PENGARUH PERTUMBUHAN ASET, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN OTOMOTIF YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

SKRIPSI

REINHARD NICHOLAS SIPAYUNG
NIM : 20622148

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN TANJUNGPINANG
2024

PENGARUH PERTUMBUHAN ASET, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN OTOMOTIF YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat guna Memperoleh Gelar
Sarjana Akuntansi

OLEH

NAMA : REINHARD NICHOLAS SIPAYUNG
NIM : 20622148

PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN
TANJUNGPINANG
2024

HALAMAN PERSETUJUAN / PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH PERTUMBUHAN ASET, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN OTOMOTIF YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Diajukan kepada :

Panitia Komisi Ujian
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan
Tanjungpinang

Oleh :

NAMA : REINHARD NICHOLAS SIPAYUNG
NIM : 20622148

Menyetujui,

Pembimbing Pertama,	Pembimbing Kedua
Hendy Satria, S.E.,M.Ak.,CAO.,CBFA.,CPFRA	**Aulia Dewi Gizta, S.E.,M.Ak.,**
NIDN. 1015069101/ Lektor	NIDN. 1001089501/ Asisten Ahli

Menyetujui,

Ketua Program Studi

Hendy Satria, S.E.,M.Ak.,CAO.,CBFA.,CPFRA
NIDN. 1015069101/ Lektor

Skripsi Berjudul

PENGARUH PERTUMBUHAN ASET, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN OTOMOTIF YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Yang dipersiapkan dan Disusun Oleh:

NAMA : REINHARD NICHOLAS SIPAYUNG
NIM : 20622148

Telah dipertahankan di depan Panitia Komisi Ujian Pada Tanggal Sepuluh Januari Tahun Dua Ribu Dua Empat dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Untuk Diterima

Panitia Komisi Ujian

Ketua,

Hendy Satria, S.E., M.Ak.,CAO.,CBFA.,CPFRA
NIDN.1015069101 / Lektor

Sekretaris,

Andres Putranta Sitepu, S.E., M.Ak.,CPFRA.
NIDK.8854290019 / Lektor

Anggota,

Ranti Utami, S.E., M.Si., Ak.CA.
NIDN.1004117701 / Lektor

Tanjungpinang, 10 Januari 2024
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang
Ketua,

Charly Martinda, S.E., M.Ak., Ak.CA.
NIDN.1029127801 / Lektor

PERNYATAAN

Nama	: Reinhard Nicholas Sipayung
Nim	: 20622148
Tahun Angkatan	: 2020
Indeks Prestasi Kumulatif	: 3.41
Progrma Studi	: Akuntansi
Judul Skripsi	: Pengaruh Pertumbuhan Aset, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Perusahaan pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa seluruh isi dan materi dari skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan rekayasa maupun karya orang lain. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan apabila ternyata di kemudian hari saya membuat pernyataan palsu, maka saya siap diproses sesuai peraturan yang berlaku.

Tanjungpinang, 07 November 2023

Penyusun

METERAI TEMPEL 10000 79F58AKX632542934

REINHARD NICHOLAS SIPAYUNG

NIM 20622148

Halaman Persembahan

Segala puji dan syukur kuucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan juga kesempatan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi saya dengan segala kekurangannya. Segala syukur kuucapkan kepada-Mu Tuhan, karena sudah menghadirkan orang-orang berarti disekeliling saya. Yang selalu memberikan semangat dan doa, sehingga skripsi saya ini dapat diselesaikan dengan baik.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada semua orang yang aku kasihi dan sayangi

Ayah dan Ibu Tercinta

Sebagai tanda hormat dan rasa terima kasih yang tiada hingga, saya persembahkan karya kecil ini untuk bapak dan mama yang telah memberikan kasih dan saying, dukungan serta kasih yang diberikan yang tak terhingga yang tidak mungkin terbalas dengan selembar kata cinta dan persembahan ini. Semoga ini dapat menjadi langkah awal untuk membuat mama dan bapak bahagia.

Sahabat – Sahabat Pejuang Skripsi

Untuk sahabat sekalian, tiada yang paling menyenangkan saat kumpul akur bersama walaupun kadang-kadang kita bertengkar, tapi hal itu selalu memberikan warna yang tidak akan pudar terbawa zaman. Terimakasih dukungannya.

HALAMAN MOTTO

"Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Dan tidak ada kemudahan tanpa doa"
(Ridwan Kamil)

Jangan pernah terlalu mempercayai teman,
Tetapi pelajarilah cara memanfaatkan musuh
(Laws Of Power)

"Jangan pernah lelah buat ngingetin ke diri sendiri, Kalau Tuhan tidak akan bawa kamu sejauh ini hanya untuk gagal"

"Magis minoris, felicior"
(semakin di remehkan, semakin senang)

"Fortis Fortuna Adiuvat"
(Keberuntungan akan berpihak kepada orang yang pemberani)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan judul **"PENGARUH PERTUMBUHAN ASET, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN OTOMOTIF YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (PERIODE 2019-2022)"** yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata 1 (S1) Program studi Akuntansi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Tanjungpinang.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritikan-kritikan yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Dalam penyusunan skripsi ini, banyak pihak-pihak yang turut serta membantu mulai dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini. Oleh sebab itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Charly Marlinda, S.E., M.Ak., Ak., CA. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
2. Ibu Ranti Utami, S.E., M.Si.Ak., CA. selaku Wakil Ketua I Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
3. Ibu Sri Kurnia, S.E., Ak., M.Si., CA. selaku Wakil Ketua II Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
4. Bapak Muhammad Riski,M.HSc selaku Wakil Ketua III Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.

5. Bapak Hendy Satria, S.E., M.Ak., CAO., CBFA., CPFRA selaku Ketua Program Studi S1 dan dosen pembimbing 1 yang telah banyak memberi arahan, saran, dan perbaikan terhadap penyusunan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Ibu Aulia Dewi Gizta, S.E., M.Ak. selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tidak pernah lelah dalam memberikan arahan dan bimbingan.
7. Seluruh dosen pengajar dan staff sekretariat Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
8. Bapak Jomson Sipayung selaku ayah dan Ibu Risma Dhortia Mauli selaku Mama tercinta yang selalu memberikan dukungan dalam kondisi apapun, dan terimakasih telah mendidik maupun memberikan motivasi yang sangat membangun. Serta terimakasih untuk doa yang selalu dipanjatkan untuk anakmu sehingga penelitian ini bisa terselesaikan dengan baik.
9. Lidya Sipayung & Natalia Sipayung selaku kakak tercinta terimakasih telah memberikan dukungan dan doa.
10. Yeni Fitriani selaku teman seperjuangan yang sudah banyak memberikan dukungan dan semangat dalam membantu proses penyusunan skripsi ini hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
11. Group Lingkaran Setan yang telah membantu dan memberikan arahan dan masukan dalam penelitian ini.
12. Group Two One Boys yang telah membantu dan memberikan arahan dan masukan dalam penelitian ini.

13. Teman-teman HIMA Akuntansi khususnya Indra, Ardian, Sofiyah, Dinda, Vina, Meli, Eka, Gian yang telah membantu dalam penelitian ini.
14. Sudirman, Putri Sundari, Fachri, Heri, Fatih, Naufal, Mizan, Maulidan, Hendry, Odi, Ferdyansyah, Jovan, Paulina, dan Rusmaida yang telah membantu dalam proses penelitian ini.
15. Teman-teman Akuntansi angkatan 2020, yang telah berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan skripsi.
16. Semua pihak yang terkait dalam penyusunan skripsi, yang tidak dapat dituliskan satu-persatu, terimakasih atas semuanya.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pembaca, khususnya mahasiswa-mahasiswi Jurusan Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Tanjungpinang.

Tanjungpinang, 10 Januari 2024

Penulis

REINHARD NICHOLAS SIPAYUNG

NIM 20622148

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN BIMBINGAN

HALAMAN PENGESAHAN KOMISI UJIAN

HALAMAN PERNYATAAN

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN MOTTO

KATA PENGANTAR viii

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR GAMBAR xv

LAMPIRAN xvi

ABSTRAK xvii

***ABSTRACT* ..... xviii**

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 8

1.3 Batasan Masalah 8

1.4 Tujuan Penelitian 9

1.5 Kegunaan Penelitian 9

1.5.1 Kegunaan Ilmiah 9

1.5.2 Kegunaan Praktis 10

1.6 Sistematika Penulisan 10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori 12

2.1.1 Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholders Theory*) 12

2.1.2 Kinerja Perusahaan 14

2.1.3 Pertumbuhan Aset 19
2.1.4 Pertumbuhan Penjualan 24
2.1.5 Ukuran Perusahaan 28
2.2 Hubungan Antar Variabel 32
2.2.1 Hubungan Pertumbuhan Aset terhadap Kinerja Perusahaan 32
2.2.2 Hubungan Pertumbuhan Penjualan terhadap Kinerja Perusahaan 33
2.2.3 Hubungan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Perusahaan 33
2.2.4 Hubungan Pertumbuhan Aset, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Perusahaan. 34
2.3 Kerangka Pemikiran 34
2.4 Hipotesis 35
2.5 Penelitian Terdahulu 35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN
3.1 Jenis Penelitian 39
3.2 Jenis Data 40
3.3 Teknik Pengumpulan Data 40
3.4 Populasi dan Sampel 41
3.4.1 Populasi 41
3.4.2 Sampel 42
3.5 Definisi Operasional Variabel 44
3.5.1 Variabel Dependen 44
3.5.2 Variabel Independen 44
3.6 Teknik Pengolahan Data 46
3.7 Teknik Analisis Data 46
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif 46

3.7.2 Estimasi Model Regresi Data Panel 46
3.7.3 Uji Pemilihan Model Terbaik 48
3.7.4 Uji Asumsi Klasik 49
3.7.5 Analisis Regresi Berganda 52
3.7.6 Uji Hipotesis 52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1 Hasil Penelitian 55
4.1.1 Gambar Umum Objek Penelitian 55
4.2 Analisis Data Penelitian 62
4.2.1 Data Kinerja Perusahaan 62
4.2.2 Data Pertumbuhan Aset 65
4.2.3 Data Pertumbuhan Penjualan 67
4.2.4 Ukuran Perusahaan 70
4.3 Hasil Analisis Penelitian 72
4.3.1 Analisis Statistik Deskriptif 72
4.3.2 Uji Pemilihan Model Regresi 74
4.3.3 Uji Pemilihan Model Terbaik 76
4.3.4 Hasil uji Asumsi Klasik 78
4.3.5 Analisis Regresi Berganda 82
4.3.6 Hasil Uji Hipotesis 83
4.4 Pembahasan 86
4.4.1 Pertumbuhan aset berpengaruh terhadap kinerja perusahaan 86
4.4.2 Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan 88
4.4.3 Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.... 89

4.4.4 Pertumbuhan aset, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan terhadap kinerja perusahaan..... 91

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan..... 92

5.2 Saran..... 92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

CURRICULUM VITAE

DAFTAR TABEL

No Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 1. 1	Perkembangan Jumlah Kendaraan Tahun 2019-2022	2
Tabel 1. 2	Kinerja Perusahaan Pada Perusahaan Otomotif tahun 2019-2022	6
Tabel 3. 1	Populasi penelitian Perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019 2022	41
Tabel 3. 2	Kriteria Pengambilan Sampel	43
Tabel 3. 3	Sampel Penelitian	43
Tabel 3. 4	Daftar Operasional Variabel	44
Tabel 3. 5	Kriteria Pengambilan Keputusan Uji Durbin-Watson	51
Tabel 4. 1	Data Kinerja Perusahaan 2019-2022	62
Tabel 4. 2	Pertumbuhan Aset 2019-2022	65
Tabel 4. 3	Pertumbuhan Penjualan 2019-2022	68
Tabel 4. 4	Ukuran Perusahaan 2019-2022	70
Tabel 4. 5	Hasil Statistik Deskriptif	73
Tabel 4. 6	Output Fixed Effect Model (FEM)	74
Tabel 4. 7	Output Random Effect Model (REM)	75
Tabel 4. 8	Output Common Effect Model (CEM)	76
Tabel 4. 9	Uji Chow	76
Tabel 4. 10	Uji Hausman	77
Tabel 4. 11	Uji Lagrange Multiplier	78
Tabel 4. 12	Hasil Uji Multikolinearitas	79
Tabel 4. 13	Uji Autokorelasi	81
Tabel 4. 14	Uji Parsial (t)	84
Tabel 4. 15	Uji Simultan (f)	85
Tabel 4. 16	Hasil Uji Koefisiensi Determinan (R^2)	85

DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 2. 1	Kerangka Pemikiran	34
Gambar 4. 1	Kinerja Perusahaan 2019-2022	64
Gambar 4. 2	Pertumbuhan Aset 2019-2022	67
Gambar 4. 3	Pertumbuhan Penjualan 2019-2022	69
Gambar 4. 4	Ukuran Perusahaan 2019-2022	72
Gambar 4. 5	Uji Normalitas	79

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran
Lampiran 1	Laporan Keuangan Perusahaan Otomotif (2022)
Lampiran 2	Data Olahan *E-Views* 12
Lampiran 3	Hasil Uji Data *E-Views* 12
Lampiran 4	Persentase Plagiat

ABSTRAK

PENGARUH PERTUMBUHAN ASET, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN OTOMOTIF YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Reinhard Nicholas S. 20622148, Akuntansi. STIE Pembangunan Tanjungpinang.
nikolasipay@gmail.com

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Pertumbuhan Aset, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Perusahaan pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 14 perusahaan dengan menggunakan teknik sampel yaitu *purposive sampling.*

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Objek pada penelitian ini berupa perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi pustaka, dokumentasi, dan riset internet. Dimana data yang didapatkan melalui situs resmi yang menyediakan laporan-laporan yang terkait.

