

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1. Margin Laba Kotor (GPM)

Margin Laba Kotor (GPM) yaitu salah satu indikator dari rasio Profitabilitas adalah rasio yang dipergunakan untuk mengukur suatu kemampuan perusahaan untuk mencari keuntungan (Kasmir, 2016). Selain itu, rasio Profitabilitas memberikan ukuran dari tingkat keefektifan manajemen di perusahaan. Dalam hal tersebut dilihat dari laba yang diperoleh penjualan serta dari pendapatan investasi.

Menurut Fahmi (2018:80) Margin Laba Kotor ialah rasio yang menunjukkan hubungan antara penjualan dan beban pokok penjualan, yang digunakan untuk menilai suatu kemampuan di dalam perusahaan untuk mengendalikan biaya operasi atau biaya persediaan barang ataupun meneruskan kenaikan harga melalui dari penjualan kepada konsumen.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba melalui operasional usahanya dengan menggunakan dana Aset yang dimiliki oleh perusahaan, yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Penggunaan rasio Profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan berbagai komponen yang ada di laporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode operasi. Tujuan adalah agar terlihat perkembangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu, baik penurunan maupun kenaikan, sekaligus mencari penyebab perubahan tersebut.

Perubahan dalam laba kotor perlu dianalisis untuk mengetahui sebab-sebab perubahan, baik perubahan yang menguntungkan maupun perubahan yang tidak menguntungkan sehingga dapat diambil kesimpulan dan tindakan seperlunya untuk periode-periode selanjutnya. Menurut Munawir (2013) menyatakan bahwa : “Margin Laba Kotor (GPM) rasio atau perimbangan antara laba kotor yang diperoleh perusahaan dengan tingkat penjualan yang dicapai pada periode yang sama”. Rasio Margin Laba Kotor (GPM) menggambarkan laba kotor yang dapat dicapai setiap rupiah penjualan, atau bila rasio ini dikurangkan terhadap angka 100% maka akan menunjukkan jumlah tersisa untuk menutup biaya operasi laba bersih.

Besar kecilnya perolehan laba kotor untuk suatu perusahaan dalam satu periode ke periode selanjutnya dapat dihitung dengan rasio yang disebut Margin Laba Kotor (GPM). Menurut Kasmir (2012) menyatakan bahwa : “Margin Laba Kotor (GPM) artinya laba yang diperoleh sebelum dikurangi biaya-biaya yang menjadi beban perusahaan. Artinya adalah laba yang pertama sekali perusahaan memperoleh dari penjualan yang dilakukan”.

Berdasarkan pengertian para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa Margin Laba Kotor (GPM) merupakan perbandingan antara laba kotor dan penjualan. Margin Laba Kotor (GPM) sangat dipengaruhi oleh penjualan yang dilakukan perusahaan. Semakin besar Margin Laba Kotor (GPM) semakin baik keadaan operasional perusahaan.

2.1.1.1.Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Margin Laba Kotor

Dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi Margin Laba Kotor (GPM) secara terperinci, manajemen dapat mengambil tindakan seperlunya, misalnya harga pokok persatuan mengalami kenaikan, maka bagian produksi dapat diminta keterangannya, mungkin perubahan ini naiknya harga bahan, naiknya buruh dan lain sebagainya. Faktor yang mempengaruhi Margin Laba Kotor.

- a. Perubahan harga jual persatuan produk
- b. Perubahan kuantitas atau volume produk yang dijual

Melalui faktor-faktor yang mempengaruhi Margin Laba Kotor dapat mengetahui sebab-sebab perubahan dari laba kotor. Baik perubahan yang menguntungkan maupun perubahan yang tidak menguntungkan, sehingga manajemen dapat mengambil kesimpulan atau tindakan seperlunya.

2.1.1.2.Manfaat Margin Laba Kotor

Rasio Margin Laba Kotor berguna bagi pihak manajemen dan kalangan umum untuk mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan sumber daya yang dimilikinya. Laba yang diperoleh perusahaan memiliki pengaruh dan manfaat untuk suatu perusahaan. Salah satunya laba yang diperoleh sebelum dikurangi biaya-biaya atau disebut dengan Margin Laba Kotor (GPM). Manfaat Margin Laba Kotor (GPM) :

- 1) Untuk mengetahui penyebab naik atau turunnya penjualan dan ataupun harga pokok penjualan.

- 2) Sebagai bentuk pertanggungjawaban bagian penjualan atau pemasaran dan ataupun bagian produksi untuk harga pokok penjualan.
- 3) Sebagai salah satu alat ukur untuk menilai kinerja manajemen. Artinya hasil yang diperoleh dari analisa laba kotor akan menentukan kinerja manajemen ke depan logikanya jika manajemen sekarang berhasil akan dipertahankan ke jabatan yang lebih tinggi.

Penggunaan rasio ini sela memiliki manfaat dalam menentukan bagaimana tingkat Laba Kotor, juga memiliki kelemahan karena rasio ini hanya memberitahu keuntungan kotor dari penjualan yang dilakukan perusahaan tanpa memutuskan struktur biaya yang ada pada perusahaan.

2.1.1.3. Pengukuran Margin Laba Kotor

Untuk mengukur kemampuan tingkat keuntungan kotor yang diperoleh setiap rupiah penjualan. Rasio ini bermanfaat untuk mengukur keseluruhan efektivitas perusahaan dalam menghasilkan produk atau jasa. Semakin rendah rasio ini semakin kurang baik, karena ini menunjukkan adanya pemborosan dalam biaya untuk menghasilkan produk atau jasa. Menurut Fahmi (2013) menyatakan bahwa pengukuran, yaitu :

$$\text{GPM} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

Berdasarkan pengukuran di atas maka dapat disimpulkan rasio Margin Laba Kotor merupakan margin laba kotor. Margin laba kotor yang memperlihatkan hubungan antara penjualan dan beban pokok penjualan, mengukur kemampuan sebuah perusahaan untuk mengendalikan biaya persediaan atau biaya operasi

barang maupun untuk meneruskan kenaikan harga lewat penjualan kepada pelanggan. Jadi dapat disimpulkan bahwa perhitungan Margin Laba Kotor ini mengetahui seberapa besar kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba.

