

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan dicetus oleh Jensen & Meckling (1976) merupakan teori yang mengungkapkan hubungan antara pemilik perusahaan (*principal*) dengan pihak manajemen (*agent*). Menurut Jensen & Meckling (1976) berpendapat bahwasanya teori agensi menjelaskan adanya konflik yang timbul antara pemilik dan manajemen Perusahaan. Konflik inilah yang disebut dengan masalah agensi atau *agency problem*.

Pada penelitian ini pihak *principal* adalah investor atau pemegang saham, sedangkan pihak agen adalah manajemen perusahaan yang bekerja diperusahaan tersebut. Konflik keagenan terjadi karena perbedaan keinginan yang timbul antara pemilik dan manajer perusahaan, dimana pihak manajer melakukan tindakan yang tidak sesuai dengan keinginan atau kepentingan *principal* (Yusmir & Mulyani, 2024). Selain itu konflik juga terjadi karena adanya asimetri informasi dimana manajer memiliki lebih banyak informasi tentang perusahaan mereka dan mengetahuinya lebih cepat daripada orang lain. Sehingga situasi seperti ini, manajer dapat menggunakan pengetahuan mereka untuk mengubah laporan keuangan. (Yamin & Ramadhani, 2024).

Teori keagenan tentunya berkaitan dengan profitabilitas suatu perusahaan, dalam menjalankan kegiatannya seorang manajer perusahaan tentunya lebih banyak mendapatkan informasi dibanding dengan pihak *principal* atau bias akita sebut pemilik perusahaan. Dengan hal ini membuat manajemen perusahaan bisa menggunakan kemampuannya untuk menguntungkan mereka salah satu contohnya adalah laba. Laba yang diperoleh manajemen menandakan bahwa perusahaan tersebut dinilai baik karena mampu menghasilkan laba. Namun terkadang manajemen membuat laporan keuangan yang tidak menunjukkan keadaan yang sebenarnya, mereka dengan mudahnya membuat laba menjadi kecil dengan cara

membesarkan biaya-biaya operasional, sehingga hal ini akan menyesatkan pemegang saham mengenai kinerja keuangan atas saham yang di miliknya diperusahaan tersebut. Ketidakseimbangan informasi yang didapatkan dari pemilik (*principal*) dan manajemen (*agent*) dapat menimbulkan asimetri informasi.

Pengungkapan Laporan Keberlanjutan yang dilakukan perusahaan tentunya akan berdampak pada informasi keuangan perusahaan. Hal ini dikarenakan semakin banyak item laporan keberlanjutan diungkapkan maka akan membuat manajemen mendapatkan informasi yang akan menguntungkan mereka. *Sales Growth* atau biasa disebut dengan pertumbuhan penjualan dapat mempengaruhi dapat mempengaruhi laba perusahaan yang terletak pada laporan keuangan yang dibuat oleh manajemen. Pertumbuhan penjualan yang baik akan mempengaruhi nilai profitabilitas perusahaan.

2.2 Profitabilitas

2.2.1 Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan (*profit*) dalam suatu periode tertentu. Aziziah *et al.*, (2023) menjelaskan profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui sumber-sumber yang dimiliki perusahaan seperti asset, modal, atau penjualan. Keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba secara konsisten tidak hanya menunjukkan efisiensi operasional perusahaan tetapi juga menjadi tolok ukur keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki. Profitabilitas dapat dianalisis menggunakan rasio profitabilitas. Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat efektivitas manajemen perusahaan berdasarkan hasil perolehan dari penjualan dan investasi yang dikembalikan. Rasio ini mencerminkan proporsi keuntungan bersih setelah pajak dengan total aktiva seluruhnya Ningsih *et al.*, (2024).

Semakin tinggi profitabilitas dalam perusahaan, maka semakin baik kondisi keuangan perusahaan karena menunjukkan efisiensi dalam mengelola sumber daya, aset, dan modal. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi memiliki kemampuan

untuk membayar utang, mendanai ekspansi, dan memberikan dividen lebih besar kepada pemegang saham. Selain itu, profitabilitas yang tinggi juga meningkatkan daya tarik perusahaan bagi investor dan kreditur, memperkuat reputasi, dan memberikan stabilitas dalam menghadapi risiko keuangan. Dengan demikian, profitabilitas yang tinggi mencerminkan kinerja yang solid dan meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan (Nisaih & Prijanto (2023).

2.2.2 Tujuan Profitabilitas

Tujuan profitabilitas adalah memastikan bahwa perusahaan bisa menghasilkan keuntungan yang cukup untuk menjalankan bisnisnya dengan baik, bertahan dalam persaingan, dan memberikan manfaat kepada semua pihak yang terlibat. Berdasarkan pendapat Kasmir (2019:197), rasio profitabilitas digunakan untuk berbagai tujuan, baik oleh perusahaan sendiri maupun oleh pihak luar seperti investor, kreditur, dan analis keuangan. Berikut penjelasan detail untuk setiap tujuan yang disebutkan menurut Kasmir (2019:197).