Hasil penelitian ini berdasarkan hasil uji t dan parsial dengan menunjukkan bahwa Pertumbuhan Aset berpengaruh terhadap Kinerja perusahaan, Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh terhadap Kinerja perusahaan, dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan. Hasil uji F atau Uji Simultan menunjukkan bahwa Pertumbuhan Aset, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap Kinerja perusahaan.

Dapat disimpulkan bahwa hasil dari uji koefisien determinansi dengan nilai *Adjusted R-Squared* sebesar 0.284654 maka dapat disimpulkan pengaruh Pertumbuhan Aset, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Perusahaan sebesar 28,46% sedangkan sisanya sebesar 71,54% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian.

Kata kunci: Pertumbuhan Aset, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Kinerja Perusahaan.

Dosen Pembimbing 1: Hendy Satria, S.E.,M.Ak.,CAO.,CBFA.,CPFRA
Dosen Pembimbing 2: Aulia Dewi Gizta, S.E., M.Ak.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF ASSET GROWTH, SALES GROWTH, AND COMPANY SIZE ON PERFORMANCE COMPANY IN AUTOMOTIVE COMPANIES LISTED ON THE EXCHANGE INDONESIA EFFECT

Reinhard Nicholas S. 20622148, *Accounting*. STIE Pembangunan Tanjungpinang.
nikolasipay@gmail.com

The aim of this research is to determine the influence of Asset Growth, Sales Growth and Company Size on Company Performance in Automotive Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2019-2022 period. This research used a sample of 14 companies using a sampling technique, namely purposive sampling.

The method used in this research is a quantitative descriptive method. The object of this research is an automotive company listed on the Indonesian Stock Exchange. Data collection techniques were carried out using library studies, documentation and internet research. Where the data is obtained through the official website which provides related reports.

The results of this research are based on t and partial test which show that Asset Growth has an effect on company performance, Sales Growth has an effect on company Performance, and Company Size has no effect on Company Performance. The results of the F test or Simultaneous Test show that Asset Growth, Sales Growth and Company Size together have a simultaneous effect on company performance.

It can be concluded that the results of the determination coefficient test with an Adjusted R-Squared value of 0.284654 can be concluded that influence of Asset Growth, Sales Growth and Company Size on Company Performance is 28,46% while the remaining 71,54% is influenced by other variables which were not used in the research.

Keywords: *Asset Growth, Sales Growth, Company Size, Company Performance.*

***Supervisor* 1:** Hendy Satria, S.E.,M.Ak.,CAO.,CBFA.,CPFRA
***Supervisor* 2:** Aulia Dewi Gizta, S.E., M.Ak.

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia, kondisi perekonomian dan kinerja pada perusahaan dapat berubah seiring waktu. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan perusahaan di Indonesia antara lain perubahan pada kebijakan pemerintah, situasi ekonomi global maupun perkembangan teknologi. Laporan keuangan perusahaan dan berita keuangan terbaru sangat berguna untuk mendapatkan informasi terkini tentang perkembangan perusahaan di Indonesia.

Industri otomotif telah mengalami perkembangan selama lebih dari lima puluh tahun. Ini ditunjukkan dengan diterbitkannya Surat Keputusan Bersama antara Menteri Perindustrian dan Menteri Perdagangan pada tahun 1969 yang mengatur prosedur impor kendaraan bermotor yang dapat dilakukan dalam bentuk *Completely Built Up* (CBU) dan *Completely Knocked Down* (CKD) oleh Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM), serta mengharuskan ATPM untuk mendirikan fasilitas perakitan kendaraan bermotor di dalam negeri (Kemenperin RI, 2021).

Perkembangan otomotif saat ini sangat pesat seiring dengan perkembangan teknologi. Perkembangan otomotif pada era saat ini ialah adanya mobil listrik yang semakin populer yang banyak di produksi oleh produsen otomotif. Terdapat juga mobil otonom yang perkembangan teknologinya dapat berjalan secara *autodrive* tanpa adanya pengemudi.

Otomotif adalah bidang yang berkaitan dengan pengoperasian, produksi, kreasi, dan pemeliharaan kendaraan seperti motor, mobil, truk, dan sebagainya. Dalam dunia otomotif, terdapat beberapa aspek yang menjadi perhatian utama yaitu

transmisi, mesin, suspensi, sistem bahan bakar, setir pengemudi, pengereman, dan elektronik.

Tabel 1. 1
Perkembangan Jumlah Kendaraan Tahun 2019-2022

Jenis Kendaraan	Perkembangan Jumlah Kendaraan menurut jenis (unit)			
	2019	2020	2021	2022
Mobil Penumpang	15.592.419	15.797.746	16.413.348	17.175.632
Mobil Bis	231.569	233.261	237.566	241.215
Mobil Barang	5.021.888	5.083.405	5.299.361	5.528.669
Sepeda Motor	112.771.136	115.023.039	141.992.573	125.267.349

Sumber: Badan Pusat Statistik (2022)

Tabel 1.1 menunjukkan perkembangan jumlah kendaraan di Indonesia setiap tahun mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Mengenai masa depan industri otomotif, ada sejumlah peluang dan hambatan yang harus dipertimbangkan agar sektor otomotif dapat meningkat. Secara umum perusahaan otomotif memiliki peluang karena industri otomotif memiliki rantai pasokan yang luas. Selain itu, industri ini tidak hanya memberikan dorongan pada sektor komponen otomotif, tetapi pada sektor lain yang terhubung secara langsung dengan otomotif. Bukan hanya peluang namun perusahaan otomotif memiliki tantangan seperti keterbatasan perkembangan. Industri komponen domestik menyebabkan proses manufaktur ekonomi masih bergantung pada komponen yang diimpor. Diperlukan peningkatan dalam kemampuan sumber daya manusia, bukan hanya di pabrikan otomotif, tetapi juga di semua tingkatan sumber daya manusia yang terlibat dalam seluruh rantai pemasok komponen dalam ekosistem industri otomotif nasional yang lebih besar.

Peneliti memilih perusahaan otomotif sebagai objek, karena sebagian perusahaan otomotif memiliki kehadiran global yang berarti berinvestasi dalam

memberikan akses ke pasar global dan tren ekonomi global. Selain itu, perusahaan tersebut menunjukkan konsistensi dalam pendapatan dan laba, yang berpotensi menghasilkan dividen yang tetap bagi para pemegang saham, yang bisa menjadi sumber pendapatan pasif.

Kinerja suatu perusahaan dalam pengambilan keputusan menjadi suatu hal yang sangat mendasar. Peningkatan penjualan yang signifikan menjadi pendorong utama perbaikan kinerja perusahaan, yang tidak lepas dari keberhasilan investasi masa lalu. Pertumbuhan penjualan bukan hanya menjadi penentu keuntungan, tetapi juga dapat memperkuat kemampuan perusahaan dalam membayar hutang atau kewajiban jangka pendek yang akan segera jatuh tempo. Penilaian kinerja tidak hanya mencakup alur barang masuk dan keluar, melainkan juga melibatkan penerbitan laporan keuangan tahunan sebagai salah satu indikatornya (Yuniastuti, 2019).

Aset merujuk pada segala bentuk kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan dan memiliki potensi memberikan keuntungan ekonomi di masa depan. Pertumbuhan didefinisikan sebagai peningkatan total aset, dengan pertumbuhan aset sebelumnya mencerminkan potensi profitabilitas di masa mendatang. *Growth* mengacu pada perubahan dalam jumlah total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Perkiraan pertumbuhan aset diukur sebagai persentase perubahan aset pada waktu tertentu dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Dengan demikian, sesuai dengan definisi ini, *Growth* dapat diartikan sebagai perubahan jumlah aset secara keseluruhan yang mencakup peningkatan yang dialami oleh perusahaan selama satu periode (biasanya satu tahun) (Pattiselanno & Widiyati, 2023).

Sering dikatakan perusahaan akan terus menentukan keberhasilan dari penanaman modal tahun sebelumnya karena pertumbuhan penjualan dipakai untuk tolak ukur memprediksikan prospek pertumbuhan di masa yang akan datang. Perusahaan sering kali memprediksikan investasi periode masa lalu sebagai daya saing perusahaan dibidang industri otomotif. Selain itu, pertumbuhan perusahaan mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam mempertahankan keuntungan untuk mendanai periode masa yang akan datang.

Menurut Kasmir (2014) dalam jurnal Yuniastuti, (2019) mengatakan bahwa Rasio pertumbuhan (*Growth Ratio)* adalah ukuran yang mencerminkan kapabilitas perusahaan untuk mempertahankan posisinya dalam industri dan pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Rasio pertumbuhan ini dievaluasi dari berbagai aspek, seperti pendapatan setelah pajak (*EAT)*, laba per lembar saham, penjualan, deviden per lembar saham, dan harga pasar per lembar saham. Rasio ini mencakup peningkatan dalam penjualan, laba per saham, deviden per saham, dan laba bersih.

Menurut Anggraini & Dewi (2021) dalam jurnal Noor & Srimindarti, (2022), ukuran perusahaan merujuk pada parameter yang menunjukkan skala perusahaan, baik besar atau kecilnya. Mereka mengemukakan bahwa untuk mengukur ukuran perusahaan berdasarkan total aset, dapat dilakukan dengan mengambil *logaritma natural* dari jumlah total aset tersebut. Ukuran perusahaan dapat menjadi faktor penting yang menarik perhatian investor dalam proses penilaian perusahaan. Investor umumnya cenderung merasa lebih percaya diri saat mereka berinvestasi di perusahaan yang memiliki skala besar, karena dianggap

memiliki stabilitas yang lebih tinggi dan kemampuan untuk menghadapi berbagai risiko yang mungkin muncul. Oleh karena itu, perusahaan yang memiliki ukuran besar cenderung memiliki potensi yang lebih besar dalam hal mendapatkan modal baik dari investor maupun kreditur.

Pada penelitian Rahman, (2020) menghasilkan bahwa pertumbuhan aset berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, sejalan juga dengan penelitian (Sagala & Nurmala, 2021). Namun sebaliknya penelitian (Pattiselanno & Widiyati, 2023) menyatakan pertumbuhan aset tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Pada penelitian Setiaputra, (2021) menghasilkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Namun sebaliknya penelitian (Noor & Srimindarti, 2022) dan (Wijaya & Gunawan, 2020) ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Menurut Sagala & Nurmala, (2021) Kinerja perusahaan akan memberikan gambaran situasi keuangan perusahaan dalam suatu periode, yang mencakup pengumpulan dana dan penggunaan dana yang diukur melalui indikator seperti likuiditas, profitabilitas, dan modal yang memadai. Maka dari itu, kinerja perusahaan yang dapat dinilai menggunakan rasio ialah rasio profitabilitas.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kondisi kinerja perusahaan otomotif di Indonesia: 1. Kebijakan pemerintah: pemerintah Indonesia telah mengimplementasikan berbagai program untuk mendorong pengembangan kendaraan listrik, meningkatkan efisiensi bahan bakar, dan meningkatkan daya saing industri otomotif. 2. Permintaan pasar: terdapat beberapa faktor seperti pertumbuhan ekonomi, kebijakan kredit, preferensi konsumen, dan tingkat

pendapatan dapat memengaruhi pendapatan perusahaan dan tingkat penjualan perusahaan otomotif. 3. Persaingan industri: industri otomotif di Indonesia bersaing dengan banyak perusahaan otomotif lokal dan internasional untuk mendapatkan pangsa pasar. Persaingan tersebut dapat berupa inovasi produk, harga, dan pemasaran.

Kinerja perusahaan dapat dilihat dari laporan keuangan. Laporan keuangan komprehensif mencakup laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas, neraca, dan catatan atas laporan keuangan. Tujuan laporan keuangan ialah memberikan informasi yang bermanfaat bagi pemakai laporan keuangan. Selain itu dapat menggambarkan bagaimana proses manajemen berhasil mengolah sumber daya dalam suatu perusahaan (Sagala & Nurmala, 2021).

Tabel 1. 2
Kinerja Perusahaan Pada Perusahaan Otomotif tahun 2019-2022

No	Kode	Kinerja Perusahaan (tahun)			
		2019	2020	2021	2022
1.	ASII	7,6%	5,5%	7,0%	9,8%
2.	AUTO	5,1%	-0,2%	3,7%	8,0%
3.	GJTL	1,4%	1,8%	0,4%	-1,0%

Sumber: Laporan Keuangan perusahaan Otomotif tahun 2019-2022 (data diolah).