2.1.2. *Earning Power* (EP)

Menurut Bambang Riyanto (2008) *Earning Power* (EP) adalah kemampuan untuk mengetahui efisiensi perusahaan dengan melihat besar kecilnya dalam menghasilkan laba. *Earning Power* (EP) dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba usaha dengan aktiva yang digunakan untuk memperoleh laba tersebut. Investor beranggapan bahwa *earnings power* yang tinggi akan menjamin pengembalian investasi serta akan memberikan keuntungan yang layak, oleh karena itu perusahaan harus menampilkan kinerja manajemen yang baik sehingga *earnings power* perusahaan dapat dilihat maksimal. Dengan melakukan analisis terhadap *Earning Power* (EP) perusahaan maka investor dapat menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan sejauh mana efektivitas pengelolaan perusahaan pada masa-masa yang lalu. Rasio ini mengukur seberapa banyak keuntungan operasional bisa diperoleh dari setiap rupiah penjualan.

Earning Power (EP) memiliki tujuan dan manfaat, tidak hanya bagi pihak pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak di luar perusahaan terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan. Menurut Kasmir (2014) tujuan *Earning Power* (EP) bagi perusahaan maupun bagi pihak luar usaha adalah sebagai berikut:

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

Sementara itu, menurut Kasmir (2014) manfaat *Earning Power (EP)* yang diperoleh adalah sebagai berikut:

- 1) Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam 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

Dari penjelasan di atas mengenai tujuan dan manfaat *Earning Power (EP)* adalah untuk mengetahui besarnya tingkat laba, posisi laba perusahaan tahun sebelumnya, perkembangan laba dari waktu ke waktu, besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri dan produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan.

Menurut Agustina Rice (2016:87) Earning Power merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, yang sangat tergantung pada efisien dan efektivitas pemanfaatan sumber daya yang tersedia untuk menjalankan kegiatan operasi. Adapun rumus Earning Power adalah sebagai berikut:

$$\text{Earning Power} = \text{NPM} \times \text{Perputarn Total Aset}$$

2.1.3. Total Perputaran Aset (TATO)

Menurut Kasmir (2012) Total Perputaran Aset merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perputaran semua aktiva yang dimiliki perusahaan dan mengukur berapa jumlah penjualan yang di per oleh dari tiap rupiah aktiva. Menurut Fahmi (2017) Total Perputaran Aset merupakan rasio ini melihat sejauh mana keseluruhan aset yang dimiliki oleh perusahaan terjadi perputaran secara efektif. Mengukur berapa besar penjualan dihasilkan dari setiap Aset yang dimiliki.

Menurut Linna Ismawati (2019), “TATO menunjukkan tingkat efisiensi penggunaan keseluruhan aset perusahaan dalam menghasilkan volume penjualan tertentu. Semakin tinggi rasio TATO, berarti semakin efisien penggunaan keseluruhan aset dalam menghasilkan penjualan atau pendapatan.” Rasio perputaran total aset yang terdapat dalam salah satu rumus rasio aktivitas yang mengukur sejauh mana efisiensi perusahaan dalam menggunakan penjualan perusahaannya dalam memperoleh laba karena dengan semakin cepatnya perputaran penjualan maka akan semakin cepat juga perusahaan dalam mendapatkan keuntungan sehingga harga saham suatu perusahaan akan naik (Linna Ismawati & Ima Ratiwi, 2015).

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa Perputaran Aset adalah perbandingan antara penjualan bersih atau *net sales* dengan total aktiva yaitu akumulasi dari aktiva tetap dan aktiva lancar. Aktiva tetap terdiri dari tanah, bangunan, mesin, dan lain-lain yang memiliki umur ekonomi lebih dari satu tahun sedangkan aktiva lancar terdiri dari kas, piutang, dan lain yang memiliki umur ekonomis kurang dari satu tahun.

2.1.3.1. Tujuan dan Manfaat Perputaran Aset

Menurut Hery (2016) tujuan dan manfaat Perputaran Aset adalah:

- 1) Untuk menilai efektif tidaknya aktivitas penjualan persediaan barang dagang yang telah dilakukan selama periode.
- 2) Untuk mengukur berapa kali dana yang tertanam dalam modal kerja berputar dalam satu periode atau berapa besar tingkat penjualan yang dapat dicapai dari setiap rupiah modal kerja yang digunakan.
- 3) Untuk mengukur berapa kali dana yang tertanam dalam Aset tetap berputar dalam satu periode atau berapa besar tingkat penjualan yang dapat dicapai dari setiap rupiah Aset tetap yang digunakan.
- 4) Untuk mengukur berapa kali dana yang tertanam dalam total Aset berputar dalam satu periode, atau berapa besar tingkat penjualan yang dapat dilakukan dari setiap rupiah total Aset yang digunakan.

Menurut Kasmir (2012) adapun tujuan Perputaran Aset

- 1) Untuk mengukur berapa lama penagihan piutang selama satu periode atau berapa kali dana yang ditanam dalam piutang ini berputar dalam satu periode.
- 2) Untuk menghitung rata-rata penagihan piutang di mana hasil perhitungan ini menunjukkan jumlah dari piutang tersebut rata-rata tidak dapat ditagih.
- 3) Untuk menghitung berapa hari rata-rata persediaan tersimpan dalam Gudang.
- 4) Untuk mengukur berapa kali dana yang ditanam dalam modal kerja berputar dalam satu periode atau berapa penjualan yang dapat dicapai oleh setiap modal kerja yang digunakan.
- 5) Untuk mengukur berapa kali dana yang ditanamkan dalam aktiva tetap berputar dalam satu periode.
- 6) Untuk mengukur penggunaan semua aktiva perusahaan dibandingkan dengan penjualan

Selain itu juga terdapat manfaat Perputaran Aset pada Kasmir (2012)

- 1) Manajemen dapat mengetahui berapa kali dana yang ditanamkan dalam aktiva tetap berputar dalam satu periode.
- 2) Manajemen dapat mengetahui penggunaan semua aktiva perusahaan dibandingkan dengan penjualan dalam satu periode tertentu.