1. Menghitung Laba yang Diperoleh Perusahaan dalam Satu Periode Tertentu
Artinya rasio profitabilitas membantu perusahaan untuk mengetahui seberapa besar keuntungan yang dihasilkan dalam periode tertentu (misalnya satu bulan, satu kuartal, atau satu tahun).
2. Menilai Posisi Laba Perusahaan Tahun Sebelumnya dengan Tahun Sekarang
Menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang berarti membandingkan laba yang diperoleh perusahaan pada periode saat ini dengan laba yang dihasilkan pada periode sebelumnya (misalnya, tahun lalu). Tujuan ini bertujuan untuk memahami kinerja keuangan perusahaan dari waktu ke waktu dan mengevaluasi apakah ada peningkatan, penurunan, atau stabilitas laba.
3. Menilai Perkembangan Laba dari Waktu ke Waktu
Artinya rasio profitabilitas dapat digunakan untuk melihat dan menganalisis bagaimana laba perusahaan berkembang atau berubah seiring berjalannya waktu. Ini penting untuk mengevaluasi sejauh mana perusahaan mampu

mempertahankan atau meningkatkan kemampuannya dalam menghasilkan keuntungan

4. Menilai Besarnya Laba Bersih Sesudah Pajak dengan Modal Sendiri

Profitabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana perusahaan berhasil menghasilkan laba bersih (setelah pajak) dengan menggunakan modal yang berasal dari pemilik atau pemegang saham (modal sendiri). Ini memberikan gambaran tentang efisiensi penggunaan modal perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.

5. Mengukur Produktivitas dari Modal Sendiri

Tujuan ini berfokus pada bagaimana perusahaan menggunakan modal yang berasal dari pemilik atau pemegang saham untuk menghasilkan keuntungan.

2.2.3 Manfaat Profitabilitas

Profitabilitas berperan penting bagi suatu perusahaan. Djaya & Firdausy (2023) mengungkapkan bahwa profitabilitas sangat diperlukan oleh perusahaan guna mengetahui seberapa efektif kinerja yang dilakukan suatu perusahaan. Di bawah ini merupakan beberapa manfaat dari profitabilitas yaitu :

1. Menunjukkan Kesehatan Keuangan Perusahaan

Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas bisnisnya. Jika perusahaan mampu menghasilkan laba yang tinggi dari aktivitas bisnisnya, maka dapat menjadi indikator utama bahwa perusahaan memiliki kesehatan keuangan jangka panjang.

2. Menjadi Daya Tarik bagi Investor dan Kreditur

Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi cenderung lebih menarik bagi investor dan kreditur. Investor cenderung memilih perusahaan yang menghasilkan laba secara konsisten karena dengan laba yang tinggi menunjukkan bahwa terdapat potensi bagi investor untuk memperoleh dividen. Sementara kreditur akan menilai tingginya profitabilitas dalam perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan dalam memenuhi kewajiban beserta bunga.

3. Meningkatkan Citra Perusahaan

Profitabilitas tinggi dalam perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan karena menunjukkan bahwa perusahaan memiliki keuangan yang sehat serta memiliki kemampuan dalam menghasilkan laba secara konsisten dan efisien, sehingga dapat menarik minat para investor dan kreditur yang dapat meningkatkan citra positif perusahaan.

4. Mendukung Stabilitas Operasional

Profitabilitas tinggi memastikan bahwa perusahaan memiliki arus kas yang cukup untuk menutupi pengeluaran operasional seperti gaji karyawan, biaya produksi, sewa, dan utilitas. Dengan laba yang tinggi, perusahaan dapat membiayai kegiatan operasional dari pendapatan sendiri tanpa harus bergantung pada pembiayaan eksternal, sehingga mengurangi risiko keuangan.

5. Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder*

Profitabilitas yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan *stakeholder* karena mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam mengelola bisnis secara efisien dan menguntungkan. *Stakeholder* cenderung menilai profitabilitas sebagai tanda kestabilan, keberlanjutan, dan potensi pertumbuhan perusahaan.

2.2.4 Indikator Pengukuran Profitabilitas

Beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas yaitu *Return On Assets (ROA)*, *Return On Equity (ROE)*, *Gross Profit Margin (GPM)*, *Curent Ratio (CR)* dan *Net Profit Margin (NPM)* (A. agung ananda Satwika, 2023).

1. *Return On Asset (ROA)*

Return on asset (ROA) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa efisien perusahaan dalam menggunakan aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba. Semakin tinggi nilai ROA, semakin baik perusahaan dalam memanfaatkan aset untuk mendapatkan keuntungan. ROA dihitung dengan membandingkan antara laba bersih dengan total aset perusahaan (Puspita & Jasman, 2022).

2. *Return On Equity (ROE)*

Return on Equity (ROE) merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan sebuah perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan modal tertentu. Rasio ini penting karena membantu pemegang saham untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi perusahaan dalam pengelolaan modal dari para pemegang saham untuk menghasilkan keuntungan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efisien perusahaan dalam menggunakan modal dari pemegang saham untuk memperoleh laba. ROE dihitung dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan total modal perusahaan (Lase *et al.*, 2022).

3. *Gross Profit Margin (GPM)*

Gross Profit Margin adalah rasio yang mengukur persentase laba kotor perusahaan terhadap pendapatan penjualannya. Rasio ini menunjukkan seberapa efektif perusahaan dalam menghasilkan laba setelah mengurangi biaya langsung yang terkait dengan produksi barang atau layanan yang dijual, seperti biaya barang yang terjual. Semakin tinggi GPM menunjukkan bahwa perusahaan memiliki lebih banyak keuntungan setelah membayar biaya produksi. GPM dihitung dengan membandingkan laba kotor perusahaan dengan total penjualan periode tertentu (Jimasika *et al.*, 2023).