Pada tabel 1.2 di atas dapat dilihat bahwa kinerja perusahaan Otomotif mengalami kenaikan dan penurunan pada tahun 2019-2022. Pada PT. Astra International Tbk pada tahun 2019-2020 mengalami penurunan dikarenakan adanya dampak pandemi *covid-19* yang menyebabkan perekonomian perusahaan tersebut mengalami penurunan dibandingkan pada tahun sebelum terjadinya covid dan pada tahun 2020-2022 mengalami peningkatan pada kinerja perusahaan dikarenakan kinerja yang baik dari manajemen dalam mengelola operasional perusahaan,

meningkatkan produktivitas, dan mengendalikan biaya dalam perusahaan tersebut. Pada PT. Astra Otoparts Tbk mengalami penurunan kinerja pada tahun 2019-2020 yang disebabkan oleh penurunan pendapatan pada tahun tersebut. Sedangkan pada tahun 2021-2022 perusahaan tersebut mengalami kenaikan pada kinerja perusahaannya. Pada PT. Gajah Tunggal Tbk mengalami peningkatan kinerja perusahaan pada tahun 2019-2020 dan pada tahun 2021-2022 mengalami penurunan kinerja perusahaan yang dipicu oleh berbagai faktor, seperti beban operasional yang signifikan, utang yang besar, penurunan volume penjualan, perubahan dalam situasi pasar, atau faktor eksternal dan internal lainnya.

Berdasarkan latar belakang, penelitian ini dapat dilihat bahwa fenomena yang muncul ialah adanya *research gap*. *Research gap* muncul karena adanya perbedaan pandangan dari penelitian terdahulu atas variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan penelitian ini, peneliti dapat melihat hasil yang telah diteliti apakah penelitian ini berpengaruh positif atau negatif yang timbul dari Pertumbuhan Aset, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Perusahaan pada Perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Ini penting untuk diteliti karena otomotif pada saat ini memiliki tingkat kemajuan dalam perkembangan teknologi dan memiliki dampak lingkungan yang efektif, serta industri otomotif ini dapat memperbaiki perekonomian Indonesia yang berdampak besar terhadap aspek kehidupan. Dengan ini, penulis mengangkat judul penelitian yaitu ***"Pengaruh Pertumbuhan Aset, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Perusahaan pada Perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode (2019-2022)."***

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan peneliti diatas, peneliti menyimpulkan rumusan masalah yang akan menjadi pembahasan pada penelitian ini yaitu:

1. Apakah Pertumbuhan Aset berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan pada Perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan pada Perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan pada Perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
4. Apakah Pertumbuhan Aset, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan pada Perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat mencapai tujuan yang diinginkan, penelitian ini memiliki batasan masalah yaitu pada kinerja perusahaan menggunakan ROA dan pengukuran variabel independen yaitu pertumbuhan aset diukur dengan perbandingan aset sekarang dan aset lalu, pertumbuhan penjualan diukur dengan pendapatan pada penjualan dan ukuran perusahaan diukur dengan Ln pada aset. Penelitian ini terbatas pada perusahaan otomotif, karena industri ini memberikan dampak positif terhadap perekonomian nasional. Periode penelitian ini berfokus pada tahun 2019-2022.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini dapat menjawab rumusan masalah yang telah dipaparkan oleh peneliti, maka tujuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh Pertumbuhan Aset terhadap Kinerja Perusahaan pada Perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Kinerja Perusahaan pada Perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Perusahaan pada Perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Untuk mengetahui pengaruh Pertumbuhan Aset, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Perusahaan pada Perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Ilmiah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi pada penelitian selanjutnya, menambah pengetahuan dan memberikan manfaat secara teoritis dalam dunia pendidikan khususnya di ilmu pengetahuan akuntansi serta menambah kemampuan berpikir mengenai upaya meningkatkan kinerja pada perusahaan otomotif dalam Pengaruh Pertumbuhan Aset, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Perusahaan pada Perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.5.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Penulis

   Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan mampu meningkatkan keterampilan penelitian serta menambah pemahaman atau menambah pengetahuan tentang Otomotif tentang bagaimana pengaruh Pertumbuhan Aset, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Perusahaan pada Perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2. Bagi Objek

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan wawasan pada perusahaan di Indonesia agar fokus terhadap Pertumbuhan Aset serta menambah nilai Pertumbuhan Penjualan agar dapat mengukur Ukuran Perusahaan.

3. Bagi Pembaca

   Diharapkan pembaca memiliki pengetahuan baru tentang Perusahaan Otomotif serta memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam upaya mengelola dan meningkatkan Kinerja Perusahaan. Dan informasi dalam penelitian ini berguna sebagai masukan dalam pengembangan penelitian berikutnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang akan dilakukan penelitian berdasarkan isi aturan sistematika yang telah ditetapkan oleh Program Studi Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi penjelasan tentang tinjauan teori, baik teori dasar yang berkaitan dengan permasalahan dan mendukung dalam pemecahan masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Selain itu, bab ini juga berisi tentang kerangka pemikiran, dan ringkasan penelitian terdahulu.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi penjelasan tentang jenis penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel penelitian, teknik pengolahan data, teknik analisis data dan jadwal penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan mengenai gambaran objek penelitian, data yang diperoleh, hasil analisis data dengan menggunakan uji regresi, analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisi regresi linear berganda, dan uji hipotesis beserta penjelasannya.

BAB V PENUTUP

Pada bab berikut ini diuraikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan secara menyeluruh serta saran yang diberikan mengenai solusi dari permasallahan ppenelitian yang terjadi serta saran yang diberikan untuk penelitin di masa mendatang.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholders Theory*)

Theory Stakeholders atau teori pemangku kepentingan pertama kali diperkenalkan oleh Freeman (1994) yang mengajukan manajer agar menggunakan daftar kata yang bertujuan pada konsep pemangku kepentingan. Freeman (1994) menguraikan kosakata tersebut untuk mengatasi masalah yang berkaitan dan saling berhubungan dengan bisnis.

Menurut (Budi, 2021) dalam jurnal (Suryani, 2022) *theory stakeholders* atau teori pemangku kepentingan menggambarkan hubungan antara perusahaan dan pihak yang memiliki kepentingan yang muncul karena adanya kesadaran meningkat bahwa perusahaan memiliki pihak yang memiliki kepentingan di dalamnya. Semua pemangku kepentingan tersebut memiliki hak yang setara dalam berkontribusi pada proses pengambilan keputusan. Adanya teori ini pertama kali muncul pada tahun 1963 dan memiliki dasar teori bahwa ketika perusahaan tumbuh, maka diperlukan adanya tanggung jawab dan akuntabilitas terhadap masyarakat.

Theory stakeholders mengusulkan bahwa jika mengadopsi pendekatan ini dalam menganalisis hubungan antara bisnis dengan kelompok dan individu yang dapat mempengaruhi ataupun terpengaruh pada teori tersebut, maka kita akan memiliki peluang yang lebih baik untuk mengatasi masalah ini secara efektif. Dari perspektif pemangku kepentingan, bisnis dapat dianggap sebagai jaringan hubungan antar kelompok yang memiliki kepentingan dalam aktivitas yang membentuk bisnis tersebut (Freeman, 1984). Hal ini mencakup bagaimana pemasok, pelanggan, karyawan, pemodal (pemegang saham, obligasi, bank, dan

lain-lain), dan manajer untuk berinteraksi menciptakan dan memperdagangkan nilai. Untuk memahami bisnis, diperlukan dalam memahami bagaimana hubungan-hubungan ini berfungsi dan berubah seiring waktu. Tanggung jawab eksekutif untuk mengelola hubungan dengan tujuan menciptakan nilai bagi pemangku kepentingan dan mengelola distribusi nilai tersebut.

Pada dasarnya, pemangku kepentingan memiliki potensi untuk mempengaruhi penggunaan sumber daya ekonomi yang digunakan oleh perusahaan. Oleh karena itu, kekuatan pemangku kepentingan ditentukan oleh tingkatan kekuasan yang dimiliki terhadap sumber daya tersebut. Kekuatan ini dapat berupa kemampuan untuk menghambat penggunaan sumber daya ekonomi yang terbatas, akses ke media yang berpengaruh, kemampuan untuk mengatur operasi perusahaan, dan layanan yang diproduksi oleh perusahaan.

Cara-cara yang diterapkan oleh perusahaan untuk mengelola pemangku kepetingan tergantung pada strategi yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Perusahaan dapat mengambil pendekatan strategis yang bersifat aktif atau pasif. Perusahaan yang menerapkan pendekatan strategis yang aktif (*active posture*) akan berupaya mempengaruhi hubungan antara perusahaan dengan pemangku kepentingan yang dianggap memiliki kepentingan yang penting. Ini menunjukkan bahwa pendekatan yang aktif tidak hanya mengidentifikasi pemangku kepentingan, tetapi juga menentukan pemangku kepentingan lain yang memiliki kemampuan dalam mempengaruhi perusahaan mengalokasikan sumber daya ekonominya. Sebaliknya, perusahaan yang menerapkan pendekatan yang pasif (*pasive posture*) cenderung secara berkelanjutan memantau aktivitas pemangku kepentingan dan

dengan sengaja tidak mencari strategi yang optimal untuk menarik perhatian dari pemangku kepentingan tersebut. Kurangnya perhatian terhadap pemangku kepentingan (pendekatan pasif) akan mengakibatkan tingkat pengungkapan informasi sosial dan kinerja perusahaan yang rendah.

Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa Teori Pemangku Kepentingan adalah konsep penting dalam manajemen bisnis, yang mengamati pemangku kepentingan dalam suatu perusahaan dan mengelola hubungan secara efektif. Teori ini muncul sebagai respon terhadap kesadaran bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap pihak-pihak yang memiliki kepentingan di dalamnya. Peneliti memilih menggunakan *theory stakeholder* karena berkaitan dengan hubungan antar karyawan dan pemegang saham. Perusahaan memiliki kewajiban tidak hanya terhadap pemegang saham internal, tetapi juga terhadap berbagai pihak yang memiliki suatu kepentingan di dalam perusahaan sebagai *stakeholder* eksternal. Mengevaluasi pertumbuhan dan kinerja perusahaan tidak hanya melibatkan keuangan, namun juga mempertimbangkan beberapa aspek seperti aspek lingkungan, aspek sosial, dan etika dalam melibatkan beberapa individu-individu atau kelompok *stakeholder* yang memiliki peran. Dalam *theory stakeholder* memiliki tingkat membantu perusahaan dalam menciptakan nilai jangka panjang dan mengurangi resiko sosial dan reputasi. Hal ini membentuk dasar yang kuat untuk pertumbuhan perusahaan dalam jangka waktu yang panjang.

2.1.2 Kinerja Perusahaan

2.1.2.1 Pengertian Kinerja Perusahaan

Menurut (Pattiselanno & Widiyati, 2023) kinerja keuangan ialah suatu gambaran atas keadaan keuangan industri dalam jangka waktu tertentu yang

merupakan suatu hasil dari aktivitas operasional industri. Data mengenai kinerja industri sangat berarti untuk pengguna laporan keuangan, sebab dengan kinerja industri para pengguna laporan keuangan bisa memperhitungkan keadaan keuangan industri serta bisa mengambil keputusan lewat laporan keuangan industri.

Menurut (Ekadjaja, 2022) pengukuran kinerja mengukur tingkat keberhasilan aktivitas bisnis yang berdasarkan pada standar dan kriteria yang telah dipastikan dan juga bagaimana tingkat keberhasilan perusahaan apakah sesuai dengan target, sehingga penyimpangan yang terjadi dapat dieliminasi melalui proses perbaikan yang berkesinambungan.

Berdasarkan dari pendapat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kinerja perusahaan merupakan aktivitas keuangan industri yang berdasarkan pada aktivitas operasional industri dan standar kriteria yang mengukur tingkat keberhasilan perusahaan dalam mencapai target melalui laporan keuangan industri.

2.1.2.2 Pengukuran Kinerja Perusahaan

(Purwanti, 2023) Laporan kinerja perusahaan berfungsi sebagai alat untuk menilai pencapaian tujuan perusahaan, menganalisis hasil operasional, serta memberikan gambaran mengenai kondisi keuangan perusahaan. Jenis-jenis laporan kinerja pada perusahaan melibatkan (1) laporan laba rugi (*income statement*), (2) laporan posisi keuangan, (3) laporan arus kas (*cash flow statement*), dan (4) laporan perubahan ekuitas (*statement of changes in equity*). Informasi kinerja perusahaan yang berkaitan dengan pusat pertanggungjawaban digunakan untuk mengawasi pencapaian target, mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki, dan memberikan umpan balik kepada manajer pusat pertanggungjawaban. Pengukuran kinerja

perusahaan umumnya didasarkan pada keberhasilan mencapai optimalisasi laba perusahaan.