2.1.3.2.Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perputaran Aset

Menurut Kasmir (2012) menyatakan adanya beberapa faktor yang mempengaruhi Perputaran Aset yaitu :

- 1) Total Aktiva yaitu terdiri dari
 - a) *cash* (kas)
 - b) *marketable securitas* (surat berharga)
 - c) wesel tagih
 - d) piutang dagang
 - e) persediaan barang dagang
 - f) penghasilan yang masih diterima
 - g) Biaya yang dibayar di muka
- 2) *fixed Aset*
 - a) *Land & building* (tanah dan bangunan)
 - b) *Machine* (mesin)

2.1.3.3. Pengukuran Perputaran Aset

Perputaran Aset merupakan rasio antara penjualan bersih (*net sales*) dengan total aktiva yang berasal dari aktiva lancar dan aktiva tidak lancar. Menurut Fahmi (2017, hal. 135) rumus Perputaran Aset adalah :

$$\text{TATO} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aset}}$$

2.1.4. Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*)

Pertumbuhan Penjualan adalah kenaikan jumlah penjualan terhadap tahun sebelumnya. Pertumbuhan jualan ini juga adalah merupakan indikator terjadinya pertumbuhan perusahaan yang merupakan tolak ukur keberhasilan perusahaan. Keberhasilan tersebut menjadi tolak ukur investasi untuk pertumbuhan pada masa

yang akan datang. Pertumbuhan perusahaan dapat ditunjukkan pertumbuhan aset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar aset diharapkan semakin besar hasil operasional yang dihasilkan perusahaan. Selain itu indikator pertumbuhan perusahaan dapat dilihat dari kenaikan penjualan dari tahun ke tahun. Pertumbuhan Penjualan adalah indikator penting dari penerimaan pasar atas produk atau jasa suatu perusahaan, di mana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat Pertumbuhan Penjualan (Meidiyustiani, 2016). Pertumbuhan Penjualan (*growth*) memiliki peranan yang penting dalam manajemen modal kerja. Dengan mengetahui seberapa besar Pertumbuhan Penjualan, perusahaan dapat memprediksi seberapa besar profit yang didapatkan.

Pertumbuhan Penjualan merupakan cerminan atas keberhasilan dari setiap investasi dimasa lalu dan dapat dipakai sebagai acuan untuk memprediksi tingkat pertumbuhan dimasa mendatang. Setiap kenaikan atau penurunan pertumbuhan pada perusahaan dapat berdampak pada kemampuan dalam mempertahankan laba untuk mendanai kegiatan perusahaan dimasa mendatang. Suatu perusahaan dikatakan mengalami pertumbuhan yang meningkat atau lebih baik jika terjadi peningkatan yang konsisten dalam aktivitas operasional perusahaan. Menurut Kasmir (2017:114), Pertumbuhan Penjualan merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dan mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan ekonomi dan sektor usahanya. Pertumbuhan Penjualan mencerminkan keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang.

Menurut Salempang (2016) Pertumbuhan Penjualan adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu. Rasio Pertumbuhan Penjualan dapat mencerminkan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan penjualannya dari waktu ke waktu. Pertumbuhan Penjualan mencerminkan manifestasi keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan di masa yang akan datang.

Pertumbuhan Penjualan adalah salah satu indikator yang mempengaruhi Pertumbuhan Laba, karena semakin tinggi pendapatan yang dihasilkan perusahaan maka akan mencerminkan bahwa perusahaan mempunyai prospek yang bagus untuk menghasilkan return bagi para investor. Pendapatan yang dihasilkan dari penjualan produk atau jasa suatu perusahaan digunakan untuk mengukur tingkat Pertumbuhan Penjualan. Semakin tinggi penjualan bersih yang didapat maka akan semakin tinggi pula Pertumbuhan Laba perusahaan (Meidiyustiani, 2016). Perusahaan yang baik akan terlihat dari kenaikan penjualan dari tahun ke tahun. Tingkat Pertumbuhan Penjualan mempengaruhi Pertumbuhan Laba karena perusahaan yang berkembang dengan baik akan memberi dampak positif bagi investor (Atiningsih dan Wahyuni, 2020).

Dengan mengetahui penjualan dari tahun sebelumnya, perusahaan dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada. Pertumbuhan Penjualan (*growth*) memiliki peranan yang penting dalam manajemen modal kerja. Pertumbuhan perusahaan ditunjukkan dengan pencapaian tingkat penjualan yang dihasilkan perusahaan, pertumbuhan perusahaan dapat dikatakan sebagai Pertumbuhan Penjualan.

Apabila tingkat Pertumbuhan Penjualan tinggi, berarti volume penjualan meningkat, sehingga perlu peningkatan kapasitas produksi. Peningkatan kapasitas produksi seperti penambahan mesin-mesin baru, akan memerlukan dana yang besar. Untuk itu perusahaan cenderung menggunakan utang jangka pendek dengan harapan penjualan meningkat, untuk mengimbangi tingkat penjualan yang tinggi, perusahaan akan cenderung mengambil utang agar dapat meningkatkan kapasitas penjualannya. Hal ini disebabkan karena kebutuhan dana yang digunakan untuk pembiayaan pertumbuhan semakin besar (Windi Novianti, 2023). Dari penjelasan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Pertumbuhan Penjualan merupakan suatu persentase yang dapat memperlihatkan setiap Pertumbuhan Penjualan dari tahun ke tahun, di mana Pertumbuhan Penjualan yang tinggi mengindikasikan bahwa pendapatan (penjualan) yang dihasilkan oleh perusahaan semakin meningkat dan dapat menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi Pertumbuhan Laba.

Pertumbuhan perusahaan merupakan indikator atau pengukuran tentang bagaimana perkembangan atau pertumbuhan perusahaan dalam suatu periode tertentu yang menunjukkan kinerja perusahaan pada titik optimal yang berdampak pada peningkatan Pertumbuhan Laba. Hasil penelitian oleh Nilawati et al (2019) menunjukkan bahwa Pertumbuhan Penjualan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap Pertumbuhan Laba.

2.1.4.1. Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Penjualan

Menurut Swastha (2014:406) menyatakan bahwa dalam kenyataannya sebuah kegiatan penjualan sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor baik dari dalam maupun dari luar, beberapa faktor tersebut antara lain :

1) Kondisi dan Kemampuan Pasar

Di sini penjual harus dapat meyakinkan pembeli agar berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan untuk maksud tertentu, penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan yaitu :

- a) Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan.
- b) Harga pokok.
- c) Syarat penjualan seperti pembayaran, perantaraan garansi dan sebagainya.

2) Kondisi Pasar

Hal yang diperhatikan pada kondisi pasar antara lain :

- a. Jenis pasarnya, apakah pasar konsumen, pasar industri, pasar pemerintah atau pasar internasional.
- b. Kelompok pembeli dan segmen pasarnya.
- c. Daya beli. d. Frekuensi pembeliannya.
- d. Keinginan dan kebutuhan.

3) Modal

Apakah modal kerja perusahaan mampu untuk mencapai target penjualan yang dianggarkan seperti untuk :

- a. Kemampuan untuk membiayai penelitian pasar yang dilakukan.
- b. Kemampuan membiayai usaha-usaha untuk mencapai target penjualan.
- c. Kemampuan membeli bahan mentah untuk dapat memenuhi target penjualan.

4) Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ditangani oleh bagian penjualan. Lain halnya dengan perusahaan kecil, di mana masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi-fungsi lain.

2.1.4.2. Manfaat dan Tujuan Penjualan

Menurut Basu swastha (2014:26) menyatakan bahwa fungsi penjualan meliputi aktivitas yang dilakukan untuk merealisasikan penjual seperti :

- 1) Menciptakan permintaan.
- 2) Mencari pembeli.
- 3) Memberikan syarat-syarat penjualan.
- 4) Memindahkan hak milik.

Pada umumnya, para pengusaha mempunyai tujuan utama yaitu mendapatkan laba semaksimal mungkin dan dapat mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkannya untuk jangka waktu yang lama. Tujuan tersebut dapat direalisasikan apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti yang telah direncanakan oleh perusahaan. Menurut Basu swastha (2014:27), perusahaan pada umumnya mempunyai tiga tujuan umum dalam penjualan, yaitu:

- 1) Mencapai volume penjualan tertentu.
- 2) Menentukan laba tertentu.
- 3) Menunjang pertumbuhan perusahaan.

2.1.4.3. Rumus Pertumbuhan Penjualan

Metode pengukurannya adalah dengan membandingkan penjualan pada tahun ke-t setelah dikurangi penjualan pada periode sebelumnya terhadap penjualan pada

periode sebelumnya. Rumus yang digunakan untuk mengukur Pertumbuhan Penjualan Harahap (2015) sebagai berikut:

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

Perusahaan dengan penjualan yang relatif stabil berarti memiliki aliran kas yang relatif stabil pula, maka dapat menggunakan utang lebih besar daripada perusahaan dengan penjualan yang tidak stabil. Pertumbuhan Penjualan dari tahun-tahun yang telah berlalu dapat digunakan oleh para pihak yang berkepentingan untuk tujuan tertentu. Kreditur akan mempertimbangkan Pertumbuhan Penjualan tahun sebelumnya untuk meramalkan tingkat Pertumbuhan Penjualan tahun berikutnya. Semakin tinggi Pertumbuhan Penjualan semakin besar pula laba yang dihasilkan. Hal ini akan menyenangkan kreditur dan perusahaan karena biaya bunga dapat dibayar sesuai jadwal. Investor yang akan berinvestasi juga melihat ramalan Pertumbuhan Penjualan ini karena investor menginginkan tingkat pengembalian yang tinggi, dengan risiko yang rendah. Hal ini bisa tercapai dengan laba yang mencukupi. Semakin stabil tingkat penjualan yang dimiliki perusahaan, semakin besar juga utang yang didapatkan perusahaan. Margin Laba Kotor (GPM) merupakan peningkatan jumlah penjualan dari tahun ke tahun. Penjualan perusahaan dapat meningkat karena investasi yang dilakukan perusahaan juga meningkat.

2.1.5. Pertumbuhan Laba

Menurut Brigham dan Houston (2010) mengatakan bahwa :”laba komprehensif sama dengan laba bersih yang disesuaikan dengan beberapa pos tambahan, seperti

keuntungan dan kerugian efek yang dapat diperdagangkan yang belum terealisasi, diklarifikasikan sebagai persediaan untuk dijual, ketika mereka di padankan dengan pasar. Perusahaan harus melaporkan “laba komprehensif dan juga “laba bersih”. Menurut Kasmir (2012) Laba merupakan salah satu tujuan utama perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya. Pihak manajemen selalu merencanakan besar perolehan setiap periode, yang ditentukan melalui target yang harus dicapai.

Laba merupakan salah satu pengukuran aktivitas operasi. Angka laba biasanya dilaporkan dalam laporan laba-rugi selama satu periode bersamaan dengan komponen lainnya seperti pendapatan, beban, keuntungan dan kerugian. Selain itu, dalam menilai kinerja keuangan suatu perusahaan, pertumbuhan penjualan biasanya dianggap sebagai komponen penting oleh investor. Secara umum investor dapat menggunakan laporan keuangan untuk mengetahui seberapa besar keuntungan yang diperoleh perusahaan dan sebagai cerminan kinerja keuangan perusahaan (Surtikanti, 2022).

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa laba adalah kelebihan pendapatan dari suatu perusahaan dalam satu periode tertentu yang digunakan dan dialokasikan untuk pos-pos laporan keuangan sebelum di distribusikan kepada pemegang saham. Pertumbuhan laba merupakan kenaikan laba atau penurunan laba per tahun pertumbuhan laba dapat digunakan untuk menilai bagaimana kinerja suatu perusahaan.

Menurut Harahap (2016, hal. 310) pertumbuhan laba yaitu rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan meningkatkan laba bersih dibandingkan dengan tahun lalu. Menurut Fahmi (2017, hal. 137) Rasio Pertumbuhan yaitu rasio

yang mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisinya di dalam industri dan dalam perkembangan ekonomi secara umum. Sedangkan menurut Kasmir (2012, hal. 107) Rasio Pertumbuhan laba merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya.

Dari teori dan pendapat di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa pertumbuhan laba adalah kenaikan atau penurunan laba pada satu periode tertentu untuk mempengaruhi keputusan investasi para investor dan calon investor yang akan menanamkan modalnya.

2.1.5.1. Manfaat dan Tujuan Pertumbuhan Laba

Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan laba. Ukuran yang sering kali dipakai untuk menentukan sukses tidaknya manajemen perusahaan adalah laba yang diperoleh perusahaan. Menurut Hery (2017) fungsi dari laba antara lain sebagai berikut:

- 1) Sebagai indikator penentu besarnya pajak penghasilan
- 2) Sebagai sebuah ukuran suksesnya aktivitas operasional perusahaan
- 3) Sebagai salah satu kriteria untuk menentukan kebijakan dividen
- 4) Menilai kerja manajemen dalam mengelola perusahaan.

Menurut Syahrial (2013) manfaat laba dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui penyebab naik atau turunnya
- 2) Sebagai bentuk pertanggung jawaban bagian penjualan atau pemasaran dan ataupun bagian produksi untuk harga pokok penjualan.

