN: 2774-3004 7

No	Peneliti, Tahun Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
11	Nabila Salsabila, Risal Rinofah, Pristin Prima Sari (2023) Perbankan yang terdaftar di BEI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Leverage</i></li> <li>• Ukuran Perusahaan</li> <li>• Kinerja: ROA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat variabel: Manajemen Risiko Perusahaan</li> <li>• Analisis Regresi Linier Berganda</li> <li>• Tempat penelitian</li> </ul>	<i>Leverage</i> berpengaruh negatif tidak signifikan. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan	Ekonomis: Journal of Economics and Business Vol 7 No.1 2023: 307-314 ISSN: 2597- 8829
12	Endiska Fidia Sari (2018) Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Listing di BEI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ukuran Perusahaan</li> <li>• <i>Leverage</i>: DER</li> <li>• <i>Sales Growth</i></li> <li>• Kinerja: ROA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat variabel: <i>Corporate Governance</i></li> <li>• Analisis Regresi Linier Berganda</li> <li>• Tempat penelitian</li> </ul>	Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif. <i>Sales growth</i> berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan	Jurnal Ilmu Manajemen Vol 6 Nomor 4
13	Beatrice Sasmita dan Henryanto Wijaya (2023) Perusahaan Sektor Kesehatan yang terdaftar di BEI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Leverage</i></li> <li>• Ukuran Perusahaan</li> <li>• Kinerja keuangan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat variabel <i>Intellectual Capital</i></li> <li>• Analisis regresi linier berganda</li> <li>• Tempat penelitian</li> </ul>	Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan	Jurnal Bina Akuntansi Vol 10 No. 2, Hal 459-468
14	Tri Irawati, Erna Chotidjah Suhatmi dan Suhesti Ningsih (2023) Perusahaan Sektor <i>Food and Beverage</i> di BEI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ukuran Perusahaan</li> <li>• <i>Leverage</i>: DER</li> <li>• Kinerja: ROA</li> <li>• Tempat penelitian</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat Variabel Profitabilitas</li> <li>• Analisis Regresi Linier Berganda</li> </ul>	Ukuran perusahaan dan <i>Leverage</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja perusahaan	Jurnal Akuntansi Pajak Vol 24 No. 1 2023 p-ISSN 1412- 629X e-ISSN 2579- 3055
15	Agatha Christi Cantika dan Akhmad Riduwan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Leverage</i>: DER</li> <li>• Ukuran</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat Variabel CSR</li> <li>• Analisis</li> </ul>	<i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan	Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi Vol 12 No 5

No	Peneliti, Tahun Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	(2023) Perusahaan jasa telekomunikasi yang terdaftar di BEI	Perusahaan • Kinerja: ROA	Regresi Linier Berganda • Tempat penelitian	tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan	Mei 2023 e-ISSN: 2461-0585
16	Devi Oktaviyana, Kartika Hendra Titisari dan Sari Kurniati (2023) Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI	• <i>Leverage</i> • Ukuran Perusahaan • Kinerja: ROA	• Indikator <i>Leverage</i> : DAR • Terdapat Variabel Likuiditas dan Struktur Modal • Analisis Regresi Linier Berganda • Tempat penelitian	<i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan	Journal of Economic, Business and Accounting Vol 6 No. 2: 1563-1573 e-ISSN: 2597-5234
17	Wiwi Widyas Hasti, Maryani Maryani dan Arif Makshun (2022) Perusahaan Sektor Pertambangan	• Ukuran Perusahaan • <i>Leverage</i> • Kinerja: ROA	• Indikator <i>leverage</i> : DAR • Terdapat variabel Struktur Modal • Analisis Regresi Linier Berganda • Tempat penelitian	Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan	Reviu Akuntansi Manajemen dan Bisnis Vol 2 No 2 2022, 139-150 ISSN: 2797-958X
18	Diah Eka Septi Lutfiana dan Suwardi Bambang Hermanto (2021) Perusahaan Indeks Kompas 100	• Ukuran Perusahaan • <i>Leverage</i> : DER • Kinerja: ROA	• Terdapat Variabel Profitabilitas • Analisis Regresi Linier Berganda • Tempat penelitian	Ukuran perusahaan dan <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan	Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi Vol 10 No. 2 Februari 2021 e-ISSN: 2460-0585
19	Mumtazatur Rahmatin, Ika Neni Kristanti (2020) Perusahaan Sektor Aneka Industri Yang Terdaftar di BEI	• <i>Leverage</i> : DER • Ukuran Perusahaan • Kinerja: ROA	• Terdapat Variabel GCG dan struktur modal • Analisis Regresi Linier Berganda • Tempat penelitian	Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan	Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Vol 2, Nomor 4 Agustus 2020
20	Dhea Cipta Krisdamayanti	• Ukuran Perusahaan	• Indikator <i>Leverage</i> : DAR	Ukuran perusahaan	Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi

No	Peneliti, Tahun Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	dan Endang Dwi Retnani (2020) Perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Leverage</i></li> <li>• Kinerja: ROA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat variabel CSR</li> <li>• Analisis berganda</li> <li>• Tempat penelitian</li> </ul>	berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.	Vol 9 No. 4 4 April 2020 e-ISSN: 2460-0585

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Pertumbuhan perusahaan industri di Indonesia menjadi bukti perekonomian Indonesia semakin maju. Perusahaan industri di Indonesia memiliki persaingan yang sangat ketat. Sehingga perusahaan berlomba-lomba untuk mencapai tujuan. Tujuan didirikannya sebuah perusahaan adalah untuk menghasilkan keuntungan. Keuntungan perusahaan tersebut dapat diwujudkan dengan cara perusahaan memaksimalkan kinerja perusahaannya. Tujuan perusahaan meningkatkan kinerja perusahaan adalah dengan meningkatkan kinerja keuangan. Hal ini dapat meningkatkan juga nilai pemegang saham. Para pemegang saham tentunya akan lebih tertarik pada perusahaan yang dapat memberikan keuntungan lebih daripada perusahaan lainnya.

Menurut Rudianto (2013:189) kinerja keuangan merupakan hasil atau kinerja yang dicapai oleh manajemen perusahaan dengan menjalankan fungsi pengelolaan aset perusahaan secara efektif selama jangka waktu tertentu. Rasio Profitabilitas digunakan penulis untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan dalam penelitian ini. Rasio Profitabilitas dihitung dengan *Return on Asset (ROA)*. Penulis memilih

ROA dikarenakan ROA merupakan rasio yang sering ditekankan karena dapat menunjukkan keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai laba. ROA mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan di masa lalu dan dapat memprediksinya di masa depan. ROA juga mudah dihitung dan dipahami.

Menurut Nurlia dalam (Stevani, 2021) menjelaskan bahwa semakin besar *Return on Asset*, berarti semakin efisien penggunaan aktiva perusahaan atau dengan kata lain dengan jumlah aktiva yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar dan sebaliknya. Nilai ROA yang semakin mendekati 1, berarti semakin baik profitabilitas perusahaan karena setiap aset yang ada dapat menghasilkan laba.

*Sales growth* menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Menurut Kasmir (2018) *sales growth* merupakan kemampuan suatu usaha untuk mempertahankan posisi ekonominya, seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan sektor usaha. *Sales growth* menunjukkan seberapa jauh perusahaan meningkatkan penjualan dibandingkan dengan total keseluruhan penjualan.

Semakin tinggi *sales growth* akan memberikan sinyal positif bagi investor untuk menanamkan modal di perusahaan. Menurut gagasan signaly, kenaikan dalam pertumbuhan penjualan akan memberikan indikasi kepada para investor bahwa mereka seharusnya lebih tertarik untuk melakukan investasi di perusahaan. Pertumbuhan penjualan merupakan pertanda yang baik karena perusahaan memiliki kinerja keuangan yang menghasilkan laba sehingga investor memperoleh *rate of return* atas investasi (Mitsa et al., 2023). Hal ini didukung

dengan hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa *sales growth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan yakni penelitian yang dilakukan oleh Muslimah et al. (2023), Mitsa et al. (2023) dan Saragih et al. (2021).

*Leverage* juga merupakan faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Menurut Kasmir (2019:152) menjelaskan bahwa *leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk membayar kewajibannya, baik yang bersifat jangka pendek maupun jangka panjang. Adanya utang yang diperoleh perusahaan diharapkan dapat digunakan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan serta pengembangan bisnis. Dengan tambahan dana ini diharapkan perusahaan dapat meningkatkan laba dan pendapatan yang dihasilkan. Jika laba yang dihasilkan perusahaan meningkat maka kinerja perusahaan juga akan mengalami peningkatan (Gusnita & Taqwa, 2019).

Ada beberapa rasio yang dapat dijadikan pengukuran *leverage*. Dalam penelitian ini, *leverage* diukur dengan menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER). Alasan penulis memilih DER karena memberikan gambaran mengenai bagaimana perusahaan mampu menjami total utang perusahaan dengan menggunakan modal perusahaan. DER diukur dengan membandingkan total hutang dengan total modal perusahaan.

DER yang tinggi namun diikuti dengan pengelolaan yang baik dapat meningkatkan laba perusahaan. Selama perusahaan dapat mengontrol manfaat dan biaya yang ditimbulkan akibat adanya utang maka hal tersebut tidak akan menjadi masalah. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh

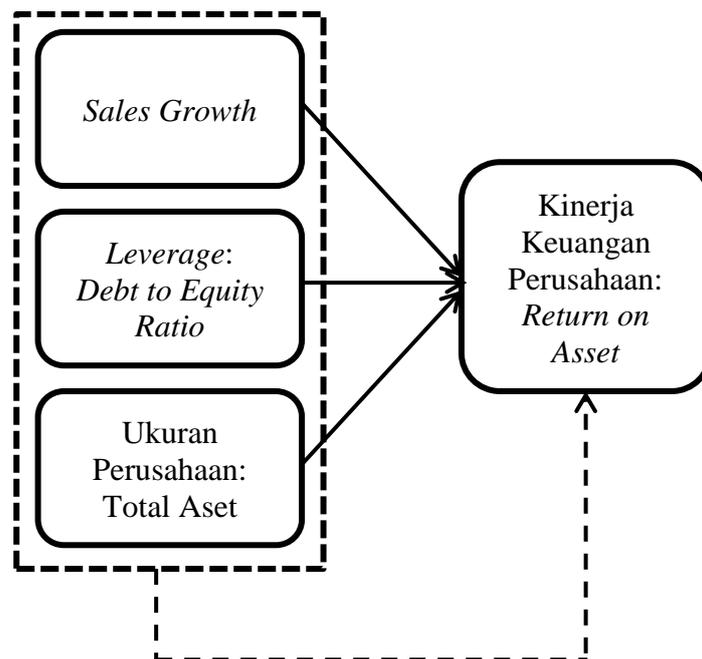
(Viriany & Setiaputra, 2021), (Prakasiwi et al., 2019) dan (Hermawan, 2017) mendapat hasil *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Selain *sales growth* dan *leverage* terdapat faktor lain yang juga mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan, yakni ukuran perusahaan. Menurut Hartono (2013:282) ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: total aset, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain. Ukuran perusahaan mencerminkan total aset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar suatu perusahaan maka semakin banyak pula aset yang dimilikinya dan semakin banyak pula dana yang dibutuhkan perusahaan untuk melanjutkan aktivitas operasinya guna mengoptimalkan kinerja keuangan perusahaan (Riyanto, 2011).

Ukuran perusahaan dapat dinilai melalui total aset yang dimiliki perusahaan. maka dari itu, indikator yang digunakan untuk penelitian ini yakni total aset. Hal ini dikarenakan nilai aset dianggap lebih stabil apabila dibandingkan dengan variabel lainnya dan juga aset menjadi akun dengan nominal yang besar. Menurut Werner R. Murhadi (2013) ukuran perusahaan diukur dengan mengkonversikan total aset yang dimiliki suatu perusahaan ke dalam rumus logaritma alami. Besar kecilnya perusahaan ditentukan dengan menggunakan Log Natural Total Aset. Hal ini bertujuan untuk mengurangi fluktuasi data yang berlebihan. Dengan menggunakan logaritma natural, bisa mengetahui berapa jumlah aset yang jumlahnya sangat banyak disederhanakan tanpa mengubah rasio total aset sebenarnya.

Secara umum perusahaan yang termasuk dalam ukuran besar mengungkapkan informasi yang lebih luas daripada perusahaan kecil, sehingga dalam hal pendanaan perusahaan besar akan lebih mudah mendapat pendanaan. Sehingga perusahaan akan selalu mempunyai dana untuk memaksimalkan kinerja perusahaan. Sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Ayuningtyas & Mawardi, 2022), (Salsabila et al., 2023) dan (Krisdamayanti & Retnani, 2020) dimana hasilnya menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**

Keterangan:

— = parsial

- - - = simultan

## 2.4 Hipotesis

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

1. *Sales Growth* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan sub sektor *food and beverage* Bursa Efek Indonesia periode 2017-2022.
2. *Leverage* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan sub sektor *food and beverage* Bursa Efek Indonesia periode 2017-2022.
3. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan sub sektor *food and beverage* Bursa Efek Indonesia periode 2017-2022.
4. *Sales Growth*, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan sub sektor *food and beverage* Bursa Efek Indonesia periode 2017-2022.