Pada penelitian ini menggunakan indikator rasio *return on assets. Return On Assets* (ROA) adalah rasio keuangan yang mengukur sejauh mana suatu perusahaan efisien dalam menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba. ROA dihitung dengan membagi laba bersih setelah pajak dengan total nilai asetnya kemudian hasilnya dikalikan dengan 100 untuk mendapatkan persentase.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Alasan memilih ROA memberikan gambaran mengenai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari setiap unit nilai aset yang dimilikinya. Semakin tinggi ROA, semakin efisien perusahaan dalam memanfaatkan asetnya untuk meraih keuntungan. ROA dapat digunakan sebagai ukuran kinerja keuangan dan efisiensi manajemen dalam mengelola portofolio aset perusahaan.

2.1.2.3 Prinsip Pengukuran Kinerja Perusahaan

Menurut (Soemohadiwidjojo, 2017) kinerja merujuk pada prestasi yang diperoleh oleh individu atau kelompok dalam suatu organisasi selama periode tertentu, sesuai dengan tanggung jawab dalam mencapai tujuan organisasi. Tahapan yang terdapat dalam siklus manajemen kinerja organisasi adalah sebagai berikut:

1. Proses dimulai dengan menetapkan rencana strategis perusahaan yang mencakup visi, misi, tujuan, dan sasaran strategis perusahaan.
2. Rencana strategis jangka panjang kemudian diuraikan menjadi sasaran perusahaan yang kemudian dijelaskan secara rinci dalam kontrak manajemen.

3. Pengukuran dan pemantauan kinerja organisasi terjadi selama proses pelaksanaan.
4. Secara berkala (bulanan, triwulan, semesteran) dilakukan tinjauan kinerja organisasi dengan tujuan melakukan perbaikan dan peningkatan.
5. Hasil kinerja organisasi digunakan sebagai dasar untuk menentukan konsekuensi.

2.1.2.4 Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Perusahaan

Menurut (Sobirin, 2014) kinerja dalam konsep yang kompleks, multi-dimensi dan banyak aspek tentu saja melibatkan berbagai faktor untuk mencapainya. Secara umum, ada beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja:

1. Faktor individu: manusia memiliki peran sentral dalam kehidupan organisasi karena yang menjalankan aktivitas sehari-hari. Kinerja perusahaan dipengaruhi oleh kompetensi, kemampuan tugas, pengetahuan, sikap kerja, komitmen, dan motivasi.
2. Faktor kepemimpinan: kualitas kepemimpinan dapat mempengaruhi interaksi dengan karyawan dan kemampuan untuk memberikan interaksi dengan karyawan dan kemampuan untuk memberikan dorongan, motivasi, inspirasi, dan dukungan.
3. Faktor tim kerja: keterlibatan rekan kerja menjadi penting, dan kinerja individu dan organisasi secara keseluruhan tidak hanya ditentukan oleh kemampuan seseorang tetapi juga dukungan tim kerja.
4. Faktor sistem organisasi: organisasi terdiri dari berbagai sub-sistem yang saling terkait. Kegagalan salah satu sub-sistem dapat mempengaruhi

performa keseluruhan organisasi. Oleh karena itu, organisasi harus memonitor sistem organisasi untuk memastikan kinerja yang baik.

5. Faktor situasi (konteks): selain faktor internal, keberhasilan organisasi juga dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti situasi ekonomi, politik, budaya, teknologi, dan persaingan. Kemampuan organisasi dalam mengatasi tekanan dari faktor eksternal ini memungkinkan untuk bekerja dengan baik dan mencapai kinerja yang tinggi.

Lima faktor tersebut harus mendapatkan perhatian yang seimbang ketika mengukur kinerja organisasi. Faktor individu karyawan memiliki pengaruh dominan dalam mempengaruhi kinerja organisasi, terutama karena aktivitas sehari-hari dilakukan oleh individu karyawan.

2.1.2.5 Komponen Manajemen Kinerja Perusahaan

Menurut (Sobirin, 2014) manajemen kinerja perusahaan merupakan suatu tindakan manajerial yang sangat kompleks, melibatkan beberapa komponen kunci yang saling terkait. Komponen-komponen utama yang dimaksud adalah:

1. Perencanaan: Perusahaan yang efektif merencanakan semua pekerjaan sebelum melaksanakannya. Perencanaan ini melibatkan penetapan ekspektasi dan tujuan kinerja bagi kelompok atau individu agar mencapai tujuan perusahaan.
2. Pemantauan: pengukuran kinerja yang konsisten dan memberikan umpan balik berkelanjutan kepada karyawan dan kelompok kerja untuk melacak kemajuan dalam mencapai tujuan perusahaan. *Monitoring* kinerja karyawan juga mencakup perbandingan kinerja dengan standar kinerja yang telah

ditetapkan, memungkinkan *supervisor* untuk menilai kualitas pemenuhan standar dan mengadaptasinya.

3. Pengembangan: pengembangan karyawan mencakup peningkatan kapasitas melalui pelatihan, pemberian tugas yang memerlukan keterampilan baru, perbaikan proses kerja, dan metode lainnya. Memberikan kesempatan kepada karyawan untuk berpartisipasi dalam pelatihan dan pengembangan akan meningkatkan kinerja, memperkuat keterampilan yang relevan dengan pekerjaan.
4. Penilaian: ini dapat dicapai dengan membandingkan kinerja individu dengan seluruh karyawan untuk menentukan karyawan terbaik. Dengan demikian, penilaian kinerja karyawan dapat dilakukan dengan menyusun peringkat kinerja *(performance rating)* yang kemudian dibandingkan dengan standar kinerja dalam rencana kinerja karyawan.
5. Penghargaan: prinsip dasar manajemen yang efektif adalah bahwa perilaku harus diatur oleh konsekuensi yang ditimbulkan oleh perilaku tersebut. Pengendalian dapat dilakukan melalui mekanisme formal maupun informal, dengan konsekuensi yang bisa bersifat positif atau negatif.

2.1.3 Pertumbuhan Aset

2.1.3.1 Pengertian Pertumbuhan Aset

Menurut (Rahman, 2020) menyatakan bahwa pertumbuhan aset perusahaan yaitu perubahan penurunan atau peningkatan total aset perusahaan. Menurut (Pattiselanno & Widiyati, 2023) mengatakan pertumbuhan aset yaitu keunggulan perusahaan untuk mempertahankan kedudukan bisnis pada pembangunan industri dan ekonomi perusahaan yang sedang berjalan. Jadi dapat disimpulkan bahwa

pertumbuhan aset adalah keunggulan pertumbuhan perusahaan yang berdampak pada tingkatan penurunan dan peningkatan bisnis dalam suatu aset perusahaan.

2.1.3.2 Karakteristik Pertumbuhan Aset

Menurut (Tjiptono, 2019) setiap perusahaan biasanya memiliki pabrik, gudang, gedung, tanah, peralatan (contohnya: mesin, peralatan kantor, dan komputer), dan kendaraan untuk menunjang kegiatan operasionalnya. Semua itu diklasifikasikan sebagai aset tetap. Secara spesifik, aset tetap memiliki tiga karakteristik utama yaitu:

1. Dibeli untuk digunakan dalam operasi perusahaan (penyediaan barang atau jasa, produksi). Contohnya bangunan yang tidak digunakan lebih tepat diklasifikasikan sebagai investasi. Perusahaan pengembang mengklasifikasikan tanah sebagai persediaan.
2. Digunakan dalam jangka panjang (lebih dari satu periode) dan biasanya disusutkan.
3. Memiliki bentuk fisik. Contohnya bangunan, tanah, dan peralatan merupakan aset berwujud yang memiliki bentuk fisik. Selain itu, dalam aset berwujud bahan baku meliputi seperti peralatan, tanah, dan bangunan merupakan bagian dari produk atau persediaan yang akan dijual kembali.

2.1.3.3 Macam-Macam Aset

Menurut (Wahyuni & Khoirudin, 2020) Secara umum, aset atau harta dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori utama yaitu berdasarkan tingkat konversi, keberadaan fisik, dan penggunaan. Berikut adalah berbagai jenis aset berdasarkan klasifikasinya:

1. Konvertibilitas (*Convertibility*): konvertibilitas dalam pengklasifikasian ini mengacu pada tingkat kemudahan suatu aset diubah menjadi uang tunai. Berdasarkan konvertibilitas ini, aset atau aktiva dapat dibagi menjadi dua kategori utama:
   a. Aset Lancar (*current Assets*): jenis aset yang dapat dengan mudah diubah menjadi uang tunai dalam waktu yang relatif singkat, biasanya dalam satu tahun. Contohnya kas, surat berharga, perlengkapan kantor, persediaan barang, dan deposito jangka pendek
   b. Aset Tidak Lancar (*Non-Current Assets*): jenis aset yang tidak dapat dengan mudah diubah menjadi uang tunai dalam waktu yang singkat. Contohnya tanah, bangunan, mesin, peralatan, merek dagang, dan aset.
2. Keberadaan Fisik (*Physical Existence*): dilihat dari dimensi fisiknya, aset dapat diklasifikasikan menjadi dua kategori yaitu aset berwujud (*Tangible Assets)* dan aset tidak berwujud (*Intangible Assets*)
   a. Aset Berwujud (*Tangible Assets*): jenis aset yang memiliki eksistensi fisik yang dapat diraba atau dilihat contohnya : tanah, bangunan, mesin, dan kas.
   b. Aset Tak Berwujud (*Intangible Assets*): jenis aset ini sebaliknya tidak memiliki bentuk fisik yang nyata contohnya: hak paten, hak sewa, dan *good will*.
3. Penggunaannya (*usage*): Aset atau aktiva juga bisa dikelompokkan berdasarkan penggunaannya. Terkait dengan penggunaan operasionalnya, aset dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

a. Aset Operasional (*Operating Assets*): jenis aset yang dibutuhkan dalam operasi bisnis sehari-hari untuk menghasilkan pendapatan contohnya: kas, persediaan, bangunan, dan mesin

b. Aset Non Operasional (*Non-Operating Assets*): jenis aset yang tidak diperlukan dalam operasi bisnis sehari-hari, tetapi memiliki potensi untuk menghasilkan pendapatan contohnya: investasi jangka pendek, surat berharga, dan tanah kosong.

2.1.3.4 Pengukuran Pertumbuhan Aset

Pada penelitian ini menggunakan rumus aset tahun sekarang dikurang aset tahun lalu dibagi aset tahun lalu kemudian hasilnya dikalikan dengan 100 untuk mendapatkan persentase.

$$\text{Pertumbuhan Aset} = \frac{\text{Total Aset}_{t} - \text{TotalAset}_{t-1}}{\text{Total Aset}_{t-1}} \times 100\%$$

Rumus pertumbuhan aset digunakan untuk mengukur perubahan atau pertumbuhan dalam nilai aset suatu entitas perusahaan dari periode waktu tertentu ke periode waktu berikutnya. Rumus ini memberikan gambaran tentang sejauh mana aset perusahaan berkembang atau menurun selama suatu periode.

2.1.3.5 Evaluasi Aset-Aset yang telah ada

Menurut (Wahyuni & Khoirudin, 2020) evaluasi aset yang sudah ada bertujuan untuk menilai apakah kinerja aset tersebut cukup untuk mendukung rencana penyediaan layanan yang telah ditetapkan. Aset yang tidak dipelihara dengan baik dapat menciptakan potensi risiko terhadap keamanan. Jenis evaluasi aset yang telah ada:

1. Mengevaluasi Kinerja Aset: Semua aset yang saat ini digunakan untuk penyediaan layanan harus diidentifikasi dan dibuatkan dalam sebuah daftar. Selain itu, menentukan sejauh mana efektivitas aset-aset ini dalam mendukung kebutuhan pelayanan. Dalam rangka proses ini, hal berikut perlu dianalisis:
   a. Kondisi Fisik: Evaluasi kondisi fisik aset melibatkan aktivitas seperti inspeksi visual, pengujian, pemantauan untuk memastikan bahwa aset berfungsi secara efektif.
   b. Pemanfaatan: Evaluasi pemanfaatan aset membantu dalam menilai sejauh mana aset tersebut digunakan secara efisien dan efektif untuk mendukung kebutuhan dan tujuan yang diinginkan.
   c. Fungsionalitas: mengacu pada kemampuan aset untuk menjalankan tugas atau fungsi yang dimaksudkan dengan efisien dan baik.
   d. Kinerja Keuangan: penilaian kinerja keuangan dalam evaluasi aset mengacu pada sejauh mana aset tersebut berdampak positif atau negatif terhadap situasi keuangan perusahaan. Ini mencakup perhitungan berbagai faktor keuangan seperti pendapatan, pengeluaran, pengembalian investasi, profitabilitas, serta faktor keuangan lainnya yang berguna untuk mengevaluasi aset tersebut untuk memberikan nilai yang memadai dalam konteks keuangan perusahaan.
2. Pengadaan yang sedang *on-going*: Pengidentifikasian aset yang ada harus mencakup aset-aset yang sedang dalam tahap pengadaan atau sedang berjalan (*on-going*), seperti fasilitas yang masih dalam tahap konstruksi,

atau aset-aset yang termasuk dalam program modal kerja yang telah disetujui. Hasil evaluasi aset yang sudah ada dan aset yang direncanakan adalah penyusunan pernyataan atau laporan tentang ketersediaan aset yang telah ada.

