

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Umumnya setiap perusahaan didirikan bertujuan untuk memperoleh laba yang maksimal guna kelangsungan hidup perusahaannya. Semakin meningkatnya laba perusahaan maka bisa dikatakan perusahaan tersebut mengalami perkembangan dalam usaha yang telah didirikannya. Laporan keuangan mempunyai peranan penting untuk memberikan gambaran yang jelas, terperinci, dan tepat waktu mengenai kondisi keuangan suatu entitas atau perusahaan. Laporan keuangan yang akurat membantu para pemangku kepentingan, seperti investor, kreditor, manajemen, dan pemerintah untuk mengevaluasi kinerja memahami seberapa baik atau buruk kinerja keuangan perusahaan.

Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan, “Laporan keuangan adalah penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas”. Laporan ini menampilkan sejarah entitas yang dikuantifikasi dalam nilai moneter (PSAK, 2019).

Laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu (Kasmir, 2019). Penting bagi pemakai laporan keuangan untuk mengetahui pertumbuhan laba karena peningkatan laba diperoleh perusahaan menentukan besarnya tingkat pengembalian kepada pemegang saham atau bagi calon investor untuk mengambil keputusan dalam melakukan investasi di perusahaan tersebut. Sedangkan menurut (Prihadi,

2020) laporan keuangan adalah hasil dari kegiatan pencatatan seluruh transaksi keuangan di perusahaan. Laporan keuangan terdiri dari neraca, laporan laba rugi dan laporan arus kas.

Bagi manajemen perusahaan, pertumbuhan laba digunakan sebagai alat untuk menghadapi berbagai kemungkinan yang akan datang. Kreditur sebelum mengambil keputusan untuk memberi atau menolak permintaan kredit suatu perusahaan, membutuhkan perusahaan tersebut untuk membayar kembali utangnya ditambah beban bunganya (Mahaputra, 2014).

Pertumbuhan laba dapat diprediksi melihat selisih dan perbedaan selisih pertumbuhan laba suatu perusahaan dari tahun ke tahun. Pertumbuhan laba dipengaruhi oleh komponen-komponen dalam laporan keuangan. Pertumbuhan laba yang disebabkan oleh perubahan komponen laporan keuangan misalnya perubahan penjualan, perubahan harga pokok penjualan.

Pertumbuhan laba adalah perubahan pada laporan keuangan per-tahun. Dari uraian di atas dapat disimpulkan pertumbuhan laba adalah suatu kenaikan laba bersih yang dinyatakan dalam persentase yang dihasilkan oleh perusahaan dalam satu tahun sehingga dapat menggambarkan hasil kinerja keuangan perusahaan dalam mengelola harta yang dimiliki (Widiyanti, 2019).

PT. Unilever Indonesia Tbk merupakan salah satu perusahaan yang beroperasi sesuai dengan syariah salah satunya tidak menjual produk yang haram. Kemajuan teknologi dan perkembangan arus informasi di era globalisasi saat ini, telah menyebabkan terjadinya perkembangan dunia usaha yang begitu pesat. Perkembangan ini diiringi dengan munculnya persaingan yang ketat dan kompetitif

didalam dunia usaha. Persaingan usaha yang ada ini perlu diantisipasi dengan suatu pemikiran yang kritis dan pemanfaatan secara optimal semua sumber daya yang dimiliki perusahaan. Ukuran yang dicapai dalam menilai kinerja perusahaan bermacam-macam dan berbeda-beda antara satu industri ke industri lainnya tergantung pada aktivitas pokok perusahaan seperti produksi, keuangan, pemasaran, sumber daya manusia, dan banyak lagi kegiatan lainnya.

Beralamat di Green Office Park Jl. BSD Boulevard Barat Kav. 3 BSD Kota Tangerang, Banten 15345. PT. Unilever Indonesia Tbk adalah perusahaan Indonesia, anak perusahaan Unilever. Akta ini disetujui oleh Jenderal Geoual van Nederlandsch-Indie berdasarkan surat No. 14 pada 16 Desember 1933, terdaftar di Raad van Justitie, Batavia No. 302 pada 22 Desember 1933 dan diterbitkan dalam Javasche Courant pada 9 Januari 1934, tambahan No. 3. Sejak 5 Desember 1933, Unilever Indonesia telah tumbuh menjadi salah satu perusahaan *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) terkemuka di Indonesia yang senantiasa menemani keseharian masyarakat melalui beragam produknya, seperti Pepsodent, Lux, Lifebuoy, Dove, Sunsilk, Clear, Rexona, Vaseline, Rinso, Molto, Sunlight, Wall's, Royco, Bango, dan masih banyak lagi.

Rasio menggambarkan suatu hubungan atau pertimbangan antara suatu jumlah tertentu dengan jumlah yang lain, dan dengan menggunakan alat analisis berupa rasio ini akan dapat menjelaskan atau memberi gambaran kepada penganalisis tentang baik atau buruknya keadaan atau posisi keuangan suatu perusahaan terutama apabila angka rasio tersebut dibandingkan dengan angka rasio pembanding yang digunakan sebagai standar rasio laporan keuangan yang telah

disusun. Analisis rasio ini akan digunakan sebagai dasar untuk menentukan dan menilai kondisi keuangan perusahaan guna mengetahui keadaan dan perkembangan keuangan perusahaan dan tingkat kesehatan perusahaan. (IAI, 2002).

Profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai melalui berbagai cara tergantung pada laba dan aktiva atau modal yang akan diperbandingkan satu dengan lainnya. Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu (Kasmir, 2019). Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan dari penjualan atau dari pendapatan investasi. Menurut (Prihadi 2020:166), profitabilitas adalah kemampuan menghasilkan laba.

Profitabilitas sangat penting bagi suatu perusahaan, agar profitabilitas dapat berubah secara akurat maka perlu diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya rasio keuntungan suatu perusahaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas antara lain: (1) Margin laba bersih (2) Perputaran total aktiva (3) Laba bersih (4) Penjualan (5) Total aktiva (6) Aktiva tetap (7) Aktiva lancar (8) Total biaya. Faktor-faktor tersebut masing-masing mempunyai peran penting dalam menentukan hasil perolehan profitabilitas (Kasmir, 2019).

Menurut Sujarweni (2017:64) terdapat 7 (tujuh) jenis dari rasio profitabilitas, yaitu *Gross Profit Margin* (Marjin Laba kotor), *Net Profit Margin* (NPM), *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE), *Operating Profit Margin*, *Operating Ratio* dan *Return On Investment* (ROI).

Tabel 1.1
Data *Net Profit Margin*, *Return On Equity*, *Return On Investment* dan
Pertumbuhan Perusahaan Pada PT. Unilever Indonesia Tbk

Tahun	<i>Net Profit Margin</i>	<i>Return On Equity</i>	<i>Return On Investment</i>	Pertumbuhan Perusahaan
2015	16,1%	1,21%	37,3%	1,01%
2016	14,9%	1,26%	35,6%	0,64/%
2017	17,2%	1,37%	37,6%	1,28%
2018	22,4%	1,26%	46%	0,75%
2019	16,5%	1,34%	34,3%	0,15%
2020	16,4%	1,42%	34,4%	-0,05%
2021	14,5%	1,32%	30%	-0,71%
2022	13,4%	1,37%	30%	-0,03%

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa *Net Profit Margin* mengalami penurunan pada tahun 2016 sebesar 1,2% kemudian pada tahun 2017 *Net Profit Margin* naik kembali sebesar 2,3% namun *Net Profit Margin* mengalami penurunan yang sangat signifikan pada tahun 2018 sampai tahun 2022. Hal tersebut dianggap kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba kurang baik. Rendahnya *Net Profit Margin* disebabkan karena tingginya biaya yang harus ditanggung oleh perusahaan karena tidak efisiensinya operasi perusahaan. Hal ini akan merugikan perusahaan karena akan sulit memperluas usahanya dan prestasi perusahaan juga dapat menurun dimasa yang akan datang.

Menurut (Syamsuddin, 2004: 62) “semakin tinggi *Net Profit Margin* maka akan semakin baik operasi perusahaan, begitu juga sebaliknya apabila semakin rendah *Net Profit Margin* maka operasi perusahaan kurang baik”.

Penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada PT. Unilever Indonesia Tbk karena adanya margin laba yang terus menurun. Selama 5 tahun terakhir PT. Unilever Indonesia Tbk mengalami penurunan terhadap *Net Profit Margin* sehingga perlu dilakukannya penelitian yang dikaitkan dengan pertumbuhan perusahaan. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah selama 5 tahun terakhir PT. Unilever Indonesia Tbk mengalami pertumbuhan yang positif atau negatif.

Return On Equity mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Pada tahun 2016 mengalami kenaikan sebesar 5% dan pada tahun 2017 *Return On Equity* juga mengalami kenaikan sebesar 11%. Kemudian pada tahun 2018 mengalami penurunan sebesar 11%, namun pada tahun 2019 *Return On Equity* mengalami kenaikan sebesar 8%, pada tahun 2020 *Return On Equity* mengalami kenaikan sebesar 8% dan pada tahun 2021 mengalami penurunan kembali sebesar 10%, pada tahun 2022 mengalami kenaikan lagi sebesar 5%. Semakin tinggi nilai *Return On Equity* berarti kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba pada masa mendatang juga lebih tinggi, hal ini membuat investor tertarik pada saham perusahaan yang memiliki nilai *Return On Equity* yang tinggi. Semakin tinggi rasio *Return On Equity* menunjukkan tingkat profitabilitas perusahaan yang semakin baik. Menurut (Andamari, 2016) secara historis, perusahaan yang memiliki ROE tinggi adalah perusahaan yang menguntungkan.

Sedangkan *Return On Investment* pada tahun 2016 mengalami kenaikan sebesar 1,7% dan mengalami penurunan pada tahun 2017 sebesar 2% dan pada tahun 2018 mengalami kenaikan yaitu sebesar 8,4% dan pada tahun 2019 ROI mengalami penurunan sebesar 11,7% dan pada tahun 2020 mengalami kenaikan 1%, pada

tahun 2021 dan 2022 mengalami penurunan sebesar 4,4%. Kenaikan nilai *Return On Investment* yang tinggi menandakan kinerja perusahaan yang baik, karena perusahaan mampu meningkatkan kemampuan menghasilkan laba yang digunakan untuk menutup investasi yang telah dikeluarkan (Ariadi, 2020). Dan sebaliknya apabila nilai *Return On Investment* rendah akan berdampak kurang baik kepada perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis *Net Profit Margin*, *Return On Equity* dan *Return On Investment* terhadap Pertumbuhan Perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk”.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Sejak tahun 2018 hingga tahun 2022 *Net Profit Margin* PT. Unilever Indonesia Tbk mengalami penurunan yang signifikan.
2. Sejak tahun 2015 hingga tahun 2022 *Return On Equity* PT. Unilever Indonesia Tbk mengalami fluktuasi.
3. Sejak tahun 2015 hingga tahun 2022 *Return On Investment* PT. Unilever Indonesia Tbk mengalami fluktuasi.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Net Profit Margin* (NPM) memiliki pengaruh untuk meningkatkan Pertumbuhan Perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk ?
2. Apakah *Return On Equity* (ROE) memiliki pengaruh untuk meningkatkan Pertumbuhan Perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk ?
3. Apakah *Return On Investment* (ROI) memiliki pengaruh untuk meningkatkan Pertumbuhan Perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk ?