4. *Current Ratio (CR)*

Current Ratio (CR) merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang jatuh tempo dalam waktu dekat. Semakin tinggi nilai CR, semakin baik pula perusahaan dalam membayar utang jangka pendeknya. CR dihitung dengan membandingkan aset lancar perusahaan dengan liabilitas jangka pendek (Sholihah, 2020).

5. *Net Profit Margin (NPM)*

Net Profit Margin (NPM) adalah rasio yang menunjukkan seberapa banyak laba bersih yang diperoleh perusahaan dari penjualannya setelah mengurangi semua biaya, termasuk biaya operasional, bunga, pajak, dan biaya lainnya. Semakin besar *Net Profit Margin*, maka semakin baik kinerja keuangan

perusahaan, karena menunjukkan bahwa perusahaan dapat menghasilkan lebih banyak laba bersih dari setiap unit pendapatan yang diperoleh. *Net Profit Margin* dihitung dengan membandingkan laba bersih perusahaan pada periode tertentu dengan total penjualan (Aurelya & Syofyan, 2023).

2.3 Kualitas Laporan Keberlanjutan

2.3.1 Pengertian Kualitas Laporan Keberlanjutan

Kualitas laporan keberlanjutan adalah tingkat keefektifan laporan dalam menyampaikan informasi yang akurat, relevan, dan dapat dipercaya. Laporan keberlanjutan yang berkualitas dapat membantu pemangku kepentingan mengevaluasi kinerja perusahaan (Choirunisah *et al.*, 2024). Laporan keberlanjutan merupakan pengungkapan/penyediaan informasi sosial dan lingkungan yang memberikan informasi mengenai kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial perusahaan yang merupakan bentuk pertanggungjawaban perusahaan kepada *stakeholder* dan sebagai pembuktian bahwa perusahaan berada dalam aturan yang berlaku (Aziziah *et al.*, 2023). Dalam proses pengungkapan laporan keberlanjutan, terdapat pedoman yang digunakan sebagai landasan penyusunan laporan keberlanjutan yaitu pedoman yang dikeluarkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI).

GRI merupakan organisasi non pemerintah yang mengembangkan serta menyebarluaskan pedoman laporan keberlanjutan secara global. Menurut GRI 101 (2016), laporan keberlanjutan adalah praktik pelaporan kepada *stakeholder* internal dan eksternal mengenai dampak ekonomi, lingkungan, dan sosialnya, dan termasuk kontribusi informasi perusahaan terhadap tujuan pembangunan berkelanjutan. Laporan ini bertujuan untuk memberikan informasi yang transparan mengenai kinerja organisasi dalam hal keberlanjutan dan membantu pemangku kepentingan untuk memahami bagaimana organisasi berkontribusi terhadap tujuan pembangunan berkelanjutan. Selain itu, laporan keberlanjutan diharapkan dapat memberikan gambaran kepada praktisi terutama investor tentang informasi non keuangan yang berpengaruh terhadap kualitas pengungkapan laporan

keberlanjutan, sehingga dapat dijadikan sebagai informasi dalam mengambil keputusan investasi (Tizmi *et al.*, 2022).

Sesuai pedoman dari GRI bahwa penyusunan laporan keberlanjutan harus memiliki kualitas yang baik. Kualitas laporan keberlanjutan dapat didefinisikan sebagai tingkatan baik buruknya perusahaan dalam melakukan pengungkapan informasi ke dalam laporan keberlanjutan kepada pihak eksternal. Kualitas laporan keberlanjutan mengacu pada sejauh mana laporan tersebut memberikan informasi yang relevan, transparan, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan mengenai kinerja sosial, ekonomi, dan lingkungan suatu organisasi. Kualitas laporan keberlanjutan berkaitan dengan kualitas informasi yang terkandung dalam laporan keberlanjutan tersebut (Satwika, 2024).

Setiap perusahaan harus mengungkapkan laporan keberlanjutan setiap tahunnya. Hal ini diatur dalam Peraturan OJK No.51/POJK.03/2017 yang Mengatur Penerapan Keuangan Berkelanjutan Bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, Dan Perusahaan Publik menyatakan bahwa setiap Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik wajib menyusun laporan keberlanjutan. Sebagaimana dijelaskan dalam peraturan tersebut bahwa laporan keberlanjutan disampaikan secara terpisah dari laporan tahunan. Laporan keberlanjutan wajib disampaikan kepada Otoritas Jasa Keuangan setiap tahun paling lambat pada tanggal 30 April tahun berikutnya (OJK51-2017).

Dalam penyajian laporan keberlanjutan, perusahaan harus memastikan bahwa informasi yang disampaikan memiliki kualitas yang tinggi. Hal ini penting karena kualitas informasi merupakan elemen yang sangat krusial untuk mengevaluasi kinerja perusahaan secara objektif serta mendukung pengambilan keputusan yang strategis dan berkelanjutan oleh pemangku kepentingan. Informasi berkualitas dalam laporan keberlanjutan tidak hanya sekadar melaporkan hasil, tetapi juga mencerminkan transparansi, akuntabilitas, dan komitmen perusahaan terhadap prinsip keberlanjutan (Permana, 2020).