2.1.4 Pertumbuhan Penjualan

2.1.4.1 Pengertian Pertumbuhan Penjualan

Menurut (Yuniastuti, 2019) pertumbuhan penjualan *(growth ratio)* yaitu rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan secara umum dalam mempertahankan posisinya dalam perkembangan ekonomi dan industri. Menurut (Felicia & Tanusdjaja, 2022) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh dan signifikan terhadap kinerja perusahaan karena semakin tingginya pertumbuhan penjualan ditandai dengan adanya sinyal positif dari pihak internal kepada pihak investor.

Jadi pertumbuhan penjualan adalah pengaruh pertumbuhan penjualan yang menggambarkan kinerja perusahaan untuk mengembangkan ekonomi dan industri pada perusahaan tersebut.

2.1.4.2 Analisis Sumber dan Penggunaan Dana

Menurut (Widyatuti, 2017) *Funds Flow Statement* ialah laporan keuangan dalam bidang akuntansi yang berguna untuk mengamati bagaimana arus kas bergerak di dalam perusahaan selama periode tertentu dan memberikan informasi tentang sumber dan tujuan aliran kas perusahaan serta tindakan-tindakan yang diambil dengan dana tersebut untuk berbagai kegiatan. Untuk mempertajam analisis sumber dan penggunaan dana, memerlukan format *Funds Flow Statement* untuk dimodifikasi, yang terbagi atas tiga golongan besar yaitu:

1. *Operating Cash Flow*: arus kas yang mencerminkan hasil yang diperoleh dari operasi inti bisnis sehari-hari yang termasuk dalam: piutang dagang (*Account Receivable*), persediaan barang (*Inventory*), hutang dagang (*Account Payable*), biaya yang harus dibayar (*Accrual*), penghasilan pajak (*Income Tax*), biaya dibayar dimuka (*Prepaid Expenses*), laba bersih setelah pajak (*Net Income After Tax*), depresiasi tahun yang bersangkutan.
2. *Investing Cash Flow (Discretionary Funds Flow)*: aliran dana yang terkait dengan pembelian/ penjualan aset tetap, investasi, dan pembayaran dividen tunai. Disebutkan *Discretionary* karena manajemen memiliki kebebasan untuk memilih apakah akan melakukan tindakan tersebut atau tidak. Sebagai contoh manajemen dapat memutuskan untuk tidak membeli aset tetap atau tidak mendistribusikan dividen tunai dalam tahun tertentu yang termasuk dalam kategori: aktiva tetap bruto (*Gross Fixed Asset*), investasi di anak perusahaan, pembayaran dividen tunai (*Cash Devidend Paid*), dan surat-surat berharga (*Marketable Securities*).
3. *Financing Cash Flow/Fund Flow*: kegiatan yang berhubungan dengan pembiayaan, baik itu pembiayaan melalui modal sendiri (*Equity*) atau utang contohnya: pinjaman bank, pinjaman jangka panjang yang sudah jatuh tempo, pinjaman jangka panjang, penerbitan saham baru, dan agio saham (*Surplus*).

2.1.4.3 Maksimisasi dan Pengukuran Pertumbuhan

Menurut (Hoetoro, 2017) Maksimisasi Pertumbuhan adalah bentuk lain dari teori maksimisasi penjualan yang berfokus pada laju pertumbuhan penjualan.

Tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi akan memengaruhi karir seorang manajer, mendorong untuk selalui meningkatkan penjualan. Hipotesisnya adalah bahwa manajer akan memilih tingkat pertumbuhan penjualan yang lebih tinggi daripada yang diinginkan oleh pemilik perusahaan. Akibatnya, laba yang diperoleh pemilik menjadi lebih rendah karena sebagian dari laba dialokasikan untuk memacu pertumbuhan. Ada dua prinsip dasar yang mendasari maksimisasi pertumbuhan penjualan perusahaan:

1. Pertumbuhan penjualan digunakan untuk membiayai ekspansi kapasitas, memerlukan modal tambahan. Tingkat pertumbuhan yang tinggi dapat menyediakan modal yang cukup, karena dapat meningkatkan laba.
2. Pertumbuhan penjualan terkait dengan nilai sekarang dari pendapatan masa depan. Artinya, nilai uang dari penjualan saat ini lebih tinggi daripada di masa depan, mendorong manajer untuk terus meningkatkan pertumbuhan penjualan.

Adapun pengukuran pada pertumbuhan penjualan yaitu penjualan tahun sekarang dikurang penjualan tahun lalu dibagi penjualan tahun lalu kemudian hasilnya dikalikan dengan 100 untuk mendapatkan persentase.

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan}_{t} - \text{Penjualan}_{t-1}}{\text{Penjualan}_{t-1}} \times 100\%$$

Rumus pertumbuhan penjualan digunakan untuk mengukur perubahan atau pertumbuhan dalam pendapatan penjualan suatu entitas perusahaan dari satu periode ke periode berikutnya. Rumus ini memberikan gambaran tentang seberapa efektif perusahaan dalam meningkatkan pendapatan dari waktu ke waktu.

2.1.4.4 Karakteristik Loyalitas Pertumbuhan Penjualan

Menurut (Griffin, 2005) dalam (Miguna & Amanda, 2020) loyalitas pelanggan adalah indikator yang dapat dipercaya untuk memprediksi peningkatan penjualan dan pola pembelian yang stabil. Berikut adalah karakteristik dari loyalitas konsumen yang dapat digunakan sebagai indikator pertumbuhan penjualan dan pola pembelian yang konsisten:

1. Melakukan pembelian secara rutin atau mengulang. Konsumen yang telah membeli produk atau layanan suatu perusahaan dua kali atau lebih.
2. Berbelanja di berbagai layanan atau produk. Hubungan dengan jenis ini sudah terjalin kuat dan berlangsung lama, dan tidak mudah dipengaruhi oleh produk pesaing.
3. Memberikan rekomendasi produk atau layanan, tetapi juga melakukan pembelian secara teratur untuk mendorong membeli produk dari perusahaan yang sama. Secara tidak langsung melakukan pemasaran untuk perusahaan dan membawa konsumen baru kepada perusahaan tersebut.

2.1.4.5 Jenis Aktiva yang dibiayai

Menurut (Widyatuti, 2017) hal yang paling penting dipertimbangkan dalam menentukan rancangan kredit adalah jenis aset yang sedang didanai, apakah itu aktiva tetap atau aktiva lancar. Aktiva dalam perusahaan dapat dikelompokkan menjadi dua kategori yaitu aktiva tetap dan aktiva lancar permanen. Setiap jenis aktiva ini memerlukan jenis pendanaan yang berbeda-beda contohnya:

1. *Fixed Asset* (aktiva tetap): aset yang tidak digunakan sepenuhnya dalam satu putaran produksi. Aset tetap merupakan investasi jangka panjang dari

perusahaan tersebut. Aktiva ini memiliki pembiayaan yang dilakukan dengan a) menggunakan modal internal karena modal internal memiliki jangka waktu yang tidak terbatas. b) menggunakan pinjaman jangka panjang dengan pembayaran kembali dalam bentuk angsuran yang teratur. Jenis pinjaman ini bersifat *Non-Revolving* dengan kata lain, aset ini harus dibiayai dengan dana jangka panjang.

2. *Permanent Current Asset* (Aktiva lancar permanen): sejumlah aktiva lancar yang harus dipertahankan agar operasi bisnis berjalan dengan lancar. Jika perusahaan tidak memiliki sumber daya internal untuk memenuhi kebutuhan ini, maka jenis pinjaman yang sesuai adalah pinjaman jangka panjang yang pembayarannya tidak dilakukan secara berkala. Dalam hal ini, jenis pinjaman yang tepat adalah pinjaman yang dapat diperpanjang secara berkelanjutan (*evergreen loan*). Selama bisnis masih beroperasi dan kebutuhan ini tidak dapat dipenuhi melalui sumber daya internal, maka pinjaman jenis ini akan terus diperlukan. Salah satu jenis pinjaman yang cocok adalah *demand loan* dana dapat digunakan secara berkelanjutan.

2.1.5 Ukuran Perusahaan

2.1.5.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Menurut (Felicia & Tanusdjaja, 2022) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan karena perusahaan lebih mudah dalam mencapai investasi agar meningkatkan kinerja perusahaan. Menurut (Ekadjaja, 2022) semakin besar perusahaan maka semakin baik teknologi dan sistem dalam perusahaan, serta kemudahan manajemen dalam menggunakan aktiva perusahaan yang dapat mendorong kinerja dalam suatu perusahaan.

Jadi, ukuran perusahaan ialah sistem dalam perusahaan yang berpengaruh signifikan pada kinerja perusahaan, dengan menggunakan aset perusahaan untuk mendapatkan investasi agar meningkatkan kinerja dalam suatu perusahaan.

2.1.5.2 Aktiva dalam Ukuran Perusahaan

Menurut (Pribadi, 2018) ukuran perusahaan diukur menggunakan *logaritma natural* total aset (Ln). *Logaritma (Ln)* digunakan untuk memperkecil perbedaan yang signifikan antara perusahaan besar dan ukuran perusahaan kecil, sehingga diambil *logaritma natural* total aset, bertujuan agar data total aset dapat dilihat berdistribusi normal. Aset dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

1. Aktiva lancar: aktiva yang masa perputarannya digunakan dalam jangka waktu yang relatif singkat dimana tidak lebih dari satu tahun seperti kas, investasi jangka pendek, piutang dagang, persediaan, pendapatan dan perlengkapan.
2. Aktiva tidak lancar: aktiva dengan siklus dan masa manfaat yang cukup lama atau lebih dari satu tahun. Aktiva tidak lancar terbagi menjadi tiga yaitu:
    a) Aktiva tetap: kekayaan yang dimiliki perusahaan secara permanen seperti : tanah, bangunan dan gedung, mesin, kendaraan, peralatan, dan inventaris. Aktiva tetap dicatat dalam neraca perusahaan dan umumnya dikurangi nilai penyusutan dari nilai aslinya selama umur manfaatnya.
    b) Aktiva tidak berwujud: kekayaan yang secara fisik tidak dapat disentuh, dilihat dan diukur seperti: hak paten, hak guna bangunan, hak kontrak, hak sewa, dan lainnya. Aktiva tidak berwujud diakui dalam neraca

perusahaan dan dapat mengalami amortisasi atau penurunan nilai seiring berjalannya waktu.

c) Investasi jangka panjang: aktiva ini meliputi seluruh investasi jangka panjang yang sekarang atau sebelumnya telah dilakukan oleh perusahaan. Contohnya perusahaan A berinvestasi di perusahaan B, maka nantinya perusahaan A harus mencatat aktivanya yang berupa investasi di dalam neraca.

2.1.5.3 Kategori dalam Ukuran Perusahaan

Menurut Badan Standarisasi Nasional terdapat 3 kategori ukuran perusahaan yaitu:

1. Perusahaan Kecil: Perusahaan yang dapat dikategorikan dalam kelompok perusahaan kecil jika memiliki kekayaan bersih antara Rp 50.000.000,- hingga Rp 500.000.000,- yang berarti hasil penjualan tahunannya berada dalam kisaran Rp 300.000.000,- hingga Rp 2.500.000.000,-
2. Perusahaan Menegah: Perusahaan yang dikategorikan dalam kelompok perusahaan menegah jika memiliki kekayaan bersih antara Rp 500.000.000,- hingga Rp 10.000.000.000,- yang berarti hasil penjualan tahunannya berada dalam kisaran Rp 2.500.000.000,- hingga Rp 50.000.000.000,-
3. Perusahaan Besar: perusahaan yang dikategorikan dalam kelompok perusahaan besar jika memiiki kekayaan bersih Rp 10.000.000.000,- yang berarti hasil penjualan tahunannya berada dalam kisaran Rp 50.000.000.000,-

2.1.5.4 Karakteristik Perusahaan

Menurut (Wati, 2019) Ukuran perusahaan merupakan faktor yang dipertimbangkan oleh investor saat melakukan investasi. Ukuran perusahaan menunjukkan perbedaan risiko usaha antara perusahaan besar dan kecil. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan total aktiva, total penjualan, rata-rata total aktiva, dan rata-rata tingkat penjualan. Umumnya, ukuran perusahaan dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori yaitu besar, menegah, dan kecil. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin baik teknologi dan sistem yang ada dalam perusahaan, serta semakin mudah bagi manajemen untuk menggunakan aset perusahaan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Ukuran perusahaan yang lebih besar juga mencerminkan kapasitas produksi yang lebih besar, yang dapat meningkatkan profitabilitas.

Ukuran perusahaan adalah satu variabel yang sering digunakan untuk menjelaskan variasi dalam pengungkapan informasi dalam laporan tahunan perusahaan. Penelitian empiris telah menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang diukur dengan total aktiva, secara konsisten dan secara statistik signifikan mempengaruhi pengungkapan informasi yang disebabkan oleh beberapa faktor seperti biaya informasi yang lebih rendah yang dimiliki oleh perusahaan besar dan kompleksitas serta basis pemilik yang lebih luas yang dimiliki oleh perusahaan besar dibandingkan dengan perusahaan kecil.