3) Sebagai salah satu alat ukur untuk menilai kinerja manajemen

Dari teori tersebut dapat disimpulkan bahwa tujuan dan manfaat pertumbuhan laba adalah sebagai alat ukur dalam mengoperasikan harta atau aset perusahaan sehingga manajemen mengetahui kemampuan yang dimiliki dalam meningkatkan laba perusahaan. Menurut Angkoso (2009, hal.15) adapun manfaat dan Tujuan pertumbuhan laba adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban atau utang yang segera jatuh tempo pada saat di tagih. Artinya, kemampuan untuk membayar kewajiban yang sudah waktunya dibayar sesuai jadwal batas waktu yang telah ditetapkan (tanggal dan bulan tertentu).
- 2) Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar keseluruhan.
- 3) Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek tanpa memperhitungkan persediaan atau piutang.
- 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.

Menurut Subramayam (2017) menyatakan bahwa tujuan pertumbuhan laba bagi perusahaan maupun pihak luar perusahaan adalah :

- 1) Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menjalankan kegiatan kinerja operasi perusahaannya.

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

2.1.5.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Laba

Di dalam meningkatnya suatu laba pasti ada faktor-faktor yang mempengaruhi laba, sehingga setiap tahunnya pertumbuhan laba mengalami kenaikan atau penurunan. Menurut Angkoso (2009, hal. 20) menyebutkan bahwa pertumbuhan laba dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain :

- 1) Besarnya perusahaan, hal ini disebabkan besaran perusahaan karena skala ekonomi yang berbeda-beda. Skala ekonomi yang tinggi menyebabkan perusahaan dapat menghasilkan produk yang tinggi biaya yang rendah. Semakin besar suatu perusahaan maka ketepatan pertumbuhan laba yang diharapkan semakin tinggi.
- 2) Umur perusahaan, perusahaan yang baru berdiri kurang memiliki pengalaman dalam meningkatkan laba, sehingga pertumbuhan laba akan menurun.

- 3) Tingkat Leverage, salah satu kewajiban manajer adalah mengatur risiko. Jadi manajer melakukan apa saja untuk mengurangi risiko. Risiko Leverage dapat tercermin dari likuiditas yang dimiliki. Bila perusahaan memiliki hutang yang tinggi maka ketepatan pertumbuhan laba diharapkan semakin tinggi pula.
- 4) Tingkat penjualan, tingkat penjualan yang tinggi akan semakin tinggi pula tingkat penjualan dimasa yang akan datang maka pertumbuhan laba akan semakin tinggi pula.
- 5) Pertumbuhan laba masa lalu, semakin besar perubahan laba di masa lalu semakin tidak pasti laba yang di hasilkan di masa yang akan datang.

Menurut Jumingan (2014, hal .115) faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan laba adalah sebagai berikut :

- 1) Volume Produksi Penjualan Apabila volume produksi/penjualan berubah sedang faktor-faktor yang lain (harga jual, rasio biaya variabel, biaya tetap) tidak berubah maka perolehan laba juga akan berubah.
- 2) Harga Jual Apabila harga jual per unit mengalami perubahan, sedangkan volume penjualan biaya variabel per unit dan biaya tetap tidak berubah, maka perolehan laba juga akan mengalami perubahan.
- 3) Biaya Apabila biaya variabel per unit dan biaya tetap berubah sedangkan volume penjualan dan harga per unit berubah, maka perolehan laba juga akan mengalami perubahan.

Menurut Murhadi (2013) faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan laba adalah sebagai berikut :

- 1) Umur atau sejarah perusahaan.
- 2) Pertumbuhan laba masa lalu.
- 3) Tipe perusahaan.
- 4) Pendapatan perusahaan.
- 5) Penjualan perusahaan atau volume penjualan.

2.1.5.3. Pengukuran Pertumbuhan Laba

Alat ukur yang digunakan untuk mengukur pertumbuhan laba yaitu rasio pertumbuhan yang artinya menggambarkan persentase pertumbuhan laba perusahaan dari tahun ke tahun. Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan meningkatkan laba bersih tahun lalu. Menurut Harahap (2016) untuk mengukur pertumbuhan laba dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Pertumbuhan Laba} = \frac{\text{Laba bersih tahun ini} - \text{Laba bersih tahun lalu}}{\text{Laba bersih tahun lalu}}$$

2.1.6. Hasil Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan beberapa penelitian terdahulu akan diuraikan secara ringkas karena penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian sebelumnya. Meskipun ruang lingkup hampir sama tetapi karena objek dan periode waktu yang digunakan berbeda maka terdapat banyak hal yang tidak sama sehingga dapat dijadikan sebagai referensi untuk saling melengkapi data. Berikut ringkasan beberapa penelitian terdahulu:

1. **Pipit Septiyarina (2022)**. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *current ratio*, *total Aset turnover*, dan *return on Asets*, dan variabel dependennya adalah

pertumbuhan laba. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *current ratio* tidak berpengaruh secara parsial terhadap pertumbuhan laba, TATO tidak berpengaruh secara parsial terhadap pertumbuhan laba, ROA mempunyai pengaruh secara parsial terhadap pertumbuhan laba.

2. **Legowo Dwi (2021).** Penelitian ini menguji faktor-faktor seperti: QR, DER, NPM, TATO, sebagai variabel independen, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah Pertumbuhan Laba. Secara parsial variabel QR berpengaruh signifikan, variabel DER berpengaruh tidak signifikan, variabel NPM berpengaruh signifikan dan variabel TATO berpengaruh tidak signifikan terhadap tingkat pertumbuhan laba. Sedangkan secara simultan rasio keuangan yang digunakan dalam penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap tingkat pertumbuhan laba..
3. **Herninta, T. (2019).** penelitian menunjukkan bahwa variabel yang berpengaruh signifikan mempengaruhi Pertumbuhan Laba pada perusahaan manufaktur di BEI adalah *Earning Power* (EP) (ROE), leverage (DER), kebijakan dividen (DPR), dan Ukuran perusahaan (Ln Aset).
4. **Windi Novianti (2023).** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Total Aset Turnover, Pertumbuhan, dan Ukuran Perusahaan terhadap financial distress. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perputaran Aset berpengaruh negatif signifikan terhadap financial distress, sedangkan *Sales Growth* dan Firm size berpengaruh negatif signifikan. positif tidak signifikan terhadap financial distress

5. **Agustina & Rice (2016)**. menganalisis pengaruh current ratio, inventory turnover, leverage, *Earning Power*, net profit margin, tingkat penjualan, tingkat inflasi dan pertumbuhan ekonomi terhadap pertumbuhan laba, dan melihat apakah ukuran perusahaan dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. hasil penelitian secara simultan semua variabel berpengaruh terhadap pertumbuhan laba, namun secara parsial, hanya tingkat penjualan yang berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Di samping itu, ukuran perusahaan tidak dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.
6. **Talitha & Nugi (2020)**. Dengan judul yang diteliti “Profit Growth: Impact of Net Profit Margin, Margin Laba Kotor and Perputaran Aset” Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan NPM (Net Profit Margin), GPM (Margin Laba Kotor), TAT (Perputaran Aset) berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Dan secara parsial NPM (Net Profit Margin) berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba, sedangkan GPM (Margin Laba Kotor) dan TAT (Perputaran Aset) tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba.
7. **Fatchan Achyani, Zulfikar (2021)**. Dengan judul “Does The Implementation of enterprise Resources Planning Moderates The Relationship Between performance and Profit Growth ?” The results of the analysis state that ERP implementation, Net Profit Margin (NPM), Inventory Turnover (ITO), *Earning Power* (EP), and ERP moderation simultaneously have a positive and significant effect on profit growth. Partially Inventory turnover, *Earning Power*, and ERP

moderation variables on *Earning Power (EP)* have a positive effect on profit growth.