GRI menerbitkan prinsip umum yang digunakan perusahaan untuk menyusun laporan keberlanjutan (GRI, 2016). Pedoman GRI membagi prinsip kedalam 2 kategori, yaitu Prinsip pelaporan untuk menentukan komponen laporan dan Prinsip pelaporan untuk meningkatkan kualitas laporan. Dalam penyajian laporan keberlanjutan harus mengungkapkan informasi yang berkualitas karena kualitas dari informasi merupakan hal yang sangat penting untuk menilai performa perusahaan serta dalam pengambilan keputusan Prinsip tersebut mencakup akurasi, ketepatan waktu, keseimbangan, kejelasan, keandalan, dan dapat dibandingkan. (Permana, 2020).

2.3.2 Prinsip-Prinsip Kualitas Laporan Keberlanjutan

Kualitas laporan keberlanjutan dapat ditentukan melalui prinsip-prinsip yang terdapat pada *Global Reporting Initiative* (GRI) G4. Pengungkapan laporan keberlanjutan harus memiliki kualitas informasi yang sesuai dengan prinsip-prinsip dalam *Global Reporting Initiative* (GRI) G4. Tujuan prinsip-prinsip tersebut untuk mencapai transparansi yang dapat digunakan *stakeholder* dalam pengambilan keputusan. Di bawah ini merupakan prinsip-prinsip untuk menentukan kualitas laporan keberlanjutan berdasarkan *Global Reporting Initiative* (GRI) G4.

1. Keseimbangan (Balance)

Laporan keberlanjutan harus memberikan informasi tentang apa saja yang berjalan baik dan apa saja yang menjadi tantangan atau kekurangan perusahaan. Dengan menyajikan sisi positif dan negatif, laporan menjadi lebih jujur dan tidak berat sebelah, sehingga pembaca bisa melihat gambaran yang adil tentang kinerja perusahaan (Susanto *et al.*, 2022).

2. Komparabilitas (Comparability)

Informasi dalam laporan keberlanjutan harus memungkinkan pembaca untuk membandingkan kinerja perusahaan dari tahun ke tahun untuk melihat apakah ada perbaikan atau penurunan. Hal ini dapat dicapai dengan konsistensi dalam metode pelaporan dan penyajian data.

3. Akurasi (Accuracy)

Informasi dalam laporan keberlanjutan harus benar dan detail, sehingga orang yang membacanya dapat mengandalkan data tersebut untuk membuat

keputusan. Misalnya, jika menyebutkan angka emisi gas rumah kaca, jumlahnya harus dihitung dengan metode yang jelas dan dapat dipercaya (Susanto *et al.*, 2022).

4. Ketepatan Waktu

Laporan keberlanjutan harus disajikan tepat waktu agar informasi didalamnya relevan dan dapat digunakan oleh pemangku kepentingan untuk pengambilan keputusan.

5. Kejelasan

Informasi dalam laporan keberlanjutan harus disajikan dengan bahasa yang mudah dimengerti oleh pemangku kepentingan yang memiliki berbagai tingkat pemahaman. Misalnya, hindari penggunaan istilah teknis yang rumit tanpa penjelasan. Infografis, tabel, atau grafik juga bisa digunakan untuk membuat data lebih mudah dipahami.

6. Keandalan

Informasi dalam laporan keberlanjutan harus dapat diverifikasi dan mendukung keyakinan bahwa data tersebut mencerminkan kinerja aktual organisasi.

2.3.3 Manfaat Kualitas Laporan Keberlanjutan

Menurut GRI, laporan keberlanjutan kini dapat memberikan manfaat baik bagi perusahaan maupun bagi *stakeholder* yang dapat menguntungkan semua pihak baik internal maupun eksternal. Dibawah ini merupakan manfaat adanya kualitas laporan keberlanjutan :

1. Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder*

Dengan menyusun laporan keberlanjutan, perusahaan dapat menunjukkan transparansi terhadap dampak sosial, lingkungan, dan ekonominya. Laporan keberlanjutan yang memiliki kualitas baik akan membuat pada *stakeholder* percaya bahwa perusahaan tersebut memiliki transparansi dan jujur dalam melaporkan dampak lingkungan, sosial, dan ekonominya (Daromes *et al.*, 2023).

2. Mendukung Pengambilan Keputusan yang Lebih Baik

Informasi yang akurat, relevan, dan dapat diandalkan dalam laporan keberlanjutan membantu para manajer, pemegang saham, dan *stakeholder* lainnya mengambil keputusan strategis yang tepat.

3. Memenuhi Kepatuhan Regulasi dan Standar Internasional

Laporan keberlanjutan yang memiliki kualitas tinggi cenderung sudah sesuai dengan regulasi pemerintah dan standar internasional seperti GRI. Dengan memenuhi standar tersebut, maka perusahaan dapat menghindari sanksi hukum sekaligus meningkatkan reputasi di mata regulator.