2.1.5.5 Pengukuran Ukuran Perusahaan

Menurut (Asnawi & Wijaya, 2018) Ukuran perusahaan merupakan variabel kontrol yang dipertimbangkan dalam banyak penelitian (makalah) keuangan. Hal

ini disebabkan dugaan banyaknya keputusan/hasil keuangan dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Secara umum biasanya size diproksi dengan total asset karena nilai total aset biasanya sangat besar dibandingkan variabel keuangan lainnya. Maka dengan maksud untuk mengurangi peluang heteroskedastis, variabel aset diperhaluskan menjadi Log (asset) atau Ln (asset). Adapun pengukuran pada ukuran perusahaan yaitu logaritma natural pada aset.

Ukuran perusahaan dapat dijelaskan sebagai suatu skala yang mencerminkan besarnya perusahaan berdasarkan kriteria-kriteria tertentu seperti total aset, penjualan, atau kekayaan bersih. Dengan demikian, ukuran perusahaan merupakan parameter penting yang dapat memberikan gambaran tentang besarnya suatu perusahaan berdasarkan berbagai aspek seperti keuangan, penjualan, dan aset.

2.2 Hubungan Antar Variabel

2.2.1 Hubungan Pertumbuhan Aset terhadap Kinerja Perusahaan

Menurut (Pattiselanno & Widiyati, 2023), pertumbuhan aset dalam suatu perusahaan memiliki dampak signifikan terhadap kinerja perusahaan, karena pertumbuhan aset dapat menilai sejauh mana perusahaan tersebut dapat beroperasi dalam sistem ekonomi secara keseluruhan. Investor melihat sisi positif pada perusahaan yang memiliki pertumbuhan aset karena perusahaan tersebut menunjukkan aspek keuntungan dan memiliki tingkat pengembalian yang tinggi. Dengan demikian, pertumbuhan aset dapat menilai sejauh mana perusahaan memiliki kemampuan dalam keseluruhan sistem ekonomi perusahaan.

Jika suatu aset perusahaan akan mengalami peningkatan atau pertumbuhan, perusahaan biasanya akan berusaha menjaga aset tersebut agar tidak mengalami penurunan di masa yang akan datang. Oleh karena itu, perusahaan memerlukan

kinerja perusahaan yang tinggi dalam meningkatkan suatu hasil kinerja perusahaan tersebut menurut (Rahman, 2020).

2.2.2 Hubungan Pertumbuhan Penjualan terhadap Kinerja Perusahaan

Pertumbuhan penjualan perusahaan menurut (Felicia & Tanusdjaja, 2022) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh yang positif signifikan terhadap kinerja perusahaan, karena tingginya pertumbuhan penjualan ditandai dengan pemberian positif dari pihak internal kepada investor.

Menurut (Puspita & Hermanto, 2023) Pertumbuhan penjualan memiliki hubungan terhadap kinerja perusahaan. Terdapat faktor pendorong utama dalam pertumbuhan penjualan yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Namun, peningkatan penjualan hanya akan terjadi jika perusahaan mampu mengelola operasionalnya dengan efisien. Terdapat penurunan dalam suatu profitabilitas perusahaan karena peningkatan aset yang mendukung operasional perusahaan dapat mengurangi profitabilitas perusahaan.

2.2.3 Hubungan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Perusahaan

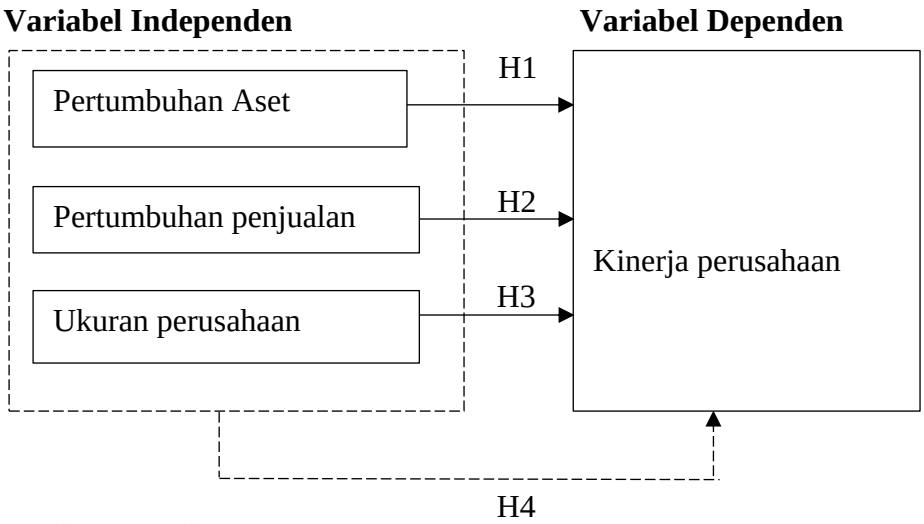
Menurut (Ekadjaja, 2022) ukuran perusahaan berhubungan dengan kinerja perusahaan, karena semakin besar ukuran perusahaan, semakin canggih teknologi dan sistem dalam suatu perusahaan yang dapat diterapkan, sehingga semakin mudah manajemen dalam mengukur nilai aset perusahaan yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Di dalam suatu perusahaan, ukuran perusahaan dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori yaitu ukuran perusahaan kecil, sedang, dan besar yang berdasarkan pada total aset perusahaan pada akhir tahun (Laurent & Salim, 2019).

2.2.4 Hubungan Pertumbuhan Aset, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Perusahaan.

Menurut (Pattiselanno & Widiyati, 2023) mengatakan pertumbuhan aset perusahaan memiliki keunggulan untuk mempertahankan posisi bisnis pada pembangunan industri dan ekonomi yang sedang berjalan. Perusahaan yang memiliki aset dipandang positif oleh investor karena perusahaan tersebut memiliki keuntungan dan dapat menetralkan pengembalian yang tinggi. Pertumbuhan penjualan yang meningkat dalam perusahaan, akan menilai kesuksesan dan perkembangan bisnis. Ini mencerminkan perusahaan berhasil dalam mengelola pemasaran, memenuhi kebutuhan pelanggan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran



Sumber : penulis, 2023

Keterangan :

→ **= Berpengaruh secara parsial**

- - - - → **= Berpengaruh secara simultan**

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang perlu dikaji kebenarannya, dikatakan karena dugaan yang dilakukan baru berdasarkan pada teori yang relevan belum berlandaskan fakta-fakta empiris yang didapat melalui pengumpulan data. Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Diduga Pertumbuhan Aset berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan.

H2: Diduga Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan.

H3: Diduga Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan.

H4: Diduga Pertumbuhan Aset, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan.

2.5 Penelitian Terdahulu

1. Berdasarkan penelitian dan pengujian yang dilakukan oleh (Ekadjaja, 2022) yang berjudul "Pengaruh *Leverage*, Likuiditas, *Growth*, dan Ukuran perusahan terhadap Kinerja Perusahaan". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *leverage*, likuiditas, pertumbuhan dan ukuran perusahaan terhadap kinerja perusahaan. Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan data sekunder yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia selama periode 2017-2019. Teknik pengambilan sampel penelitian pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Kriteria pemilihan

sampel penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017-2019. Dalam penelitiannya, peneliti menggunakan uji *white* untuk mendeteksi adanya gejala heteroskedastisitas. Hasil berdasarkan analisis dan penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan tidak seluruhnya dipengaruhi oleh *leverage*, *likuiditas*, pertumbuhan dan ukuran perusahaan dan mungkin terdapat variabel lain yang menjelaskan dan mempengaruhi kinerja perusahaan.

2. Menurut (Setiaputra, 2021) pada penelitian yang berjudul ”Pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan, *Tangibility*, dan Likuiditas terhadap Kinerja Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018 yang laporan keuangannya yang diperoleh dari www.idx.co.id. Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* serta menentukan kriteria-kriteria atas sampel yang dibutuhkan. Jenis penelitiannya menggunakan uji statistik deskriptif untuk menguji data sampel. Berdasarkan penelitiannya menunjukkan hasil bahwa variabel independen *leverage* memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan sedangkan variabel independen ukuran perusahaan, *tangibility*, dan likuiditas memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan.

3. Penelitian (Felicia & Tanusdjaja, 2022) yang berjudul “Pengaruh Manajemen Aset, Pertumbuhan Penjualan, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh manajemen aset, pertumbuhan penjualan, *leverage*,

dan ukuran perusahaan terhadap kinerja perusahaan. Jenis penelitiannya adalah penelitian kuantitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019. Pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling* pada industri manufaktur. Berdasarkan penelitiannya menunjukkan hasil bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan karena pertumbuhan penjualan yang tinggi disertai penambahan biaya yang dikeluarkan dan penambahan aktiva sehingga kurang optimal dalam meningkatkan keuntungan.

4. Penelitian (Liang *et al*., 2023) yang berjudul *"An Empirical Study on the asset-light operation and corporate performance of China's tourism listed companies"*. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan landasan pemahaman yang lebih konsisten, untuk mengadopsi teori kapabilitas dinamis, dan mengintegrasikan teori berbasis sumber daya serta teori kapabilitas inti untuk menciptakan kerangka teori. Penelitian ini secara empiris mengeksplorasi dampak dan mekanisme strategi *asset-light* terhadap kinerja perusahaan tersebut. Hasilnya ialah bahwa pendekatan *asset-light* lebih unggul daripada mode *asset-heavy* antara perusahaan pariwisata yang terdaftar. Kajian ini membahas lebih lanjut dampak operasi ringan aset pada BUMN, yang menyimpulkan bahwa relatif terhadap BUMN, operasi ringan aset pada BUMN dapat secara signifikan meningkatkan kinerja badan usaha pariwisata.

5. Penelitian (Inyiama *et al*., 2017) yang berjudul "*Evaluation of the Relationship between Assets Growth Rate and Financial Performance of Manufacturing Firms in Nigeria".* Penelitian ini bertujuan mengevaluasi korelasi antara pertumbuhan aset dan kinerja perusahaan manufaktur di Nigeria. Penelitian ini dianalisis menggunakan matriks korelasi *pearson product moment* dan regresi berganda untuk menguji dampak variabel independen pada variabel dependen. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan terdapat pertumbuhan aset tidak lancar perusahaan manufaktur di Nigeria berhubungan positif dan signifikan dengan laba setelah pajak perusahaan.

BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Menurut (Siyoto & Sodik, 2015) jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian deskriptif kuantitatif adalah metode yang memiliki tujuan mendeskripsikan suatu fenomena yang terjadi secara sistematis, akurat, dan faktual. Penelitian kuantitatif adalah salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya terstruktur, sistematif, dan terencana dengan jelas sejak awal hingga pembuatan penelitiannya.

Menurut (Jaya, 2020) penelitian kuantitatif ialah jenis penelitian yang menghasilkan beberapa analisis yang dapat diraih dengan menggunakan beberapa jenis statistik atau prosedur kuantitatif (pengukuran). Pendekatan kuantitatif lebih memfokuskan pada fenomena atau gejala yang mempunyai ciri-ciri tertentu dalam kehidupan manusia yang dapat dikatakan variabel.

Menurut (Darwin *et al*., 2021) metode penelitian yaitu aktivitas pemecahan masalah dan untuk menemukan hasil. Namun penelitian tersebut dapat dikategorikan sebagai penelitian ilmiah ataupun bukan ilmiah berdasarkan pada cara berpikir dan sistem metode yang digunakan dalam mendapatkan hasil penelitian.

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian asosiatif kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif kausal adalah suatu desain penelitian yang meneliti pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya. Penelitian ini akan menjelaskan hubungan mempengaruhi dan dipengaruhi dari

variabel yang diteliti. Pendekatan kuantitatif karena data yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel dinyatakan dengan angka. Data yang akan diolah didapat dari perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

3.2 Jenis Data

Sumber data dalam penelitian merupakan bagian terpenting yang menyangkut kualitas dari hasil penelitian. Oleh karena itu, sumber data menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan metode pengumpulan data. Dalam penyusunan penelitian ini, penulis menggunakan data sekunder yaitu data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada.

Menurut (Hermawan & Yusran, 2017) data sekunder ialah data yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain. Data sekunder tergolong ke dalam dua jenis yaitu data sekunder yang tersedia di lokasi penelitian disebut data sekunder internal, sedangkan data sekunder yang tersedia di luar lokasi penelitian atau data yang kumpulkan oleh lembaga eksternal disebut data sekunder eksternal. Adapun data sekunder yang diperlukan dan digunakan yang didapatkan dari data laporan keuangan seluruh perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang memiliki laporan keuangan tahunan dari tahun 2019-2022 yang sudah dipublikasi dalam situs resmi Bursa Efek Indonesia yaitu https://www.idx.co.id/.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yaitu aktivitas yang menggunakan prosedur sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Pada penelitian ini, Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode sebagai berikut:

1. Studi Pustaka

   Studi pustaka merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara mempelajari referensi dari berbagai sumber dan mengumpulkan bahan-bahan yang berikatan dengan masalah yang diteliti.

2. Dokumentasi

   Dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang tidak langsung kepada subjek penelitian, dokumen yang diteliti berbagai jenis yang tidak hanya dokumen resmi, catatan harian dan dokumen lainnya. Dalam penelitian ini digunakan metode literatur untuk memperoleh data laporan keuangan perusahaan otomotif di Bursa Efek Indonesia.

3. Riset Internet (*Online Research*)

   Data dikumpulkan dari website yang berkaitan dengan berbagai informasi yang diperlukan untuk penelitian.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2018) Populasi adalah keseluruhan suatu objek yang akan diukur yang mengacu pada suatu himpunan, kelompok, dan objek yang menjadi point penelitian. Populasi dalam penelitian ini yaitu perusahaan Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2022.

Tabel 3. 1
Populasi penelitian Perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022

No.	KODE SAHAM	NAMA PERUSAHAAN
1.	ASII	PT. Astra International Tbk
2.	AUTO	PT. Astra Otoparts Tbk
3.	MPMX	PT. Mitra Pinasthika Mustika Tbk
4.	IMAS	PT. Indomobil Sukses International Tbk

5.	GJTL	PT. Gajah Tunggal Tbk
6.	MASA	PT. Multistrada Arah Sarana Tbk
7.	GDYR	PT. Goodyear Indonesia Tbk
8.	INDS	PT. Indospring Tbk
9.	LPIN	PT. Multi Prima Sejahtera Tbk
10.	BRAM	PT. Indo Kordsa Tbk
11.	BOLT	PT. Garuda Metalindo Tbk
12.	CARS	PT. Bintraco Dharma Tbk
13.	NIPS	PT. Nipress Tbk
14.	PRAS	PT. Prima Alloy Steel Tbk
15.	SMSM	PT. Selamat Sempurna Tbk
16.	HOPE	PT. Harapan Duta Pertiwi Tbk

Sumber : www.idx.co.id

3.4.2 Sampel

Menurut (Roflin *et al*., 2021) sampel merupakan bagian dari populasi. Sampel memiliki dua pengertian yaitu, setiap unit populasi harus memiliki peluang untuk diambil sebagai sampel, dan sampel harus dapat mensubstitusikan populasinya atau mencerminkan populasinya. Oleh karena itu, penting untuk diingat bahwa hasil penelitian berdasarkan sampel dapat digeneralisasikan ke populasi hanya jika sampel tersebut dipilih secara benar dan mewakili populasi dengan baik. Teknik yang dilakukan untuk penentuan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan tujuan tertentu. Adapun kriteria pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Perusahaan otomotif yang menerbitkan laporan keuangan yang menggunakan satuan rupiah.
3. Perusahaan otomotif yang menerbitkan laporan keuangan dan memiliki data yang dibutuhkan dalam penelitian selama tahun 2019-2022.

Tabel 3. 2
Kriteria Pengambilan Sampel

No.	Kriteria Sampel	Jumlah
1.	Perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.	16
2.	Perusahaan otomotif yang menerbitkan laporan keuangan yang menggunakan satuan rupiah	16
3.	Perusahaan otomotif yang menerbitkan laporan keuangan dan memiliki data yang dibutuhkan dalam penelitian selama tahun 2019-2022	14
	Jumlah sampel yang memenuhi kriteria	14
	Jumlah laporan keuangan yang diteliti (14 x 4 tahun)	56

Sumber : Data yang diolah (2023)

Setelah di seleksi sesuai dengan kriteria yang telah diajukan, perusahaan otomotif yang memenuhi syarat sampel adalah sebanyak 14 perusahaan. Berikut adalah nama-nama perusahaan yang memenuhi kriteria untuk dijadikan sampel penelitian:

Tabel 3. 3
Sampel Penelitian

No.	Kode Saham	Nama perusahaan
1	ASII	PT. Astra International Tbk
2	AUTO	PT. Astra Otoparts Tbk
3	MPMX	PT. Mitra Pinasthika Mustika Tbk
4	IMAS	PT. Indomobil Sukses International Tbk
5	GJTL	PT. Gajah Tunggal Tbk
6	MASA	PT. Multistrada Ara Sarana Tbk
7	GDYR	PT. Goodyear Indonesia Tbk
8	INDS	PT. Indospring Tbk
9	LPIN	PT. Multi Prima Sejahtera Tbk
10	BRAM	PT. Indo Kordsa Tbk
11	BOLT	PT. Garuda Metalindo Tbk
12	PRAS	PT. Prima Alloy Steel Tbk
13	SMSM	PT. Selamat Sempurna Tbk
14.	CARS	PT. Bintraco Dharma Tbk

Sumber : Data yang diolah (2023)

3.5 Definisi Operasional Variabel

3.5.1 Variabel Dependen

Menurut (Sugiyono, 2022), variabel dependen sering disebut juga dengan variabel terikat karena variabel tersebut dipengaruhi oleh beberapa variabel bebas. Variabel pada penelitian kali ini adalah kinerja perusahaan.

3.5.2 Variabel Independen

Variabel independen sering disebut variabel bebas karena variabel tersebut dapat mempengaruhi atau menjadi sebab atas perubahannya dari timbulnya variabel dependen atau terikat (Sugiyono, 2022). Variabel independen yang digunakan pada penelitian ini adalah Pertumbuhan Aset, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan.

Tabel 3. 4
Daftar Operasional Variabel

No	Definisi Operasional Variabel			
	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Kinerja Perusahaan (Y)	Mengukur tingkat keberhasilan aktivitas bisnis yang berdasarkan pada standar dan kriteria yang telah dipastikan sehingga penyimpangan yang terjadi dapat dieliminasi melalui proses perbaikan. (Ekadjaja, 2022)	ROA = Laba bersih setelah pajak x 100% / Total Aset (Ekadjaja, 2022)	Rasio

2.	Pertumbuhan Aset (X1)	Keunggulan perusahaan dalam mempertahankan kedudukan bisnis pada pembangunan industri dan ekonomi perusahaan yang sedang berjalan. (Muhamad & Ardini, 2021)	Pertumbuhan Aset = $\frac{\text{Total Aset}_{t} - \text{TotalAset}_{t-1}}{\text{Total Aset}_{t-1}} \times 100\%$ (Muhamad & Ardini, 2021)	Rasio
3.	Pertumbuhan Penjualan (X2)	*Growth* adalah pengukuran berkembangnya penjualan dalam suatu produk pada perusahaan dalam suatu periode (Prakasiwi *et al*., 2019)	Pertumbuhan Penjualan = $\frac{\text{Penjualan}_{t} - \text{Penjualan}_{t-1}}{\text{Penjualan}_{t-1}} \times 100\%$ (Prakasiwi *et al*., 2019)	Rasio
4.	Ukuran Perusahaan (X3)	ukuran perusahaan dapat berpengaruh kinerja perusahaan karena perusahaan lebih mudah dalam mencapai investasi (Ekadjaja, 2022)	Size = Ln (Total Aset) (Ekadjaja, 2022)	Rasio

Sumber: Data yang diolah (2023)

3.6 Teknik Pengolahan Data

Data penelitian ini merupakan data panel, yang memiliki arti data yang bersifat *cross section* dan *time series*, sehingga terdiri dari beberapa objek dan meliputi beberapa periode. *Cross section* adalah data yang meliputi beberapa objek pada suatu saat, sedangkan *time series* adalah data suatu objek yang terdiri atas beberapa periode. Alat analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu program komputer *Econometric Views*. *EViews* adalah program *computer* yang digunakan untuk mengolah data ekonometrika dan data statistika. Dengan menggunakan *EViews* dinilai lebih baik dalam mengerjakan analisis *statistic* jenis data panel.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif

Pada penelitian ini metode analisis yang digunakan yaitu statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang dipakai dalam menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang sudah dikumpulkan tanpa bertujuan memberikan kesimpulan untuk umum (Muhamad & Ardini, 2021). Tujuannya untuk mendeskripsikan sekumpulan data atau mendapatkan gambaran dari hasil pengamatan sehingga mudah dibaca, dipahami, dan digunakan sebagai informasi. Dalam penelitian ini statistik deskriptif dapat dilihat dari perhitungan nilai *mean*, nilai maksimum atau nilai minimum, dan standar deviasi.

3.7.2 Estimasi Model Regresi Data Panel

Metode yang akan digunakan dalam menentukan Teknik estimasi model regresi berganda pada data panel ada tiga metode, yaitu metode *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM) dan *Random Effect Model* (REM):

3.7.2.1 *Common Effect Model (CEM)*

Menurut Widarjono dalam (Suhendra, 2021), *Common Effect* yaitu teknik yang paling sederhana dengan menyatukan semua data *time series* dengan *cross section* terlebih dahulu lalu dilakukan estimasi model memakai OLS (*Ordinary Least Square).* Metode (OLS) mempunyai beberapa asumsi:

1. Asumsi Independensi, mengacu pada tidak bergantungan antara observasi atau data, dimana dapat dilihat suatu hasil pengamatan pada satu observasi tidak dipengaruhi oleh hasil pengamatan pada obsrevasi lainnya.
2. Asumsi Linearitas, yaitu lebih menghubungkan antara variabel-variabel independen dan dependen.
3. Asumsi Homoskedastisitas, yaitu kesalahan antara nilai aktual variabel dependen dan nilai yang akan di prediksi oleh model regresi.

Jika asumsi diatas tidak terpenuhi maka hasil regresi OLS dapat menjadi tidak valid.

3.7.2.2 *Fixed Effect Model* (FEM)

Menurut Widarjono dalam (Suhendra, 2021), *Fixed Effect* yaitu model yang memperkirakan terdapat variabel yang tidak semuanya termasuk dalam persamaan model dan memungkinkan terdapat intersep yang tidak konstan, bisa berubah di setiap perusahaan dan waktu. Metode ini menggunakan teknik yang mengestimasi data panel dengan memakai variabel *dummy.*

3.7.2.3 *Random Effect Model (REM)*

Random Effect digunakan untuk mengatasi kelemahan metode *fixed effect* yang menggunakan variabel *dummy,* sehingga mengalami ketidakpastian. Jika di *fixed effect* memakai intersep, pada *random effect* menggunakan *error* yang

memungkinkan berkorelasi sepanjang *time series* dan *cross section* (Suhendra, 2021).

3.7.3 Uji Pemilihan Model Terbaik

3.7.3.1 Uji *Chow*

Menurut (Pattiselanno & Widiyati, 2023) uji *Chow* yaitu uji yang dibuat untuk menguji antara *common effect model (CEM)* dan *fixed effect model (FEM)* mana yang paling akurat untuk mengestimasi data panel. Hipotesis uji *chow* yaitu:

H^o*: Common Effect Model*

H^a*: Fixed Effect Model*

Pedoman yang akan dipakai untuk pengambilan kesimpulan uji *chow* yaitu sebagai berikut:

1. Jika nilai *Cross-Section* $\geq$ 0,05 artinya *H0* diterima, maka model yang dipakai yaitu model *common effect.*
2. Jika nilai *Cross-Section* < 0,05 artinya *H0* ditolak (*Ha* diterima), maka model yang dipakai yaitu model *fixed effect.*

3.7.3.2 Uji *Hausman*

Menurut (Pattiselanno & Widiyati, 2023) uji *Hausman* yaitu uji yang dibuat untuk menguji antara *random effect model (REM)* dan *fixed effect model (FEM)* mana yang tepat untuk digunakan. Hipotesis uji *hausman* yaitu:

H0: *Random Effect Model*

H1: *Fixed Effect Model*

Pedoman yang akan dipakai untuk pengambilan kesimpulan yang terdapat pada uji *hausman* yaitu sebagai berikut:

1. Jika nilai *Cross-Section Chi-Square* $\geq$ 0,05 artinya *H0* diterima, maka model yang dipakai yaitu model *random effect.*
2. Jika nilai *Cross-Section Chi-Square* $\leq$ 0,05 artinya *H0* ditolak, maka model yang dipakai yaitu model *fixed effect.*

3.7.3.3 Uji Langrange Multiplier

Menurut (Pattiselanno & Widiyati, 2023) uji *Lagrange Multiplier* yaitu uji yang dibuat untuk menguji antara *common effect model* dan *random effect model* mana yang tepat untuk digunakan. Hipotesis uji *langrange multiplier* yaitu:

1. Jika nilai statistik LM $\leq$ nilai probabilitas Breusch-Pagan artinya *H0* ditolak, maka model yang dipakai yaitu model *random effect.*
2. Jika nilai statistik LM $\geq$ nilai probabilitas Breusch-Pagan artinya *H0* diterima, maka model yang dipakai yaitu model *common effect.*

3.7.4 Uji Asumsi Klasik

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada analisis regresi berganda maka didalam penelitian dilakukan pengujian asumsi klasik agar hasil yang diperoleh oleh peneliti tidak bias. Sebelum melakukan pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian perlu dilakukan penguji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedasitas, dan uji autokorelasi.