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh *Net Profit Margin* (NPM), *Return On Equity* (ROE) dan *Return On Investment* (ROI) dalam meningkatkan pertumbuhan perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, ada beberapa manfaat penelitian sebagai berikut :

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman penulis dalam menganalisis laporan keuangan dengan menggunakan ratio keuangan, terutama dalam menganalisis *Net Profit Margin*, *Return On*

Equity dan *Return On Investment* dalam meningkatkan pertumbuhan perusahaan.

2. Bagi Instansi

Penelitian ini dapat digunakan dan dijadikan tambahan informasi serta referensi dalam mengevaluasi pertumbuhan perusahaan untuk mendapatkan kebijakan selanjutnya, sehingga tercapai tujuan perusahaan dalam menciptakan laba yang besar.

3. Bagi pihak lain

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dasar perluasan penelitian dan pembahasan wawasan untuk pengembangan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Grand Theory

1. Agency Theory

Agency Theory merupakan suatu teori yang menjelaskan keterkaitan antara agen sebagai pihak yang mengelola perusahaan dan *principal* sebagai pihak pemilik modal keduanya terikat dalam sebuah kontrak. Teori keagenan merupakan suatu kondisi yang terjadi pada suatu perusahaan dimana pihak manajemen sebagai pelaksana (*agen*) dan pemilik modal (*principal*) membangun suatu kerjasama yang berisi kesepakatan yang menjelaskan bahwa pihak manajemen perusahaan harus bekerja secara maksimal untuk memberi kepuasan yang maksimal seperti keuntungan yang tinggi kepada pemilik modal.

Teori ini menekankan pentingnya pemilik perusahaan (pemegang saham) menyerahkan pengelolaan perusahaan kepada pihak profesional (*agen*) yang lebih mengerti dalam menjalankan bisnis sehari-hari yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. Teori ini muncul setelah fenomena terpisahnya kepemilikan perusahaan dengan pengelolaan, terutama perusahaan-perusahaan besar yang modern. Pelaporan pertanggungjawaban atas seluruh aktivitas perusahaan kepada pimpinan sangatlah penting, karena laporan kegiatan perusahaan diharapkan dapat digunakan sebagai dasar evaluasi kegiatan perusahaan. *Principal* dapat memanfaatkan keterbukaan informasi yang dilakukan perusahaan, khususnya mengenai lingkungan hidup, untuk mengukur sejauh mana

perusahaan telah mencapai tujuan yang diharapkan. Oleh karena itu, pengelola harus mempublikasikan laporan kegiatan perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada *principal* dan masyarakat luas. Manajemen yang memiliki kepemilikan yang tinggi di dalam suatu perusahaan akan berupaya terus secara produktif untuk meningkatkan nilai perusahaan agar dapat meningkatkan citra dan *image* perusahaan demi kesejahteraan para pemegang saham serta keberlangsungan hidup perusahaan itu sendiri.

Perusahaan dengan laporan keuangan yang baik tentunya akan meningkatkan laba perusahaan, hal ini mempengaruhi luasnya pengungkapan keuangan sehingga dapat menurunkan biaya keagenan. Besarnya keuntungan yang dimiliki perusahaan mendorong pihak manajemen untuk memperluas keterbukaan informasi perusahaan, karena biaya pengungkapan yang dapat dipenuhi. Pengungkapan informasi di suatu perusahaan memastikan bahwa *principal* terpenuhi dalam informasi yang dibutuhkan.

Theory agency memiliki keterkaitan dengan rasio profitabilitas (*Net Profit Margin, Return On Equity* dan *Return On Investment*) yaitu jika perusahaan baik maka para stakeholders yang terdiri dari kreditur, supplier, dan juga investor akan melihat sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi serta berhasil membukukan laba yang terus meningkat akan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut baik, sehingga akan menciptakan respon yang positif kepada pemegang saham dan membuat harga saham perusahaan meningkat. Profitabilitas yang tinggi juga menunjukkan prospek perusahaan yang baik, sehingga akan

menciptakan sentimen positif bagi pemegang saham dan nilai perusahaan akan meningkat (Sukojo & Soebiantoro, 2007).

2. *Signalling Theory*

Signalling Theory adalah suatu tindakan manajemen dalam pemberian petunjuk terhadap investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan (Brighanm, 2006:185). Teori sinyal melibatkan dua pihak, yaitu manajemen yang memberikan sinyal dan investor pihak yang menerima sinyal.

Signalling Theory mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain. Teori sinyal menjelaskan bahwa pemberian sinyal dilakukan oleh manajer untuk mengurangi asimetri informasi. Informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu sangat diperlukan oleh investor sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi.