- 8. Abdul Khoir (2021).** Dalam penelitian tiga variabel independen, variabel bebas yaitu Inventory Turnover (ITO), *Earning Power (EP)* dan moderasi ERP dengan satu variabel independent yaitu pertumbuhan laba. Hasil analisis menyatakan bahwa implementasi ERP, Net Profit Margin (NPM), Inventory Turnover (ITO), *Earning Power (EP)*, dan moderasi ERP secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba. Secara parsial variabel Inventory turnover, *Earning Power (EP)*, dan moderasi ERP terhadap *Earning Power (EP)* berpengaruh positif terhadap pertumbuhan laba. Sedangkan variabel moderat ERP terhadap inventory turnover tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba.
- 9. Choiriyah, C., Fatimah, F., Agustina, S., & Ulfa, U. (2020).** Dengan judul penelitian “The Effect of Return on Assets, Return on Equity, Net Profit Margin, Earning per Share, and Operating Profit Margin on Stock Prices of Banking Companies In Indonesia Stock Exchange” Hasil analisis menunjukkan bahwa ROA, ROE, NPM, EPS, dan OPM secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap harga saham perusahaan perbankan di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sedangkan koefisien ROA, NPM dan OPM tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham perusahaan perbankan di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sebaliknya, ROE dan EPS berpengaruh signifikan terhadap harga saham perusahaan perbankan di Bursa Efek Indonesia (BEI).

10. Heikal, M., Khaddafi, M., & Ummah, A. (2014). Dengan meneliti “Influence Analysis of Return on Asets (ROA), Return on Equity (ROE), Net Profit Margin (NPM), Debt To Equity Ratio (DER), and current ratio (CR), Against Corporate Profit Growth In Automotive In Indonesia Stock Exchange”. Temuan penelitian ini mengidentifikasi bahwa secara simultan variabel independen Return On Aset, Return On Equity, Net Profit Margin, To Equity Ratio dan Current Ratio dengan uji F, berpengaruh secara bersama-sama terhadap pertumbuhan pendapatan secara signifikan sebesar 0,000. Sedangkan hasil secara parsial dengan uji T, Return On Aset, Return On Equity, dan Net Profit Margin terhadap pertumbuhan pendapatan dengan signifikansi dan positif masing-masing sebesar 0,029, 0,041 dan 0,008. Sedangkan Debt To Equity Ratio dan Current Ratio terhadap pertumbuhan pendapatan dengan signifikansi dan negatif sebesar 0,008 dan 0,001. Perusahaan harus mampu menunjukkan kinerja yang baik, potensi pertumbuhan yang tinggi, dan menyampaikan informasi perusahaan yang cukup kepada investor tentang perusahaan tersebut.

Dari penelitian terdahulu, berikut ini penelitian terdahulu yang disajikan dalam

Tabel 2.1.

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Pipit Septiyarina (2022).	Pengaruh current ratio, total Aset turnover, dan return on Asets terhadap pertumbuhan laba.	Menggunakan variabel bebas total Aset turnover, dan variabel dependennya adalah pertumbuhan laba.	Terdapat variabel bebas lain CR dan ROA.
2	Legowo Dwi (2021).	Analisis Rasio Keuangan Terhadap Tingkat Pertumbuhan Laba Pada	Menggunakan variabel bebas total Aset turnover,	Terdapat variabel bebas lain QR, DER, dan NPM.

	ISSN Online : 2715-4637	Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018.	dan variabel dependennya adalah pertumbuhan laba.	
3	Herninta, T. (2019). ISSN 2302-8912	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Laba Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia	Variabel Bebas: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Earning Power</i> (EP) (ROE) • leverage (DER) • kebijakan dividen (DPR) • Ukuran perusahaan (Ln Aset). Variabel Terikat: Pertumbuhan Laba	Variabel Bebas: <ul style="list-style-type: none"> • Perputaran Aset (TATO) • ROA
4	Windi Novianti (2023). ISSN: 2721-690X, E-ISSN: 2722-726X	<i>The Effect of Total Aset Turnover, Sales Growth, And Company Size on Financial Distress in Retail Trade Subsector Companies Listed on The Indonesia Stock Exchange In 2015-2020</i>	Menganalisis variabel bebas Total Aset Turnover, Margin Laba Kotor (GPM).	Terdapat variabel bebas lain ukuran perusahaan, dan perbedaan variabel terkait finansial distress.
5	Agustina & Rice (2016).	Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Laba Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	Menganalisis pengaruh <i>Earning Power</i> , tingkat penjualan, terhadap pertumbuhan laba,	Terdapat variabel bebas lain QR, ITO, Leverage, NPM, Inflasi dan pertumbuhan ekonomi.
6	Talitha & Nugri (2020).	<i>Profit Growth: Impact of Net Profit Margin, Margin Laba Kotor and Perputaran Aset.</i>	Menggunakan variabel bebas Perputaran Aset dan GPM, dan variabel dependennya adalah pertumbuhan laba.	Variabel bebas lain NPM.
7	Fatchan Achyani, Zulfikar (2021).	<i>Does The Implementation of enterprise Resources Planning Moderates the Relationship Between performance and Profit Growth?</i>	Menggunakan variabel bebas <i>Earning Power</i> (EP), dan variabel dependennya adalah pertumbuhan laba.	Variabel bebas lain ERP, NPM, ITO.