3.7.4.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas data merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya di bawah kurva normal atau tidak. Uji asumsi ini akan menguji data variabel bebas dan data variabel terikat pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal.

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel bebas, dan variabel terikat terdistribusi normal (Mardiatmoko, 2020). Pada uji normalitas disini menggunakan *E-Views* v12.

Hipotesis:

H_0= sampel berdistribusi normal jika probabilitas > 0,05.

H_1= Sampel berdistribusi tidak normal jika probabilitas < 0,05.

Kaidah keputusan uji normalitas metode probabilitas *Jarque-Bera*:

a. Apabila nilai probabilitas *Jarque-Bera* > dari taraf signifikansi (α) 0,05 maka H0 diterima.

b. Apabila nilai probabilitas *Jarque-Bera* < dari taraf signifikansi (α) 0,05 maka H0 ditolak.

3.7.4.2 Uji Multikolinieritas

Menurut (Laurent & Salim, 2019) uji multikolinieritas adalah analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas, di mana akan diukur tingkat asosiasi (keeratan) hubungan/pengaruh antarvariabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi. Pada penelitian ini untuk melihat ada tidaknya multikolinieritas dilihat dengan mengamati nilai *correlation.* Hal tersebut dapat dilihat dari *correlation* sebagai berikut:

Jika nilai *correlation* > 0,8 maka terdapat masalah multikolinieritas.

Jika nilai *correlation* < 0,8 maka tidak terdapat masalah multikolonieritas.

3.7.4.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan korelasi antara anggota observasi yang disusun menurut waktu dan tempat. Regresi yang baik regresi yang tidak memiliki masalah

autokorelasi. Masalah autokorelasi baru timbul jika ada korelasi secara linier antara kesalahan pengganggu periode t (berada) dan kesalahan pengganggu periode t-1 (sebelumnya) (Laurent & Salim, 2019).

Model regresi yang baik adalah autokorelasi yang bebas dan untuk mengidentifikasi adanya autokorelasi dalam suatu model regresi yaitu uji *Durbin Watson* (DW) atau menguji suatu keberadaan otonom dari kesalahan (residual) dalam model regresi. Berikut adalah kriteria uji *Durbin Watson* sebagai berikut:

Tabel 3. 5
Kriteria Pengambilan Keputusan Uji *Durbin-Watson*

Hipotesis Nol (H_0)	**Keputusan**	**Jika**
Tidak ada autokorelasi positif	H_0 ditolak	$0 < d < d_L$
Tidak ada autokorelasi positif	Tidak ada keputusan	$d_L \leq d \leq du$
Tidak ada autokorelasi negatif	H_0 ditolak	$4 – d_L < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negatif	Tidak ada keputusan	$4\text{-}d_u \leq d \leq 4 – d_L$
Tidak ada autokorelasi positif dan negatif	H_0 tidak ditolak atau diterima	$d_u < d < 4 - d_u$

Sumber: (Fadli, 2021)

Keterangan:
d : *durbin-watson* (DW)
d_u : *durbin-watson upper* (batas atas DW)
d_L : *durbin-watson lower* (batas bawah DW)

3.7.4.4 Uji Heterokedastisitas

Menurut (Ghozali, 2018) Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut dengan heteroskedastisitas. Model regresi yang bak adalah model yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.7.5 Analisis Regresi Berganda

Menurut (Muhamad & Ardini, 2021) analisis regresi adalah sebuah pendekatan yang digunakan untuk mendefinisikan hubungan matematis, membangun persamaan serta membuat ramalan, atau untuk memprediksi nilai *output* (Y) berdasarkan *input* (X). Teknik analisis regresi pada penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Pada penelitian ini terdapat tiga variabel independen yaitu pertumbuhan aset, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan serta variabel dependen yaitu kinerja perusahaan. Persamaan regresi berganda pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$Yit = \alpha + \beta^1 X^1 it + \beta^2 X^2 it + \beta^3 X^3 it + \varepsilon it$$

Keterangan :

α = Konstanta

β = β^1, β^2, β^3 = Koefisien Regresi

X^1 = Pertumbuhan Aset

X^2 = Pertumbuhan Penjualan

X^3 = Ukuran Perusahaan

i = Data *Cross Section*

t = Data *Time Series*

ε = *Eror*

3.7.6 Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada dasarnya merupakan suatu proposi atau tanggapan yang sering digunakan sebagai dasar pembuatan keputusan atau solusi persoalan dan juga untuk dasar penelitian lebih lanjut. Hipotesis dirumuskan dengan harapan akan

ditolak, membawa penggunaan istilah hipotesis nihil (Ho), yang mengakibatkan penerimaan suatu hipotesis alternatif (Ha, H1 atau Hi).

3.7.6.1 Uji T (Parsial)

Menurut (Puspita & Hermanto, 2023) uji statistik t digunakan untuk pengujian hipotesis pengaruh variabel pertumbuhan aset, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan secara individu terhadap variabel kinerja perusahaan. Dengan hipotesis dalam uji t yaitu:

Ho diterima dan Ha ditolak, jika probabilitas signifikansi > 0,05.

Ho ditolak dan Ha diterima, jika probabilitas signifikansi < 0,05.

3.7.6.2 Uji F (Simultan)

Menurut (Puspita & Hermanto, 2023) uji statistik F adalah pengujian hipotesis semua variabel pertumbuhan aset, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan yang dimasukkan dalam model berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel kinerja perusahaan dan juga untuk menentukan model kelayakan model regresi. Maka yang menjadi dasar dalam pengambilan pengujian ini adalah dengan cara menggunakan angka probabilitas signifikan, yaitu sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan kurang dari atau sama dengan 0,05 maka semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan lebih dari atau sama dengan 0,05 maka semua variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.7.6.3 Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Pengujian koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan model untuk menjelaskan hubungan antar variabel independen dan variabel

dependen. Nilai *Adjusted R-Square* adalah nilai koefisien determinasinya berada diantara nol dan satu ($0 \leq 1$). Apabila nilai R^2 yang kecil maka dapat diartikan kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi pada variabel dependen sangat terbatas. Apabila nilai mendekati 1 maka dapat diartikan bahwa hubungan semakin kuat dalam memprediksi variabel dependen (Puspita & Hermanto, 2023).

DAFTAR PUSTAKA

Asnawi, S. K., & Wijaya, C. (2018). Riset Keuangan: Pengujian-Pengujian Empiris.

Darwin, M., Mamondol, M., Reynelda, Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I. M. D. M., Prasetiyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A. (2017). Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif. Media Sains Indonesia, August, 111.

Fadli, R. (2021). Manajemen Sumber Daya Manusia Di Dalam Perusahaan.

Felicia, & Tanusdjaja, H. (2022). Felicia* dan Tanusdjaja: Pengaruh Manajemen Aset, Pertumbuhan... IV(2), 877–886.

Ghozali, I. (2018). Regresi, Aplikasi Analisis Multivariatuve Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hermawan, A., & Yusran, H. leila. (2017). Penelitian bisnis pendekatan kuantitatif (Suwarto (ed.); 1st ed.).

Hoetoro, A. (2017). Ekonomika Industri Kecil (T. U. Press (ed.); 1st ed.).

Inyiama, O. I., Oluchukwu, R., & Nnenna, C. V. (2017). Evaluasi Hubungan Tingkat Pertumbuhan Aset dan Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur di Nigeria. 5, 63–73.

Jaya, i laut mertha. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.

Kemenperin RI. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Industri Otomotif. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 1–35.

Laurent, & Salim, S. (2019). Pengaruh Corporate Governance Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan Di BEI. Jurnal Paradigma Akuntansi, 1(2), 133. https://doi.org/10.24912

Liang, S., Yu, R., Liu, Z., Wang, W., Wu, L., & Hu, X. (2023). *An empirical study on the asset-light operation and corporate performance of China's tourism listed companies*. *Heliyon*, *9*(2), e13391. https://doi.org/10.1016

Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan, 14(3), 333–342. https://doi.org/10.30598

Miguna, A., & Amanda, A. R. (2020). Pengantar Manajemen Pemasaran (1st ed.).

Muhamad, I., & Ardini, L. (2021). Pengaruh GCG, Kebijakan Dividen, FCF, Leverage, Dan Pertumbuhan Aset Terhadap Kinerja Perusahaan. Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi, 10(6), 1–22.

Noor, A. I., & Srimindarti, C. (2022). Dampak Implementasi CSR dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sektor Infrastruktur. 5,

88–102. https://doi.org/10.21043

Pattiselanno, V. W., & Widiyati, D. (2023). Pengaruh Intellectual Capital, Kebijakan Dividen, dan Pertumbuhan Aset terhadap Kinerja Perusahaan dengan Komite Audit sebagai Variabel Moderasi. Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia, 6(2), 67–82. https://doi.org/10.31629

Prakasiwi, A. E., Sukesti, F., & Sinarasri, A. (2019). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan , Pertumbuhan Penjualan , Laba Bersih dan Rasio Hutang terhadap Kinerja Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Dibursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018. Prosiding Mahasiswa Seminar Nasional Unimus, 2(0), 506–516.

Pribadi. (2018). Pengaruh struktur aset, ukuran perusahaan, likuiditas, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dagang besar yang terdaftar di perusahaan Bursa Efek Indonesia. *Progres Conference*.

Purwanti, A. (2023). Akuntansi Manajemen (1st ed.). Penerbit Salemba Empat.

Puspita, D., & Hermanto, H. (2023). Pengaruh Modal Kerja, Total Aset, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Kinerja Perusahaan dengan Dimoderasi Kebijakan Hutang. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, *7*(1), 451. https://doi.org/10.33087

Rahman, M. A. (2020). Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan Aset Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Jakarta Islamic Index (JII). Akurasi : Jurnal Studi Akuntansi Dan Keuangan, 3(1), 55–68. https://doi.org/10.29303

Roflin, E., Liberty, I. A., & Pariyana. (2021). Populasi, sampel, variabel dalam penelitian kedokteran (Moh. Nasrudin (ed.); 1st ed.).

Sagala, T., & Nurmala, P. (2021). Pengaruh Komite Audit, Struktur Modal, Dan Pertumbuhan Aset Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI Tahun 2016-2020). Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora, 7(2), 103–108. https://doi.org/10.29303

Setiaputra, N. (2021). Pengaruh *Leverage* , Ukuran Perusahaan , *Tangibility* , Dan Likuiditas Terhadap Kinerja Perusahaan. III(3), 984–992.

Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian (Ayup (ed.); 1st ed.).

Sobirin, A. (2014). Konsep Dasar Kinerja dan Manajemen Kinerja (1st ed.).

Soemohadiwidjojo, A. (2017). KPI *Key Performance Indicator* untuk perusahaan industri (Andriansyah (ed.); 1st ed.).

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif (M. P. setiyawami,S.H. (ed.)).

Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (2nd ed.).

Suhendra, I. (2021). Dimensi Modal Manusia, Pertumbuhan ekonomi, dan

ketimpangan pendapatan : sebuah potret dari indonesia. Media Sains Indonesia.

Tjiptono, F. (2019). Akuntansi Keuangan teori dan praktik (F. Tjiptono (ed.)).

Vernetta, & Ekadjaja, A. (2022). Pengaruh *Leverage*, Likuiditas, *Growth*, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan. Jurnal Paradigma Akuntansi, 4(1), 21. https://doi.org/10.24912

Wahyuni, S., & Khoirudin, R. (2020). Pengantar Manajemen Aset (1st ed.).

Wati, L. N. (2019). *Model Corporate social responsibility (CSR)* (C. Momon, S.E. Ak., M.Ak., CA. (ed.); 1st ed.). Myra Publisher.

Widyatuti, M. (2017). Analisa Kritis Laporan Keuangan.

Wijaya, H., & Gunawan, J. (2020). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan Mnufaktur. Jurnal Paradigma Akuntansi, *2*(4), 1718. https://doi.org/10.24912

Yuniastuti, R. M. (2019). Analisis Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Kinerja Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. GEMA : Jurnal Gentiaras Manajemen Dan Akuntansi, *11*(2), 148–157. https://doi.org/10.47768

CURRICULUM VITAE

A. Data Pribadi

Nama Lengkap	: Reinhard Nicholas Sipayung
Tempat Tanggal Lahir	: Tanjungpinang, 08 Maret 2002
Jenis Kelamin	: Laki-Laki
Alamat	: Jl. Pengibu No. 18 PERUMNAS SEIJANG
Usia	: 21 Tahun
Agama	: Kristen Protestan
Nomor *Handphone*	: 0813-6423-7104
Email	: nikolasipay@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal		
Jenjang	**Institusi**	**Tahun (Masuk-Lulus)**
SD	SD SWASTA SION 017 Tanjungpinang Barat	2008-2014
SMP	SMP Negeri 1 Tanjungpinang	2014-2017
SMA	SMA Negeri 2 Tanjungpinang	2017-2019
SMA	SMA Negeri 3 Tanjungpinang	2019-2020
S1	STIE Pembangunan Tanjungpinang Program Studi Akuntansi	2020-2024