Penggunaan *Signalling Theory* berhubungan dengan rasio profitabilitas yaitu *Net Profit Margin*, *Return On Equity* dan *Return On Investment*. Jika *Net Profit Margin*, *Return On Equity* dan *Return On Investment* menunjukkan angka yang tinggi maka akan menjadi sinyal yang baik bagi para investor atau *good news*, karena dengan angka *Net Profit Margin*, *Return On Equity* dan *Return On Investment* yang menunjukkan angka tinggi maka menginterpretasikan bahwa

pertumbuhan perusahaan tersebut baik, kemudian investor akan tertarik untuk menginvestasikan dananya atau menanam saham kepada perusahaan. Profitabilitas yang tinggi akan menjadi sebuah sinyal yang baik atau *good news* bagi investor untuk menanam sahamnya kepada perusahaan sehingga nilai investasinya akan naik.

2.2 Net Profit Margin

Merupakan rasio yang mengukur seberapa besar laba bersih yang dapat diperoleh dari setiap rupiah penjualan perusahaan. Di samping itu rasio ini juga bermanfaat untuk mengukur tingkat efisiensi total pengeluaran biaya-biaya dalam perusahaan. Semakin efisiensi suatu perusahaan dalam mengeluarkan biaya-biaya, maka semakin besar tingkat keuntungan yang akan diperoleh perusahaan tersebut. Semakin besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan banyak permintaan saham, maka harga saham akan semakin tinggi pula.

Ada beberapa pengertian menurut para ahli mengenai *Net Profit Margin* (NPM) :

Net Profit Margin adalah rasio yang dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar jumlah laba bersih sesudah pajak dan dibandingkan dengan jumlah penjualan (Sujarweni, 2020). *Net profit margin* adalah jumlah keuntungan suatu perusahaan dengan membandingkan laba setelah bunga dan pajak dengan jumlah penjualan. Rasio ini menggambarkan pendapatan bersih suatu perusahaan atas penjualan (Kasmir, 2019). Menurut Hanafi dan Halim (2018:81) *Net Profit Margin* (NPM) merupakan rasio yang mengukur laba bersih terhadap tingkat penjualan

pada perusahaan. Semakin tinggi nilai NPM menunjukkan semakin baik pula kinerja yang dihasilkan perusahaan pada penjualannya.

Menurut Hary (2018:144) *Net Profit Margin* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya presentase laba bersih atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap penjualan bersih. Laba bersih sendiri dihitung sebagai hasil pengurangan antara laba sebelum pajak penghasilan dengan beban pajak penghasilan. Yang dimaksud dengan laba sebelum pajak penghasilan disini adalah laba operasional ditambah pendapatan dan keuntungan lain-lain, lalu dikurangi dengan beban dan kerugian lain-lain. Semakin tinggi margin laba bersih berarti semakin tinggi pula laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena tingginya laba sebelum pajak penghasilan. Sebaliknya, semakin rendah margin laba bersih berarti semakin rendah pula laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena rendahnya laba sebelum pajak penghasilan.

Dari pendapat para ahli diatas penulis mengambil kesimpulan bahwa *Net Profit Margin* merupakan rasio antara laba sesudah pajak terhadap penjualan. *Net profit margin* berguna untuk hasil penjualan bersih selama periode tertentu dan digunakan untuk mengukur laba bersih setiap rupiah penjualan perusahaan. Semakin besar rasio ini maka semakin baik keadaan operasi perusahaan.

2.2.1 Indikator *Net Profit Margin*

Adapun rumus untuk mencari *net profit margin* sebagai berikut:

$$\text{Net Profit Margin: } \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

Net Profit Margin (NPM) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perolehan laba bersih setiap rupiah penjualan perusahaan. Semakin besar penjualan, maka kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba juga semakin tinggi sehingga dapat mempengaruhi meningkatnya laba perusahaan (Untung, 2017). Tingginya rasio *net profit margin* ini akan menyebabkan suatu perusahaan dianggap memiliki kinerja yang baik, selain itu meningkatnya *net profit margin* juga akan meningkatkan daya tarik investor untuk menginvestasikan modalnya karena semakin tinggi *net profit margin* menandakan laba perusahaan tersebut semakin besar.

2.2.2 Faktor-Faktor yang mempengaruhi *Net Profit Margin*

Net Profit Margin berfungsi untuk mengetahui laba perusahaan dari setiap penjualan atau pendapatan perusahaan. Menurut (Kadir dan Phang 2012) bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi *Net Profit Margin* adalah sebagai berikut:

1. Rasio Lancar (*Current Ratio*)

Current Ratio (CR) biasanya digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya. Semakin rendahnya nilai dari CR, maka akan mengindikasikan ketidakmampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya, sehingga hal ini dapat mempengaruhi tingkat profitabilitas perusahaan, dimana perusahaan yang tidak mampu memenuhi kewajibannya akan dikenai beban atas kewajiban. *Current Ratio* yang tinggi dapat memberikan indikasi jaminan yang baik kreditor jangka pendek dalam arti setiap saat perusahaan memiliki kemampuan untuk melunasi kewajiban-

kewajiban finansial jangka pendek. Akan tetapi *current ratio* yang tinggi akan berpengaruh negatif terhadap kemampuan memperoleh laba (*rentabilitas*), karena akan sebagian modal kerja tidak berputar atau mengalami pengangguran.

2. Rasio Utang (*Debt Ratio*)

Debt/Equity Ratio merupakan rasio yang digunakan untuk meningkatkan return pemegang saham, namun risikonya memperbesar kerugian pemegang saham, jika suatu perusahaan lebih banyak menggunakan hutang dibandingkan ekuitas maka tingkat solvabilitasnya meningkat sehingga mempengaruhi laba.