8	Abdul Khoir (2021).	Analisis Dampak Moderasi Implementasi (Enterprise Resource Planning) Erp Atas Hubungan Kinerja Perusahaan Terhadap Pertumbuhan Laba	Menggunakan variabel bebas <i>Earning Power</i> , dan variabel dependennya adalah pertumbuhan laba.	Variabel bebas lain ERP, NPM, ITO.
9	Choiriyah, C., Fatimah, F., Agustina, S., & Ulfa, U. (2020).	<i>The Effect of Return on Asets, Return on Equity, Net Profit Margin, Earning per Share, and Operating Profit Margin on Stock Prices of Banking Companies in Indonesia Stock Exchange</i>	Menggunakan variabel bebas <i>Earning Power</i> (EP) (NPM).	Variabel Bebas lain ROE, EPS, OPM dan variabel terkait Harga Saham.
10	Heikal, M., Khaddafi, M., & Ummah, A. (2014).	<i>Influence Analysis of Return on Asets (ROA), Return on Equity (ROE), Net Profit Margin (NPM), Debt to Equity Ratio (DER), and current ratio (CR), Against Corporate Profit Growth in Automotive in Indonesia Stock Exchange</i>	Variabel terkait yaitu pertumbuhan laba.	Variabel Bebas yaitu ROA, ROE, NPM, DER dan CR.

Sumber: Data Jurnal penelitian terdahulu yang diolah penulis.

2.2.Kerangka Pemikiran

Laba adalah kelebihan pendapatan dari suatu perusahaan dalam satu periode tertentu yang digunakan dan dialokasikan untuk pos-pos laporan keuangan sebelum di distribusikan kepada pemegang saham. Pertumbuhan laba merupakan kenaikan laba atau penurunan laba per tahun pertumbuhan laba dapat digunakan untuk menilai bagaimana kinerja suatu perusahaan. Pertumbuhan laba adalah kenaikan atau penurunan laba pada satu periode tertentu untuk mempengaruhi keputusan investasi para investor dan calon investor yang akan menanamkan modalnya.

Earning Power (EP) merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba melalui operasional usahanya dengan menggunakan dana Aset yang dimiliki oleh perusahaan, yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Penggunaan rasio *Earning Power* (EP) dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan berbagai komponen yang ada dilaporkan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode operasi. Tujuan adalah agar terlihat perkembangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu, baik penurunan maupun kenaikan, sekaligus mencari penyebab perubahan tersebut.

Perubahan dalam laba kotor (Margin Laba Kotor) perlu dianalisis untuk mengetahui sebab-sebab perubahan, baik perubahan yang menguntungkan maupun perubahan yang tidak menguntungkan sehingga dapat diambil kesimpulan dan tindakan seperlunya untuk periode-periode selanjutnya.

Earning Power (EP) dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba usaha dengan aktiva yang digunakan untuk memperoleh laba tersebut. Investor beranggapan bahwa *Earning Power* (EP) yang tinggi akan menjamin pengembalian investasi serta akan memberikan keuntungan yang layak, oleh karena itu perusahaan harus menampilkan kinerja manajemen yang baik sehingga *Earning Power* (EP) perusahaan dapat dilihat maksimal.

Perputaran Aset adalah perbandingan antara penjualan bersih atau net *Sales Growth* dengan total aktiva yaitu akumulasi dari aktiva tetap dan aktiva lancar. Aktiva tetap terdiri dari tanah, bangunan, mesin, dan lain-lain yang memiliki umur

ekonomi lebih dari satu tahun sedangkan aktiva lancar terdiri dari kas, piutang, dan lain yang memiliki umur ekonomis kurang dari satu tahun.

Margin Laba Kotor (GPM) merupakan cerminan atas keberhasilan dari setiap investasi dimasa lalu dan dapat dipakai sebagai acuan untuk memprediksi tingkat pertumbuhan dimasa mendatang. Setiap kenaikan atau penurunan pertumbuhan pada perusahaan dapat berdampak pada kemampuan dalam mempertahankan laba untuk mendanai kegiatan perusahaan dimasa mendatang. Suatu perusahaan dikatakan mengalami pertumbuhan yang meningkat atau lebih baik jika terjadi peningkatan yang konsisten dalam aktivitas operasional perusahaan.

Dalam penelitian ini, variabel Pertumbuhan Laba sebagai variabel terikat dapat dipengaruhi oleh empat variabel bebas seperti yang sudah dijelaskan di atas yaitu Margin Laba Kotor (GPM), *Earning Power* (EP), Perputaran Aset (TOTA), dan Margin Laba Kotor (GPM) (*Sales Growth*) dan sudah terbukti oleh penelitian-penelitian terdahulu yang terurai sebagai berikut:

2.2.1. Pengaruh Margin Laba Kotor (GPM) Terhadap Pertumbuhan Laba

Gross profit margin adalah persentase laba kotor dibandingkan dengan *Sales Growth*. Semakin besar Margin Laba Kotor akan semakin baik keadaan operasi pada perusahaan, disebabkan karena hal tersebut menunjukkan bahwa harga pokok penjualan relatif lebih rendah dibandingkan dengan *Sales Growth* (Triyonowati, 2016). Margin Laba Kotor berpengaruh terhadap pertumbuhan laba dikarenakan rasio ini digunakan untuk mengetahui suatu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Dengan meningkatnya Margin Laba Kotor maka

semakin besar pula laba (keuntungan) kotor yang diperoleh perusahaan. Sehingga Margin Laba Kotor yang tinggi akan mempunyai pengaruh pada tingginya pertumbuhan laba yang dihasilkan perusahaan. Hasil penelitian dari Pascarina (2016), Kurniawan (2017), Syahputra (2019) menyatakan bahwa Margin Laba Kotor memiliki pengaruh yang positif terhadap pertumbuhan laba.

2.2.2. Pengaruh Erning Power (EP) Terhadap Pertumbuhan Laba

Kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba sangat tergantung pada efisien dan efektivitas pemanfaatan sumber daya yang tersedia untuk menjalankan kegiatan operasi tersebut (Hery, 2013). Semakin tinggi rasio *Earning Power (EP)* menunjukkan semakin tinggi pengembalian yang dihasilkan sehingga semakin baik kinerja perusahaan (Sumarsom, T., 2013). *Earning Power (EP)* merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur keefisienan dan keefektifan perusahaan dalam memperoleh laba. Semakin tinggi rasio *Earning Power (EP)* menunjukkan semakin tinggi laba yang dihasilkan sehingga menunjukkan semakin baik kinerja perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan meningkatnya rasio *Earning Power (EP)* menunjukkan semakin baik kinerja perusahaan yang pada akhirnya dapat meningkatkan laba perusahaan. Hasil penelitian mengenai *Earning Power (EP)* yang dilakukan Abdul Khoir (2021) menghasilkan bahwa *Earning Power (EP)* memiliki pengaruh positif terhadap Pertumbuhan Laba.