4. Meningkatkan Reputasi dan Citra Perusahaan

Laporan keberlanjutan mencerminkan komitmen perusahaan terhadap isu-isu keberlanjutan, seperti pelestarian lingkungan dan kesejahteraan sosial. Perusahaan yang menyajikan laporan keberlanjutan yang berkualitas menunjukkan komitmennya terhadap keberlanjutan. Hal tersebut dapat meningkatkan citra positif perusahaan di mata para pemangku kepentingan atau masyarakat (Dana *et al.*, 2021).

5. Menambah Daya Tarik Investor

Investor cenderung memilih perusahaan yang transparan dalam mengelola dampaknya terhadap keberlanjutan. Laporan keberlanjutan yang baik membuat perusahaan lebih menarik bagi investor, terutama bagi mereka yang fokus pada investasi berkelanjutan (Dana *et al.*, 2021).

2.3.4 Indikator Kualitas Laporan Keberlanjutan

Indikator kualitas pengungkapan laporan keberlanjutan dalam penelitian ini menggunakan GRI-G4 (Tizmi *et al.*, 2022) yang terdiri dari 3 komponen yaitu :

1. Indikator Kinerja Ekonomi
2. Indikator Kinerja Lingkungan
3. Indikator Kinerja Sosial

Berikut merupakan 91 indikator laporan keberlanjutan yang terdiri dari 3 komponen berdasarkan GRI-G4 :

Tabel 2.1 Indikator Laporan Keberlanjutan

No	Aspek	Kode	Indikator
Kategori Ekonomi			
1	Kinerja Ekonomi	EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan
2		EC2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim
3		EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti
4		EC4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah
5	Keberadaan Pasar	EC5	Rasio upah standar pegawai pemula (<i>entry level</i>) menurut gender dibandingkan Dengan upah minimum regional dilokasi-lokasi operasional yang signifikan
6		EC6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasi yang signifikan
7	Dampak Ekonomi Tidak Langsung	EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan
8		EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak
9	Praktek Pengadaan	EC9	Perbandingan pembelian dari pemasok lokal di lokasi operasional yang signifikan
Kategori Lingkungan			
10	Bahan	EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau Volume
11		EN2	Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang
12	Energi	EN3	Konsumsi energi dalam organisasi
13		EN4	Konsumsi energi diluar organisasi
14		EN5	Intensitas Energi
15		EN6	Pengurangan konsumsi energi
16		EN7	Pengurangan kebutuhan energi pada produk dan jasa
17	Air	EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
18		EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
19		EN10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
20	Keanekaragaman Hayati	EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola didalam,atau yang berdekatan dengan, kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman Hayati tinggi di luar kawasan lindung
21		EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung
22		EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
23		EN14	Jumlah total spesies dalam iucn red list dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat ditempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan
24	Emisi	EN15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (cakupan 1)

25		EN16	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (Cakupan 2)
26		EN17	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya (Cakupan 3)
27		EN18	Intensitas emisi gas rumah kaca (GRK)
28		EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK)
29		EN20	Emisi bahan perusak ozon (BPO)
30		EN21	NOX,SOX, dan emisi udara signifikan lainnya
31		EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
32	Efluen dan Limbah	EN23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
33		EN24	Jumlah dan volume total tambahan signifikan
34		EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi basel2 lampiran I, II, III, Dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
35		EN26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari air buangan dan Limpasan dari organisasi
36	Produk dan Jasa	EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap lingkungan produk dan jasa
37		EN28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasikan menurut kategori
38	Kepatuhan	EN29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas Ketidakpastian terhadap UU dan peraturan lingkungan
39	Transportasi	EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi dan pengangkutan tenaga kerja
40	Lain-lain	EN31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis
41	Asesmen Pemasok atas Lingkungan	EN32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
42		EN33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
43	Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan	EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
Kategori Sosial			
Sub Kategori : Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja			
44	Kepegawaian	LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah
45		LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paru waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan

46		LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender
47	Hubungan industrial	LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama
48	Kesehatan dan Keselamatan Kerja	LA5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja
49		LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja,hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja,menurut daerah dan gender
50		LA7	Pekerja yang sering terkena atau beresiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka
51		LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja
52	Pelatihan dan Pendidikan	LA9	Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender dan menurut kategori karyawan
53		LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti
54		LA11	Persentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan
55	Keberagaman dan Kesetaraan Peluang	LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan perkategori karyawan menurut gender, kelompok usia,keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya
56	Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki- laki	LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan,berdasrkan lokasi operasional yang signifikan
57	Asesmen Pemasok Terkait Praktik Ketenagakerjaan	LA14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan
58		LA15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pemasok dan tindakan yang diambil
59		LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, di tangani, dan diselesaikan melalui pengaduan resmi.
Sub Kategori : Hak Asasi Manusia			
60	Investasi	HR1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia
61		HR2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk persentase karyawan yang dilatih