3. *Sales Growth* (pertumbuhan penjualan)

Menurut (Widhiari dan Mekusiwati 2015, p. 459) pertumbuhan penjualan merupakan keberhasilan perusahaan dalam melakukan investasi pada periode sebelumnya, yang dapat digunakan sebagai ramalan pertumbuhan penjualan perusahaan di masa yang akan datang.

4. *Inventory Turnover Rasio* (perputaran persediaan)

Menurut (Hery 2017, hal. 219) perputaran persediaan adalah suatu rasio yang mengukur berapa kali modal yang ditanamkan pada persediaan berpindah selama suatu periode atau berapa lama persediaan disimpan sampai barang tersebut akhirnya dijual kepada konsumen.

5. *Receivable Turnover Rasio* (rasio perputaran piutang)

Menurut (Agus Sartono 2010, p. 119) penukaran piutang merupakan salah satu bentuk investasi yang dilakukan oleh perusahaan. Apabila perputaran piutang dikelola secara efektif dan efisien maka tujuannya adalah memperoleh

keuntungan. Semakin cepat waktu siklusnya dari piutang, semakin cepat pula penjualan kredit tersebut dapat dikonversikan kembali menjadi uang tunai.

2.3 Return On Equity

Pengembalian ekuitas adalah ukuran profitabilitas yang sangat umum digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan. Perusahaan dengan *return on equity* yang tinggi dianggap berkinerja baik. Menurut Kasmir (2019, p. 206) *Return On Equity* (ROE) atau hasil pengembalian ekuitas adalah rasio untuk mengukur suatu laba bersih sesudah pajak di perusahaan dibandingkan dengan modal atau equity perusahaan. Menurut Kasmir (2019) *Return On Equity* (ROE) berfungsi untuk mengukur tingkat laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. *Return On Equity* (ROE) sangat penting bagi pemegang saham untuk mengetahui efektifitas dan efisiensi pengelolaan modal yang dilakukan pihak manajemen perusahaan.

Penulis menyimpulkan bahwa *Return On Equity* perbandingan antara laba bersih dan ekuitas. *Return On Equity* adalah ukuran pengembalian yang diperoleh pemilik usaha atas modal yang mereka investasikan.

2.3.1 Indikator Return On Equity

Menurut Kasmir (2019, hal. 206) *Return On Equity* dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Return On Equity} : \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Equity}}$$

ROE ialah semacam skala dalam menaksir seberapa besar kekuatan perusahaan dalam mencetak laba. Laba bersih dilihat dari laporan rugi laba, sedangkan modal bisa dilihat di neraca (Fatihudin, 2020). Semakin besar rasio ROE, akan tinggi juga keuntungan yang didapat pemegang saham. ROE besar yang lebih dari biaya modal yang dimanfaatkan menandakan perusahaan efisiensi untuk penggunaan modal sendiri, sehingga keuntungan yang didapat mengalami pertumbuhan dari tahun sebelum ini.

2.3.2 Faktor-Faktor yang mempengaruhi *Return On Equity*

Menurut Eduardus Tandelilin (2010:373) adapun faktor-faktor yang mempengaruhi *Return On Equity* dipengaruhi oleh 3 (tiga) faktor, yaitu :

a. *Margin Laba Bersih / Profit Margin*

Besarnya keuntungan dan besarnya omzet dinyatakan dalam persentase. Margin keuntungan ini mengukur keuntungan yang terkait dengan penjualan perusahaan.

b. *Perputaran Total Aktiva / Turn Over dari Operating Assets*

Jumlah aset yang digunakan dalam operasional perusahaan dengan jumlah penjualan yang diterima selama periode tersebut.

c. *Rasio Hutang / Debt Ratio*

Rasio yang menunjukkan perbandingan liabilitas yang diperoleh terhadap total aset yang dimiliki.

2.4 Return On Investment

Return On Investment adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan relatif terhadap total aset. ROI mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengukur aset seoptimal mungkin untuk mencapai laba bersih yang diinginkan. Selanjutnya rasio ini disebut juga dengan *earnings power*. Faktor yang mempengaruhi hal ini adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan aset yang dapat digunakan dan efisiensi investasi yang tercermin dari tingkat perputaran investasi.

Menurut Kasmir (2019:200) *Return On Investment* (ROI) merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam suatu perusahaan. Hasil pengembalian investasi menunjukkan produktivitas dari seluruh dana perusahaan, baik modal pinjaman maupun modal sendiri. Menurut Sutrisno (2013:230), *Return On Investment* (ROI) berarti kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang digunakan untuk menutupi investasi yang dilakukan. Menurut Lukman Syamsudin (2011:79), *Return On Investment* (ROI) mengukur kemampuan keseluruhan suatu bisnis dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah total dana yang tersedia pada perusahaan tersebut. Menurut beberapa ahli, penulis menyimpulkan bahwa ROI mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam memperoleh keuntungan dari total aset yang diharapkan.

2.4.1 Indikator *Return On Investment*

Return On Investment dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{Return On Investment} : \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total aktiva}} \times 100\%$$

ROI merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang akan digunakan untuk menutup investasi yang dikeluarkan dan juga merupakan ukuran efisiensi penggunaan modal di dalam suatu perusahaan. Semakin besar modal yang dikeluarkan, semakin besar kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan yang akan digunakan untuk menutupi investasi yang dikeluarkan. Semakin tinggi keuntungan yang diperoleh dapat mempengaruhi pertumbuhan laba (Silalahi et al., 2017).

2.4.2 Faktor-Faktor yang mempengaruhi *Return On Investment*

Menurut Riyanto (2010:37) tingginya *earning power* ditentukan oleh 2 faktor yaitu:

1. *Profit Margin*, yaitu perbandingan antara “*Net Profit Margin*” dengan “*Net Sale*” perbandingan dinyatakan dalam persentase.
2. *Turnover of operating assets* (tingkat perputaran aktiva usaha) yaitu kecepatan berputarnya operating assets dalam suatu periode tertentu. *Turnover* tersebut dapat di tentukan dengan membagi *net sales* dengan “*operating assets*”.

2.5 Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan adalah selisih total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan pada periode sekarang dengan periode sebelumnya terhadap total aktiva periode berikutnya. Pertumbuhan perusahaan sering dipakai sebagai tolak ukur

dalam menilai perkembangan suatu perusahaan dan merupakan suatu harapan yang diinginkan oleh semua pihak baik itu pihak internal perusahaan maupun pihak eksternal perusahaan. Menurut Kasmir (2019:116) pertumbuhan perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya ditengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya. Pertumbuhan Perusahaan menurut Gita Syardiana dkk (2015) mengarah pada kinerja yang lebih tinggi, karena pertumbuhan memiliki aspek yang menguntungkan bagi investor.

Menurut (Safrida, 2015), Pihak internal dan eksternal mempunyai ekspektasi yang tinggi terhadap pertumbuhan perusahaan, karena pertumbuhan yang baik juga merupakan pertanda berkembangnya perusahaan dengan baik. Dari sudut pandang investor, pertumbuhan perusahaan merupakan pertanda bahwa perusahaan mempunyai aspek yang menguntungkan dan investor mengharapkan pengembalian yang baik atas investasi mereka. Menurut para ahli, dari beberapa definisi dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan perusahaan merupakan perwakilan dari tersedianya pendanaan internal. Jika perusahaan sukses dan memperoleh laba, maka tersedia dana internal yang cukup untuk kebutuhan investasi.

2.5.1 Indikator Pertumbuhan Perusahaan

Menurut Aries Heru Prasetyo (2011) pertumbuhan perusahaan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Pertumbuhan Perusahaan} : \frac{\text{Total Aset } t - \text{Total Aset } t-1}{\text{Total Aset } t-1}$$

Pertumbuhan laba dapat berdampak pada kualitas pendapatan suatu perusahaan, karena jika suatu perusahaan memiliki peluang untuk tumbuh dalam laba, berarti

performa keuangan perusahaan tersebut tersebut baik juga dimungkinkan untuk tumbuh dalam laba kualitas pendapatannya (Alfiati Silfi, 2016).

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan perusahaan adalah perubahan bertambahnya atau berkurangnya total aset perusahaan. Aset tersebut digunakan untuk menjalankan kegiatan operasional dan diharapkan dapat meningkatkan kinerja operasional sehingga memberikan sinyal positif kepada calon investor.

2.5.2 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pertumbuhan Perusahaan

Ada beberapa faktor-faktor pertumbuhan perusahaan yaitu :

1. Pertumbuhan dari luar (pertumbuhan eksternal). Secara umum, jika faktor pertumbuhan eksternal ini positif, maka mereka dapat meningkatkan peluang pertumbuhan perusahaan dari waktu ke waktu. Pertumbuhan dari dalam (pertumbuhan internal).
2. Faktor pertumbuhan internal ini berkaitan dengan produktivitas perusahaan. Secara umum, semakin meningkat produktivitas suatu perusahaan, maka pertumbuhan internal diperkirakan akan semakin meningkat.
3. Pertumbuhan karena iklim dan situasi bisnis lokal. Jika kondisi dan lingkungan operasi mendukung kegiatan usaha perusahaan, maka pertumbuhan perusahaan akan meningkat seiring berjalannya waktu.

Jika suatu perusahaan dengan *growth* yang tinggi dibandingkan dengan *leverage*, sebaiknya menggunakan ekuitas sebagai sumber pembiayaan untuk menghindari biaya representasi antara pemegang saham dan manajemen

perusahaan, sebaliknya menggunakan hutang sebagai sumber pembiayaan, karena penggunaan hutang mengharuskan perusahaan untuk menggunakan hutang sebagai sumber pembiayaannya dan membayar bunganya secara teratur.

Semakin cepat pertumbuhannya, semakin besar kebutuhan finansial untuk ekspansi tersebut. Semakin besar kebutuhan pembiayaan di masa depan maka semakin besar pula keinginan perusahaan untuk mempertahankan laba. Oleh karena itu, perusahaan yang sedang berkembang sebaiknya tidak membagikan laba sebagai dividen, namun menggunakannya untuk ekspansi. Potensi pertumbuhan ini dapat diukur dengan tingginya biaya penelitian dan pengembangan. Semakin tinggi biaya R&D, semakin baik prospek pertumbuhan perusahaan.

Selanjutnya perusahaan dengan pertumbuhan tinggi adalah perusahaan yang mempunyai peluang untuk melakukan ekspansi. Pertumbuhan berarti berapa lama suatu perusahaan berada dalam sistem perekonomian umum atau dalam sistem perekonomian industri yang sama. Menurut Kasmir (2019 hal. 116) jenis-jenis rasio pertumbuhan dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Pertumbuhan penjualan, rasio ini menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan untuk meningkatkan penjualannya dibandingkan periode sebelumnya.
2. Pertumbuhan laba bersih, rasio ini menunjukkan seberapa besar perusahaan dapat meningkatkan kemampuannya dalam memperoleh laba lebih besar dibandingkan periode sebelumnya.

3. Pertumbuhan laba per saham, rasio ini menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan meningkatkan pendapatan atau laba per lembar saham dibandingkan periode sebelumnya.
4. Pertumbuhan dividen per saham, rasio ini menunjukkan seberapa besar perusahaan dapat meningkatkan kemampuannya dalam menerima dividen dibandingkan dengan dividen per saham periode sebelumnya. Dari beberapa rasio di atas, peneliti memutuskan untuk menggunakan rasio pertumbuhan penjualan sebagai indikator untuk mengukur pertumbuhan pendapatan. Hal ini dikarenakan rasio ini menggambarkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan operasionalnya dengan meningkatnya penjualan, yang juga menyebabkan peningkatan pada rasio-rasio lainnya.

2.6 Penelitian Terdahulu

Table 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Dara Yunita (2022)	<i>Analisis Net Profit Margin, Return On Equity Dan Return On Investment Terhadap Pertumbuhan Perusahaan Pada Pt. Arita Prima Indonesia Tbk</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa rasio NPM pada PT. Arita Prima Indonesia Tbk tertinggi pada tahun 2018 dan 2020, sedangkan rasio NPM terendah pada tahun 2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rasio ROE tertinggi terjadi pada tahun 2021, sedangkan ROE terendah terjadi pada tahun 2018. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ROI pada PT. Arita Prima Indonesia Tbk

			selama 4 tahun menunjukkan kondisi yang baik dengan menghasilkan nilai positif, tetapi masih di dalam kondisi fluktuatif. Penurunan nilai ROI menunjukkan bahwa laba perusahaan mengalami penurunan dan aktiva perusahaan mengalami kenaikan.
2.	Nur Aini Fathimah dan Dede Hertina (2022)	Pengaruh <i>Return on Asset</i> , <i>Return on Equity</i> dan <i>Net Profit Margin</i> terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Return On Assets</i> tidak berpengaruh positif terhadap Pertumbuhan Laba, <i>Return On Equity</i> berpengaruh positif terhadap Pertumbuhan Laba, dan <i>Net Profit Margin</i> tidak berpengaruh <i>negative</i> terhadap Pertumbuhan Laba.
3.	Apriyani Nurcahaya Br. Sinaga (2021)	Analisis <i>Return On Asset</i> , <i>Return On Equity</i> dan <i>Net Profit Margin</i> Terhadap Pertumbuhan Laba di Bursa Efek Indonesia	Hasil penelitian ini memperlihatkan <i>return on asset</i> tidak ada pengaruh terhadap pertumbuhan laba secara parsial dimana $t_{hitung} (0,649) < t_{tabel} (2,028)$, <i>return on equity</i> tidak ada pengaruh terhadap pertumbuhan laba dimana $t_{hitung} (1,017) < t_{tabel} (2,028)$ serta <i>net profit margin</i> tidak ada pengaruh terhadap pertumbuhan laba dimana $t_{hitung} 0,644 < t_{tabel} 2,028$. <i>Net profit margin</i> , <i>return on equity</i> , <i>return on asset</i> secara bersamaan tidak ada pengaruh terhadap pertumbuhan laba dimana $F_{hitung} (0,603) < F_{tabel} (2,866)$.
4.	Ferdiansyah Dista Pratama Putra,	Pengaruh <i>Return On Asset</i> , <i>Return On</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa

	Ustadus Sholihin, dan Zulfia Rahmawati (Universitas Islam Kadiri 2023)	<i>Equity Dan Net Profit Margin Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021</i>	variabel <i>Return On Asset</i> tidak memiliki pengaruh terhadap Pertumbuhan Laba pada Perusahaan Rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2021, kemudian Variabel <i>Return On Equity</i> tidak memiliki pengaruh terhadap Pertumbuhan Laba pada Perusahaan Rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2021, kemudian variabel <i>Net Profit Margin</i> tidak memiliki pengaruh terhadap Perusahaan Rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2021, dan <i>Return On Asset, Return On Equity, dan Net Profit Margin</i> secara simultan memiliki pengaruh terhadap Pertumbuhan Laba pada Perusahaan Rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2021
5.	Nurul Putri (Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2023)	Pengaruh <i>Return On Asset (ROA), Return On Equity (ROE) dan Net Profit Margin (NPM) Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang dan Konsumsi Yang Terdaftar di Issi 2018-2021.</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel <i>Return On Asset</i> berpengaruh signifikan terhadap Pertumbuhan Laba. <i>Return On Equity</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap Pertumbuhan Laba. <i>Net Profit Margin</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap Pertumbuhan Laba pada Perusahaan manufaktur sektor industri barang dan konsumsi yang terdaftar di ISSI.

2.7 Kerangka Konseptual

Berdasarkan teori-teori yang telah dijelaskan, maka diperlukan kerangka konseptual pada objek penelitian untuk memudahkan pemahaman pembaca dan peneliti mengenai kajian “Analisis *Net Profit Margin*, *Return On Equity* dan *Return On Investment* terhadap Pertumbuhan Perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk”. Selain itu kerangka konseptual inilah yang menjadi dasar pemikiran penulis untuk mencapai tujuan penelitian ini.

Dalam hal ini penulis menjelaskan beberapa penelitian sebelumnya terkait *Net Profit Margin*, *Return On Equity* dan *Return On Investment* yang saling berkaitan dan mempengaruhi pertumbuhan perusahaan. Berikut pembasannya :

2.7.1 Pengaruh *Net Profit Margin* terhadap Pertumbuhan Perusahaan

Pengaruh *Net Profit Margin* terhadap pertumbuhan perusahaan yaitu pengukuran margin keuntungan terhadap penjualan, dimana semakin tinggi *margin* keuntungan maka semakin baik, karena diyakini kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan sudah cukup tinggi dan mempunyai efek yang baik terhadap pertumbuhan perusahaan dan sebaliknya, semakin rendah *Net Profit Margin* maka semakin rendah pula kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dan juga mempengaruhi pertumbuhan (Nurvigia, 2010).

Penelitian Agustina dan Mulyadi (2019) menyatakan bahwa *Net Profit Margin* berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan perusahaan. Namun hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian Meythi (2005) yang menyatakan bahwa NPM tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan perusahaan.

2.7.2 Pengaruh *Return On Equity* terhadap Pertumbuhan Perusahaan

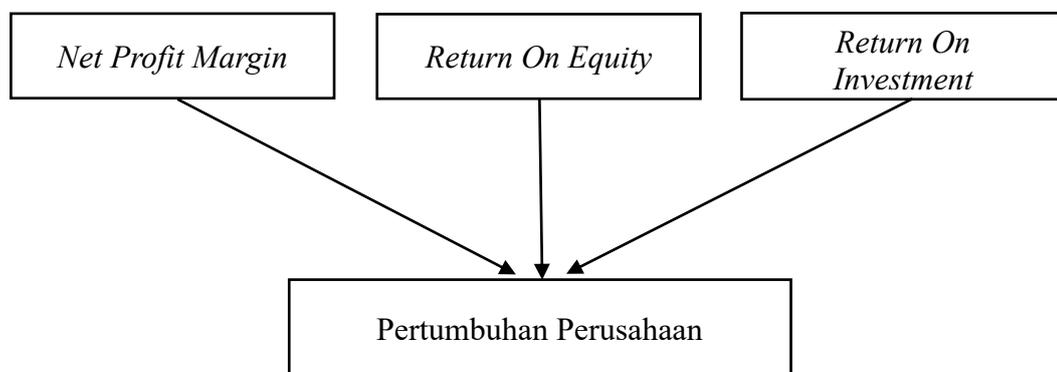
Pengaruh *Return On Equity* (ROE) terhadap pertumbuhan perusahaan, semakin tinggi *return on equity* maka semakin tinggi pula laba yang dapat diraih perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa pihak manajemen mampu memanfaatkan modal saham perusahaan dengan baik dan pada akhirnya meningkatkan pertumbuhan perusahaan sehingga menarik banyak investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut.

Menurut (Jumingan, 2009 p. 245), *Return On Equity* digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui ekuitas. Artinya semakin tinggi profitabilitas perusahaan (ROE) maka semakin tinggi pula laba perusahaan. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Syamni dan Martunis (2013), menyimpulkan bahwa *Return On Equity* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan perusahaan telekomunikasi di bursa efek Indonesia. Hasil penelitian (Lim, Kardinal dan Juwita, 2013) menyimpulkan bahwa: *Return On Equity* tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan barang konsumsi, Firmansyah dan Mahardhika (2016) secara parsial menyimpulkan bahwa ROE tidak terpengaruh oleh perubahan pendapatan dengan hasil perhitungan.

2.7.3 Pengaruh *Return On Investment* terhadap Pertumbuhan Perusahaan

Pengaruh *Return On Investment* (ROI) terhadap pertumbuhan perusahaan menurut (Agus Sartono 2010:123), *Return On Investment* merupakan ukuran total kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba dengan jumlah total aset

yang dimiliki dari perusahaan. Menurut (Hanafi 2011, p. 42) *Return On Investment* (ROI) “dihitung dengan membandingkan laba bersih terhadap total aset, rasio yang tinggi menunjukkan efisiensi dan efektifitas pengelolaan investasi yang berarti lebih baik”. *Return On Investment* (ROI) yang tinggi menandakan perusahaan sedang berusaha meningkatkan pendapatan atau laba, sehingga pertumbuhan perusahaan otomatis akan terakselerasi. Hasil penelitian Gunawan dan Wahyuni (2013) menunjukkan bahwa *Return On Investment* (ROI) berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan dagang yang terdaftar di BEI. Putra dan Rahayu (2014) secara parsial variabel *Return On Investment* (ROI) berpengaruh signifikan terhadap harga penutupan saham perusahaan *real estate*.



Gambar 1.1 Kerangka Konseptual

2.8 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban awal yang diberikan peneliti tetapkan kemudian dapat dibuktikan kebenarannya dengan memeriksa langkah-langkah ilmiah. Hipotesis menurut (Sugiyono 2019) merupakan tanggapan sementara terhadap rumusan

masalah penelitian dan didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

H1 : *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap
Pertumbuhan Perusahaan.

H2 : *Return On Equity* (ROE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap
Pertumbuhan Perusahaan.

H3 : *Return On Investment* (ROI) berpengaruh positif dan signifikan terhadap
Pertumbuhan Perusahaan.