2.2.3. Pengaruh Perputaran Aset (TATO) Terhadap Pertumbuhan Laba

Perputaran Total Aset menggambarkan penggunaan aset perusahaan yang efisien untuk menunjang penjualan. Perputaran aset suatu perusahaan yang cepat

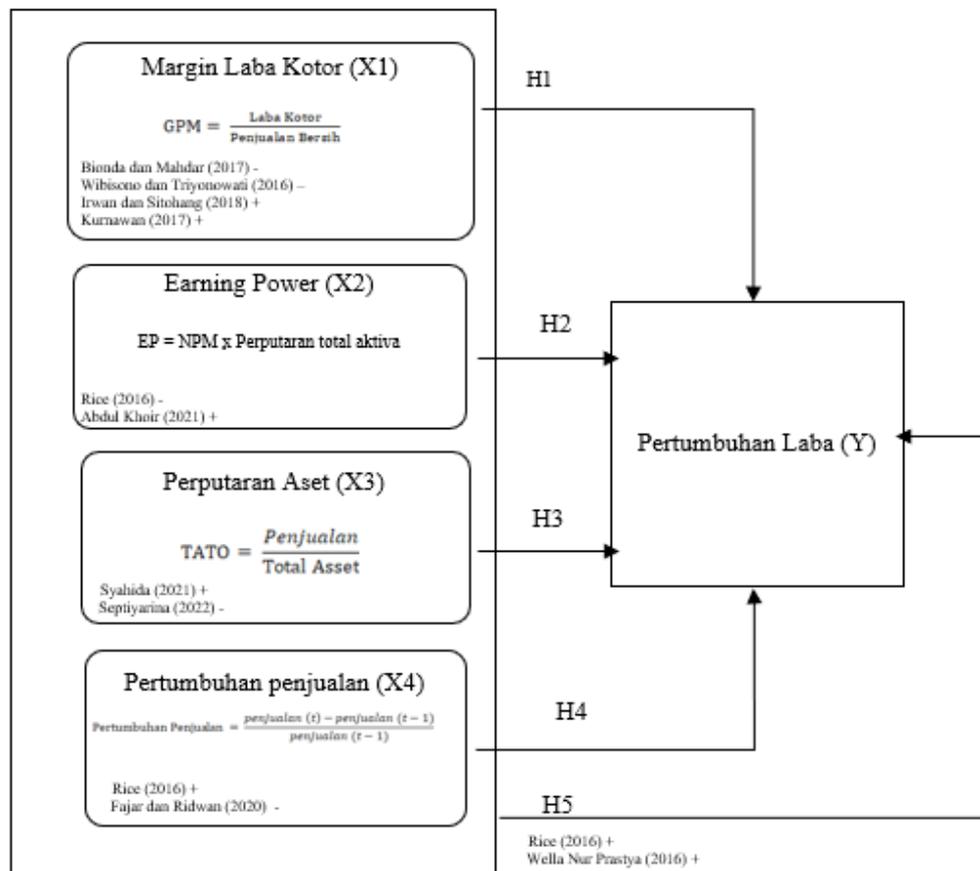
dalam menunjang kegiatan penjualan bersihnya dapat mengakibatkan peningkatan pendapatan yang diperoleh sehingga laba menjadi tinggi. Menurut Ade Gunawan (2013), Perputaran total aset atau total aset turnover berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Rasio perputaran aset ini digunakan untuk menilai seberapa efisiennya sebuah perusahaan menggunakan asetnya untuk menghasilkan penjualan. Semakin tinggi rasionya semakin efisien perusahaan tersebut menggunakan asetnya untuk menghasilkan penjualan. Jika penjualan tinggi maka laba yang di dapat pun akan tinggi. Hal ini sejalan dengan pendapat Septiyarina (2022) Perputaran Aset (TATO) secara parsial berpengaruh negatif signifikan terhadap Pertumbuhan Laba.

2.2.4. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*) terhadap Pertumbuhan

Pendekatan Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*) merupakan suatu komponen untuk menilai prospek perusahaan pada masa yang akan datang. Bahwa Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*) merupakan komponen untuk menilai prospek perusahaan pada masa yang akan datang dan dalam manajemen keuangan diukur berdasarkan perubahan total Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*). Namun, penelitian yang dilakukan oleh Fajar dan Ridwan (2020) menunjukkan Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*) tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba.

2.2.5. Pengaruh Margin Laba Kotor (GPM), *Earning Power* (EP), Perputaran Aset (TOTA), dan Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*) Terhadap Pertumbuhan Laba.

Penelitian yang dilakukan oleh Rice (2016) menggunakan rasio keuangan *Earning Power*, tingkat penjualan secara simultan berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Penelitian yang dilakukan oleh Wella Nur Prastya (2018) menunjukkan bahwa Margin Laba Kotor (GPM), Perputaran Aset (TATO) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka berikut ini adalah paradigma penelitian atau kerangka berpikir yang dibuat oleh peneliti:



Gambar 2.1 Paradigma Penelitian

2.3.Hipotesis Penelitian

Menurut Yuliawan, K. (2021) hipotesis adalah pertanyaan yang melatarbelakangi seseorang melakukan penelitian. Dalam melaksanakan penelitian diperlukan hipotesis yang benar peneliti dapat menentukan teknik dalam menguji hipotesis yang ada. Berdasarkan uraian kerangka pemikiran tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H1 : Margin Laba Kotor (GPM) berpengaruh signifikan terhadap Pertumbuhan Laba pada Industri Pengolahan dan Pengawetan Produk Daging periode 2016-2022.

H2 : *Earning Power* (EP) berpengaruh signifikan terhadap Pertumbuhan Laba pada Industri Pengolahan dan Pengawetan Produk Daging periode 2016-2022.

H3 : Perputaran Aset (TATO) berpengaruh tidak signifikan terhadap Pertumbuhan Laba pada Industri Pengolahan dan Pengawetan Produk Daging periode 2016-2022.

H4 : Margin Laba Kotor (GPM) berpengaruh tidak signifikan terhadap Pertumbuhan Laba pada Industri Pengolahan dan Pengawetan Produk Daging periode 2016-2022.

H5 : Margin Laba Kotor (GPM), *Earning Power* (EP), Perputaran Aset (TOTA), dan Margin Laba Kotor (GPM) (*Sales Growth*) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Margin Laba Kotor (GPM) pada Industri Pengolahan dan Pengawetan Produk Daging periode 2016-2022.