62	Non-diskriminasi	HR3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan korektif yang diambil
63	Kebebasan Berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama	HR4	Operasi pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau beresiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja sama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut
64	Pekerja Anak	HR5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif
65	Pekerja Paksa atau Wajib Kerja	HR6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa Atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala Bentuk pekerja paksa atau wajib kerja
66	Praktik Pengamanan	HR7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia diorganisasi yang relevan dengan operasi
67	Hak Adat	HR8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil
68	Asesmen	HR9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan review atau asesmen dampak hak asasi manusia
69	Asesmen Pemasok Atas Hak Asasi Manusia	HR10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia
70		HR11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pemasok dan tindakan yang diambil
71	Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia	HR12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal
Sub Kategori : Masyarakat			
72	Masyarakat Lokal	SO1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan
73		SO2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal
74	Anti-Korupsi	SO3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi
75		SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi
76		SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
77	Kebijakan Publik	SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat
78	Anti Persaingan	SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait Anti Persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya
79	Kepatuhan	SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-

80	Asesmen Pemasok Atas Dampak Terhadap Masyarakat	S09	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat
81		SO10	Dampak <i>negative actual</i> dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
82	Mekanisme Pengaduan Dampak Terhadap Masyarakat	SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
Sub Kategori : Tanggung Jawab Atas Produk			
83	Kesehatan keselamatan Pelanggan	PR1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan
84		PR2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil
85	Pelabelan Produk dan Jasa	PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis
86		PR4	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil
87		PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan
88	Komunikasi Pemasaran	PR6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan
89		PR7	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor, menurut jenis hasil
90	Privasi Pelanggan	PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan
91	Kepatuhan	PR9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa

2.4 Sales Growth

2.4.1 Pengertian Sales Growth

Sales Growth atau biasa disebut pertumbuhan penjualan adalah kenaikan suatu jumlah penjualan perusahaan dari tahun ke tahun dari waktu ke waktu (Adilla *et al.*, 2023). Kemudian menurut Karimah & Mahroji (2023) *sales growth* merupakan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usaha. Dapat disimpulkan bahwa *sales*

growth merupakan presentse kenaikan atau penurunan pendapatan penjualan perusahaan dari satu periode ke periode berikutnya, yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan pendapatan dan mempertahankan posisinya di pasar. Pertumbuhan penjualan diperuntukan dengan pencapaian tingkat penjualan yang dihasilkan perusahaan, perkembangan perusahaan bisa dikatakan sebagai pertumbuhan penjualan (*Growth Of sales*) (Adilla *et al.*, 2023).

Peningkatan penjualan perusahaan dapat mencerminkan bagaimana perusahaan mampu bekerja secara optimal dalam mengelola kekayaan yang dimiliki perusahaan (Hutabarat, 2022). Penjualan merupakan faktor penting yang menentukan keberlangsungan hidup suatu perusahaan. *Sales growth* merupakan indikator maju atau tidaknya suatu perusahaan karena merupakan perubahan penjualan yang terdapat pada laporan keuangan. Tanpa adanya peningkatan penjualan yang konsisten, sulit bagi perusahaan untuk mencapai profitabilitas, mendanai operasional, maupun berinvestasi untuk pertumbuhan masa depan (Nasir, 2021).

Sales growth menggambarkan keberhasilan investasi dari tahun sebelumnya dan dapat digunakan sebagai acuan untuk pertumbuhan dimasa yang akan datang. Tingginya *sales growth* dalam perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan berhasil meningkatkan pendapatan penjualannya dalam periode tertentu. Hal tersebut mencerminkan kinerja perusahaan yang positif karena perusahaan mampu menarik lebih banyak pelanggan dan memperluas pangsa pasarnya dibandingkan pesaing lainnya. Jika perusahaan mampu mengelola biaya dengan baik, maka saat penjualan meningkat dapat menghasilkan laba yang lebih tinggi yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki profitabilitas yang baik (Djaya & Firdausy, 2023).

2.4.2 Manfaat Sales Growth

Sales growth merupakan indikator penting yang menandakan keberhasilan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pasar dan menciptakan nilai tambah bagi pelanggan. Dibawah ini merupakan beberapa manfaat dari *sales growth* :

1. Meningkatkan Pendapatan

Sales Growth secara langsung mempengaruhi peningkatan pendapatan perusahaan. Ketika penjualan meningkat, perusahaan berhasil menjual lebih banyak produk atau layanan kepada konsumen, yang berkontribusi pada peningkatan total pendapatan. Peningkatan ini penting untuk memastikan keberlanjutan operasional dan memperkuat posisi finansial perusahaan.

2. Meningkatkan Keuntungan

Seiring dengan meningkatnya penjualan, perusahaan biasanya juga mengalami peningkatan dalam keuntungan. Jika perusahaan dapat mempertahankan margin keuntungan yang stabil atau meningkat, maka keuntungan keseluruhan akan terus berkembang.

3. Meningkatkan Daya Saing

Sales growth yang konsisten menunjukkan bahwa perusahaan mampu memenuhi kebutuhan pasar dan memberikan nilai lebih dibandingkan pesaingnya. Hal ini memperkuat posisi perusahaan di pasar, baik dari segi produk, harga, atau layanan yang ditawarkan.

4. Meningkatkan Reputasi Perusahaan

Peningkatan *sales growth* juga berdampak pada reputasi perusahaan. Perusahaan yang berhasil mengalami pertumbuhan penjualan sering dianggap lebih stabil dan sukses dalam memenuhi permintaan pasar.

5. Meningkatkan Daya Tarik Investor

Investor lebih cenderung berinvestasi di perusahaan yang menunjukkan pertumbuhan penjualan yang stabil atau meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek yang cerah dan mampu berkembang dalam jangka panjang. Dengan demikian, *sales growth* yang positif dapat meningkatkan daya tarik perusahaan bagi investor.

2.4.3 Pengukuran *Sales Growth*

Sales Growth atau pertumbuhan penjualan dapat ditentukan dengan membagi total penjualan akhir tahun dengan total penjualan di tahun dasar. Peningkatan persentase yang dijadikan tolak ukur terlihat pertumbuhan penjualan yang lebih baik

dibandingkan dengan periode waktu sebelumnya (Maulana & Euis, 2023). Semakin tinggi pertumbuhan penjualan, menyebabkan semakin baik pula pendapatan yang diperoleh, sehingga perusahaan dapat melakukan ekspansi usaha, sehingga meningkatkan nilai perusahaan serta kepercayaan para investor melakukan penanaman modal pada perusahaan (Karimah & Mahroji, 2023).

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk memperluas dan memperdalam berbagai teori yang akan digunakan di dalam kajian penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini tidak lepas dari penelitian sebelumnya yang telah dilakukan sehingga dijadikan sebagai pedoman dalam melakukan penelitian ini.

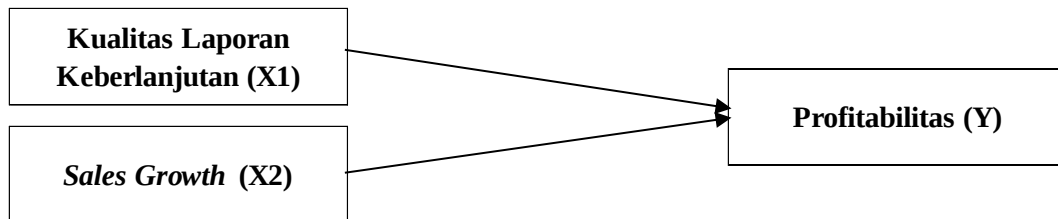
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Satwika, A. A. A., & Wirama, D. G. (2024).	Pengaruh Kualitas Laporan Keberlanjutan Pada Profitabilitas	Y : Profitabilitas X : Kualitas Laporan Keberlanjutan	Kualitas laporan keberlanjutan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan
2.	Ningsih <i>et al.</i> , (2024)	Pengaruh <i>Environment Performance</i> , <i>Green Accounting</i> , dan <i>Sustainability Report</i> terhadap Profitabilitas Perusahaan	Y : Profitabilitas X : <i>Environment Performance</i> , <i>Green Accounting</i> , Dan <i>Sustainability Report</i>	<i>Environment Performance</i> , <i>Green Accounting</i> , dan <i>Sustainability Report</i> tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Profitabilitas Perusahaan.
3.	Maulana & Euis (2023)	Pengaruh Modal Kerja, <i>Sales Growth</i> Dan	Y : Profitabilitas	Modal Kerja, <i>Sales Growth</i> Dan

		Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas	X : Modal Kerja, <i>Sales Growth</i> Dan Ukuran Perusahaan	Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas.
4.	Karimah & Mahroji, (2023)	Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Likuiditas dan <i>Sales Growth</i> Terhadap Profitabilitas	Y : Profitabilitas X : Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Dan <i>Sales Growth</i>	Struktur modal dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Sedangkan likuiditas dan <i>Sales Growth</i> berpengaruh terhadap profitabilitas.
5.	Aurelya & Syofyan, (2023)	Pengaruh Pengungkapan <i>Sustainability Report</i> dan Intensitas Modal terhadap Profitabilitas:	Y : Profitabilitas X : Pengungkapan <i>Sustainability Report</i> dan Intensitas Modal	Pengungkapan <i>Sustainability Report</i> tidak berpengaruh terhadap profitabilitas sedangkan Intensitas modal berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan.
6.	Nasir (2021)	Pengaruh <i>Leverage</i> , <i>Sales Growth</i> , Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas	Y : Profitabilitas X : <i>Leverage</i> , <i>Sales Growth</i> , Dan Ukuran Perusahaan	<i>Leverage</i> , <i>Sales Growth</i> , Dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Profitabilitas.

2.6 Kerangka Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan dan menguji ada tidaknya hubungan antara variabel dependen yaitu Profitabilitas, variabel independen yaitu Kualitas Laporan Keberlanjutan dan *Sales Growth*. Adapun hasil uraian tersebut maka peneliti membuat kerangka penelitian sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

2.7 Bangunan Hipotesis

2.7.1 Pengaruh Kualitas Laporan Keberlanjutan Terhadap Profitabilitas

Laporan keberlanjutan merupakan laporan yang dikeluarkan perusahaan dan berisi informasi mengenai kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial pada suatu perusahaan (Ningsih *et al.*, 2024). Hal ini merupakan bentuk pertanggungjawaban perusahaan kepada para pemangku kepentingan sebagai bukti bahwa perusahaan telah beroperasi sesuai standar yang berlaku. Laporan keberlanjutan disusun secara terpisah dengan laporan keuangan ataupun laporan tahunan perusahaan. Dalam penyusunan laporan keberlanjutan, terdapat pedoman yang dikeluarkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI) yang digunakan sebagai dasar penyusunan laporan keberlanjutan. Sesuai pedoman GRI bahwasanya laporan keberlanjutan harus memuat informasi yang berkualitas dan sudah sesuai dengan standar yang berlaku. Sehingga laporan keberlanjutan yang dikeluarkan perusahaan dapat bermanfaat bagi para pemangku kepentingan (A. A. A. Satwika & Wirama, 2024).

Kualitas laporan keberlanjutan dapat mempengaruhi profitabilitas dalam perusahaan. Perusahaan yang menerbitkan laporan keberlanjutan dan memiliki kualitas informasi yang transparan, akurat, dan relevan mengenai upaya perusahaan dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan akan lebih diminati oleh para

investor. Investor akan memilih perusahaan dengan praktik keberlanjutan yang baik dan memiliki kredibilitas yang didukung oleh standar seperti GRI karena perusahaan akan dianggap lebih stabil, memiliki risiko rendah, dan memiliki potensi keuntungan jangka panjang. Dengan menarik lebih banyak investor, perusahaan dapat memperoleh dana dengan bunga yang rendah sehingga dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan (Daromes *et al.*, 2023).

Selain itu, laporan keberlanjutan yang baik dan berkualitas akan meningkatkan citra perusahaan dan berdampak pada profitabilitas perusahaan. Laporan keberlanjutan yang baik mencerminkan bahwa perusahaan memiliki komitmen terhadap tanggung jawab ekonomi, sosial, dan lingkungan. Hal tersebut akan membangun citra baik perusahaan karena dianggap sebagai perusahaan yang memiliki kepedulian terhadap lingkungan dan bertanggung jawab. Citra baik perusahaan tersebut akan mendorong kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Tingginya loyalitas pelanggan terhadap perusahaan mampu mendorong peningkatan pendapatan dan berpengaruh terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi kualitas laporan keberlanjutan maka semakin tinggi pula profitabilitas perusahaan (Satwika, 2023).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian A.A.A. Satwika & Wirama (2024) dan Tristiarto *et al.*, (2024) bahwa kualitas laporan keberlanjutan memiliki pengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi kualitas laporan keberlanjutan pada perusahaan maka semakin tinggi pula daya tarik investor terhadap perusahaan yang mampu meningkatkan citra baik perusahaan dan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan sehingga dapat mempengaruhi tingkat profitabilitas perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka diperoleh hipotesis sebagai berikut :

H₁ : Kualitas Laporan Keberlanjutan berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas

2.7.2 Pengaruh Sales Growth Terhadap Profitabilitas

Sales Growth merupakan kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan untuk mempertahankan posisi usahanya dalam perkembangan ekonomi dan industri dimana perusahaan tersebut beroperasi (Rosari & Subardjo, 2021). Pertumbuhan

penjualan ditandai dengan meningkatnya penjualan perusahaan. Pertumbuhan ini menjadi salah satu indikator penting untuk menilai kinerja perusahaan, keberhasilan strategi pemasaran, dan peningkatan pendapatan. Pertumbuhan penjualan menggambarkan keberhasilan investasi dari tahun sebelumnya dan dapat digunakan sebagai acuan untuk pertumbuhan dimasa yang akan datang (Djaya & Firdausy, 2023).

Naik turunnya *sales growth* dalam perusahaan dapat mempengaruhi kinerja perusahaan untuk mempertahankan keuntungan dalam pembiayaan perusahaan pada periode yang akan datang (Fatharani & Ariyani, 2022). *Sales growth* yang positif dapat mempengaruhi tingkat profitabilitas pada perusahaan. Ketika *sales growth* dalam perusahaan meningkat, maka pendapatan yang dihasilkan perusahaan juga akan meningkat. Peningkatan pendapatan tersebut dapat memperbesar laba perusahaan. Dengan demikian, selain memperbesar laba kotor, *sales growth* yang positif juga dapat meningkatkan margin laba bersih perusahaan, karena biaya tetap dapat tersebar lebih merata di seluruh produk yang dijual. Peningkatan laba pada perusahaan akan berdampak pada nilai profitabilitas perusahaan yang baik dan tinggi (Karimah & Mahroji, 2023).

Sales growth yang tinggi menunjukkan peningkatan penjualan dimana penjualan yang dilakukan harus didukung dengan harta atau aset. Jika penjualan meningkat, maka aset dalam perusahaan harus ditingkatkan pula. Dengan melihat penjualan dari periode sebelumnya, perusahaan mampu mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan rendah tidak membutuhkan biaya eksternal, namun sebaliknya perusahaan dengan tingkat pertumbuhan tinggi dan pesat cenderung memerlukan modal dari sumber daya eksternal. Semakin pesat dan tinggi pertumbuhan penjualan pada suatu perusahaan semakin besar pula kebutuhan modal yang diperlukan, sehingga perusahaan dengan pertumbuhan tinggi akan lebih mudah memperoleh pinjaman daripada perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan rendah (Nasir, 2021).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Karimah & Mahroji (2023), Maulana & Euis (2023) dan Karlina *et al.*, (2023) mengungkapkan bahwa *sales growth* berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan karena semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan maka semakin tinggi juga pendapatan yang diperoleh. Hal tersebut mampu meningkatkan laba perusahaan dan mendorong peningkatan profitabilitas perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka diperoleh hipotesis sebagai berikut :

H₂ : *Sales Growth* berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas