

Pengaruh Tingkat Inflasi, Ukuran Perusahaan, Dan *Price Earning Ratio* Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Indeks IDX Growth 30

Penulis:

Febryanti Andini¹

Afiliasi:

Universitas
Tanjungpura^{1,2,3,4,5}

Korespondensi:

b1031201117@student.
untan.ac.id

Histori Naskah:

Submit: 10-02-2024
Accepted: 12-02-2024
Published: 18-03-2024

Abstrak:

Pasar modal merupakan elemen penting dalam mendukung ekspansi ekonomi dan stabilitas perekonomian suatu negara. Di Indonesia, Bursa Efek Indonesia memiliki 44 Indeks saham termasuk IDX Growth 30 yang mengukur kinerja perusahaan dengan potensi pertumbuhan yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh tingkat inflasi, ukuran perusahaan, dan *price earning ratio* terhadap pertumbuhan laba pada Indeks IDX Growth 30. Metode penelitian yang digunakan adalah metode asosiatif kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda. Sampel penelitian diambil dari perusahaan yang terdaftar di IDX Growth 30 menggunakan metode *purposive sampling*. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis data berupa analisis regresi linear berganda yang dibantu melalui aplikasi SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat inflasi dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Namun, *price earning ratio* terbukti memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan laba.

Kata kunci: Indeks; Pasar Modal; Pertumbuhan Laba; *Price Earning Ratio*; Tingkat Inflasi; Ukuran Perusahaan.

Pendahuluan

Seiring berkembangnya waktu, pertumbuhan pasar modal semakin meningkat dalam mendukung ekspansi ekonomi, yang mana pasar modal berperan penting dalam stabilitas perekonomian suatu negara dengan menyediakan sumber pembiayaan bagi dunia usaha dan peluang investasi bagi individu. Keberadaan pasar modal di Indonesia dapat mempengaruhi pertumbuhan laba suatu perusahaan dalam berbagai cara. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam mengakses modal di pasar modal adalah melalui proses penawaran umum perdana (IPO) yang mana di dalam IPO, suatu perusahaan menjual sahamnya kepada publik untuk pertama kalinya. Saham ini kemudian dapat diperdagangkan di pasar terbuka. Pergerakan saham-saham tersebut dapat diamati melalui indeks saham yang melacak perubahan harga suatu kelompok saham tertentu. Saat ini Bursa Efek Indonesia memiliki 44 indeks saham salah satunya adalah indeks IDX Growth 30.

Indeks ini dirancang untuk mengukur kinerja perusahaan-perusahaan yang telah menunjukkan potensi pertumbuhan yang kuat dan menjadi tolak ukur yang baik bagi investor yang ingin berinvestasi pada perusahaan dengan pertumbuhan tinggi. Oleh karena itu, pertumbuhan laba menjadi salah satu faktor yang penting dalam menentukan kinerja indeks ini. Pertumbuhan laba dapat menjadi indikator bahwa perusahaan memiliki posisi keuangan yang kuat dan prospek pertumbuhan yang baik di masa depan.

Tabel 1. Rata-rata Pertumbuhan Laba pada Perusahaan Indeks IDX Growth 30

No.	Tahun	Rata-rata Pertumbuhan Laba
1	2018	-1,94%
2	2019	-2,03%
3	2020	-0,22%
4	2021	-0,10%
5	2022	0,42%

Sumber: www.idx.co.id (Data Diolah 2024)

Berdasarkan data pada tabel 1 dapat dilihat bahwa terjadinya fluktuasi pertumbuhan laba selama 5 (lima) tahun terakhir. Pada tahun 2018 rerata pertumbuhan laba yakni sejumlah -1,94 atau -194%, lalu terjadi penurunan pada tahun 2019 yaitu sebesar -2,03 atau -203% kemudian terjadi kenaikan pada tahun 2020 sebesar -0,22 atau -22% dan terus mengalami kenaikan pada tahun 2021 sebesar -0,10 atau -10 persen dan tahun 2022 sebesar 0,42 atau 42%. Hal ini menandakan perusahaan Indeks IDX Growth 30 dalam keadaan fluktuasi. Disamping itu, pertumbuhan laba perusahaan dalam indeks IDX Growth 30 juga dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti tingkat inflasi, ukuran perusahaan, dan *price earning ratio*.

Tingkat inflasi merupakan perubahan harga yang terjadi secara terus menerus. Tingkat inflasi yang tinggi juga dapat meningkatkan risiko bisnis. Hal ini karena perusahaan tidak dapat memprediksi dengan pasti berapa biaya produksi dan penjualan di masa depan. Risiko bisnis yang tinggi dapat menyebabkan perusahaan lebih berhati-hati dalam berinvestasi, sehingga pertumbuhan laba menjadi lebih lambat. Berdasarkan hasil penelitian (Fadela, Dewi, & Fajri, 2020) tingkat inflasi berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba, namun berbeda dengan hasil penelitian (Dini, Farren, & Supianti, 2021) yang membuktikan bahwa tingkat inflasi tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba.

Ukuran Perusahaan memiliki hubungan erat dengan pertumbuhan laba, karena semakin besar ukuran suatu perusahaan maka kelangsungan usaha Perusahaan tersebut semakin tinggi dalam meningkatkan kinerja Perusahaan (Anggraini & Rivandi, 2023). Disamping itu, menurut (Agus Petra, Apriyanti, Agusti, & Yulia, 2020) semakin besar ukuran perusahaan, tentunya akan lebih kuat dalam menghadapi kondisi ekonomi yang berada di luar kontrol perusahaan, sehingga perusahaan tidak mudah dipengaruhi oleh kondisi luar. berdasarkan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba. Namun, menurut (Anggraini & Rivandi, 2023) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap pertumbuhan laba.

Price Earning Ratio (PER) adalah rasio yang menunjukkan berapa kali harga saham perusahaan lebih tinggi daripada laba per sahamnya. PER yang tinggi menunjukkan bahwa investor bersedia membayar lebih untuk saham perusahaan, yang dapat menjadi indikator bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Dari segi investor, PER yang terlalu tinggi jikalau tidak menarik dikarenakan harga saham mungkin tidak akan naik lagi. Menurut penelitian (Indrarini & Wijaya, 2021) menunjukkan bahwa PER berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba, namun menurut penelitian (Damayanti, Korawijayanti, & Karyanti, 2020) menemukan bahwa PER tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba.

Berdasarkan pada penelitian yang telah diteliti oleh beberapa peneliti sebelumnya. Hasil penelitian pada bagian tingkat inflasi, ukuran perusahaan, dan *price earning ratio* menunjukkan hasil yang berbeda, sehingga membuat penulis ingin melakukan penelitian baru dengan latar belakang yang telah diuraikan diatas dengan judul “Pengaruh Tingkat Inflasi, Ukuran Perusahaan, dan *Price Earning Ratio* Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Indeks *IDX Growth*”.

Studi Literatur

Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal atau *signaling theory* merupakan alat penting bagi perusahaan untuk memberikan informasi yang jelas kepada investor dan meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan (Prameswari & Hermawan, 2023). Teori ini pertama kali dicetuskan oleh Spance pada tahun 1973, menjelaskan bahwa kinerja baik pada suatu perusahaan dapat mendorong perusahaan untuk menyalurkan sinyal informasi finansial kepada pihak eksternal. Pengembangan lebih lanjut dilakukan oleh Ross (1977) yang menegaskan bahwa ketika suatu perusahaan memiliki kinerja yang baik, perusahaan cenderung menyampaikan informasi tentang kondisi perusahaan kepada investor. Dengan demikian, teori sinyal ini dapat digunakan oleh perusahaan dalam memberikan informasi atau sinyal tertentu untuk mengkomunikasikan kondisi atau prospek perusahaan kepada investor, analis, dan pemangku kepentingan lainnya.

Dalam penelitian ini, teori sinyal akan membantu menjelaskan bagaimana perusahaan dapat menggunakan informasi perusahaan termasuk pertumbuhan laba untuk berkomunikasi dengan pasar dan pemangku kepentingan lainnya. Informasi yang relevan dengan kinerja perusahaan dapat menjadi sinyal

untuk investor tentang prospek perusahaan di masa depan. Disamping itu, menurut Meyca & Amrullah, (2021) menjelaskan bahwa pihak perusahaan memberikan sinyal informasi melalui laporan keuangan perusahaan.

Tingkat Inflasi

Inflasi adalah perubahan harga yang terjadi secara berkelanjutan, bukan hanya kenaikan satu kali Yulianta, Y., & Nurjaya, N. (2021). Tingkat inflasi yang rendah dan stabil mendorong pertumbuhan ekonomi dengan meningkatkan daya beli dan permintaan barang serta jasa, sedangkan inflasi tinggi bisa menurunkan daya beli dan laba perusahaan. Inflasi dibawah 10% dianggap ringan dan tidak terlalu berdampak, namun jika melebihi 10%, dapat menghambat investasi dan pertumbuhan ekonomi. Tingkat inflasi yang stabil penting untuk kepastian ekonomi dan perencanaan strategis perusahaan. Metode untuk mengukur inflasi antara lain melalui indeks harga konsumen (IHK), yang tersedia di website Badan Pusat Statistik (BPS). Inflasi dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Inflasi} = \frac{\text{IHK}(T) - \text{IHK}(T - 1)}{\text{IHK}(T - 1)} \times 100\%$$

Keterangan:

IHK_T : Indeks Harga Konsumen Tahun ini

IHK_{T-1} : Indeks Harga Konsumen Tahun sebelumnya

Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan adalah indikator kunci untuk mengukur pertumbuhan tahunan suatu perusahaan, dengan klasifikasi ke dalam perusahaan kecil, menengah, dan besar berdasarkan total aset mereka. Di Indonesia, perusahaan dianggap kecil atau menengah jika memiliki aset tidak lebih dari 100 miliar rupiah. Ukuran yang lebih besar menandakan potensi laba yang lebih tinggi dan kemudahan dalam memperoleh hutang, dikarenakan kepercayaan lebih besar dari kreditur (Anggraini & Rivandi, 2023). Perusahaan besar memiliki keunggulan dalam operasi, teknologi, dan negosiasi, sedangkan perusahaan kecil mungkin lebih fleksibel dan responsif terhadap pasar. Ukuran perusahaan, yang diukur menggunakan logaritma natural dari total aset untuk memudahkan analisis, penting bagi investor dalam membuat keputusan investasi karena perusahaan yang lebih besar dianggap lebih stabil dengan potensi pertumbuhan yang menarik. Berdasarkan (Maryati & Siswanti, 2022), ukuran perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln \text{Total Assets}$$

Price Earning Ratio

Price Earning Ratio (PER) adalah rasio pasar yang menunjukkan seberapa besar harga saham perusahaan dibandingkan dengan laba per sahamnya, berfungsi sebagai indikator penting valuasi perusahaan. PER yang tinggi mengindikasikan ekspektasi investor terhadap prospek pertumbuhan laba perusahaan di masa depan, menunjukkan bahwa investor bersedia membayar lebih untuk saham tersebut. Namun, PER yang terlalu tinggi dapat menjadi kurang menarik, mengingat potensi kenaikan harga saham yang terbatas dan kemungkinan keuntungan yang lebih rendah (Damayanti *et al.*, 2020). Sebaliknya, PER yang rendah dapat mencerminkan ekspektasi pasar yang kurang optimis terhadap pertumbuhan laba perusahaan di masa depan. Tingkat PER yang stabil menandakan konsistensi kinerja perusahaan, membangun kepercayaan investor terhadap prospek dan ketahanan jangka panjang perusahaan. PER dihitung dengan membagi harga saham saat ini dengan laba per saham. Berdasarkan (Indrarini & Wijaya, 2021), *price earning ratio* dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Price Earning Ratio} = \frac{\text{Price}}{\text{Earning Per Share}}$$

Keterangan:

P : Harga Penutupan Saham

EPS : Nilai Lembar Per Saham

Pertumbuhan Laba

Pertumbuhan laba adalah indikator krusial yang mencerminkan kinerja operasional dan efektivitas manajemen dalam sebuah perusahaan. Laba yang meningkat menandakan bahwa perusahaan berhasil mencapai tujuan operasionalnya, yang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kondisi inflasi yang stabil, peningkatan penjualan, ukuran perusahaan, serta kemampuan manajemen dalam mengelola aset dan kewajiban. Pertumbuhan laba yang positif tidak hanya menunjukkan kinerja keuangan perusahaan yang baik, tetapi juga menarik bagi investor sebagai parameter untuk menilai prospek investasi (Meyca & Amrullah, 2021). Perusahaan dengan pertumbuhan laba yang tinggi dianggap memiliki prospek yang cerah untuk masa depan karena kemampuan mereka untuk menghasilkan keuntungan yang lebih besar secara berkelanjutan. Kinerja manajemen dalam memanfaatkan kesempatan dan mengantisipasi tantangan jangka panjang serta jangka pendek sangat berpengaruh terhadap keberhasilan perusahaan. Pertumbuhan laba yang konsisten merupakan indikasi dari pengelolaan sumber daya yang efektif dan menjadi faktor penting dalam keputusan investasi. Kemampuan sebuah perusahaan untuk terus meningkatkan labanya menunjukkan potensi untuk inovasi dan ekspansi, memperkuat posisinya di pasar dan menciptakan peluang untuk pertumbuhan yang berkelanjutan (Indrarini & Wijaya, 2021). Pertumbuhan laba dalam penelitian ini diukur dengan membandingkan laba setelah pajak tahun berjalan dengan tahun sebelumnya, memberikan gambaran tentang dinamika pertumbuhan keuangan perusahaan. Berdasarkan Nurrini & Sukirno, (2019), pertumbuhan laba dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

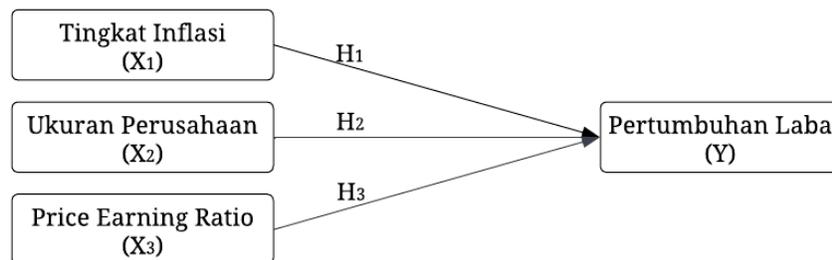
$$\text{Pertumbuhan Laba} = \frac{\text{Laba Bersih}_{Y_t} - \text{Laba Bersih}_{Y_{t-1}}}{\text{Laba Bersih}_{Y_{t-1}}}$$

Keterangan:

Laba Bersih_{Y_t} : Laba Perusahaan pada periode yang ditentukan

Laba Bersih_{Y_{t-1}} : Laba Perusahaan pada periode sebelumnya

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Pengaruh Tingkat Inflasi Terhadap Pertumbuhan Laba

Tingkat inflasi merupakan salah satu indikator penting untuk mengukur sejauh mana daya beli mata uang sebuah negara. Tingkat inflasi sering kali diukur dengan menggunakan Indeks Harga Konsumen (IHK), yang mengukur perubahan harga rata-rata sekelompok barang dan jasa yang sering dibeli oleh konsumen. Berdasarkan teori sinyal, tingkat inflasi yang tinggi dapat memiliki dampak negatif terhadap perekonomian sehingga dapat meningkatkan resiko bisnis suatu perusahaan. Tingkat inflasi yang tinggi menurunkan daya beli, sehingga permintaan terhadap barang dan jasa menurun dan pada akhirnya membuat pertumbuhan laba suatu perusahaan menjadi terhambat. Hal ini terjadi karena tingkat laba suatu perusahaan sangat bergantung pada besarnya penjualan yang dilakukan oleh perusahaan (Nurrini & Sukirno, 2019). Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh (Dewi, Titisari, & Siddi, 2022), (Fadella, Dewi, & Fajri,

2020) membuktikan bahwa tingkat inflasi berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Oleh karena itu, hipotesis yang diusulkan dalam penelitian ini adalah:

H₁: Tingkat Inflasi berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pertumbuhan Laba

Semakin besar ukuran perusahaan, semakin tinggi kemungkinan perusahaan tersebut untuk tumbuh dan menghasilkan laba. Hal ini karena perusahaan besar memiliki sumber daya yang lebih besar untuk berinvestasi dan mengembangkan bisnisnya. Berdasarkan teori sinyal, perusahaan besar akan memberikan informasi laporan keuangan untuk menarik investor. Hal ini karena laporan keuangan memberikan sinyal positif untuk investor serta menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik. Disamping itu, perusahaan besar memiliki reputasi yang lebih baik di mata investor (Anggraini & Rivandi, 2023). Sehingga perusahaan tersebut dapat bertahan dalam persaingan industri. Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh (Anggraini & Rivandi, 2023), (Dini *et al.*, 2021), dan (Agus Petra *et al.*, 2020) membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Oleh karena itu, hipotesis yang diusulkan dalam penelitian ini adalah:

H₂: Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba

Pengaruh Price Earning Ratio Terhadap Pertumbuhan Laba

Price earning ratio merupakan salah satu rasio keuangan yang sering digunakan dalam analisis saham. *Price earning ratio* menggambarkan ekspektasi pasar terhadap pertumbuhan laba perusahaan di masa depan. PER yang tinggi menunjukkan bahwa investor bersedia membayar lebih mahal untuk mendapatkan saham perusahaan tersebut, karena investor mengharapkan perusahaan tersebut memiliki pertumbuhan laba yang tinggi di masa depan. Sebaliknya PER yang rendah menunjukkan pertumbuhan laba yang rendah atau stabil. Berdasarkan teori sinyal, perusahaan yang mempunyai PER yang tinggi merupakan tanda sinyal positif bagi investor. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh (Indrarini & Wijaya, 2021) dan Nita Astuti (2023) membuktikan bahwa *price earning ratio* berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Oleh karena itu, hipotesis yang diusulkan dalam penelitian ini adalah:

H₃: *Price Earning Ratio* berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba.

Metode Penelitian

Metode penelitian dalam penelitian ini yaitu metode asosiatif kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis data berupa analisis regresi linear berganda yang dibantu melalui aplikasi SPSS versi 26. Populasi dalam penelitian ini yaitu Perusahaan yang termasuk dalam Indeks IDX Growth 30 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2023 sesuai dengan Lampiran Peng-00195/BEI.POP/07-2023 tanggal 27 Juli 2023. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling sehingga menghasilkan sebanyak 125 data sampel penelitian. Penelitian ini juga menggunakan pengujian berupa uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas) dan uji hipotesis (uji t, uji F, dan determinasi).

Hasil

Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran tentang data yang digunakan dalam penelitian, dengan mengungkapkan nilai terendah (minimum), nilai tertinggi (maksimum), nilai rata-rata, dan nilai standar deviasi dari keseluruhan variabel yang digunakan. Adapun hasil uji statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel 2, sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Tingkat Inflasi	125	1,68	5,51	2,9820	1,37761
Ukuran Perusahaan	125	15,44	35,23	30,8147	3,68270
Price Earning Ratio	125	-38,29	397,64	24,7227	44,51867
Pertumbuhan Laba	125	-48,35	7,97	-,4350	4,71901
Valid N (listwise)	125				

Sumber: Data Sekunder Diolah (2024)

Dari hasil tabel uji statistik deskriptif di atas dapat diinterpretasikan variable Tingkat inflasi terdapat 125 responden (N) dengan nilai terendah (minimum) 1,68 dan nilai tertinggi (maksimum) 5,51. Nilai rata-rata (*mean*) sebesar 2,9820 dan standar deviasi sebesar 1,37761. Variable Ukuran perusahaan terdapat 125 responden (N) dengan nilai terendah (minimum) 15,44 dan nilai tertinggi (maksimum) 35,23. Nilai rata-rata (*mean*) sebesar 30,8147 dan standar deviasi sebesar 3,68270. Variable *price earning ratio* (PER) terdapat 125 responden (N) dengan nilai terendah (minimum)-38,29 dan nilai tertinggi (maksimum)397,64. Nilai rata-rata (*mean*) sebesar 24,7227 dan standar deviasi sebesar 44,51867.

Uji Asumsi Klasik

Dalam uji asumsi klasik ini digunakan pengujian terhadap beberapa gejala penyimpangan klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang telah dijadikan sampel dalam penelitian ini terdistribusi normal atau tidak, karena data yang terdistribusi normal adalah data yang tersebar secara merata. Pengujian normalitas pada penelitian ini menggunakan analisis *Kolmogorov-Smirnov Normality Test*. Data akan dikatakan normal apabila nilai p-valuenya lebih besar dari taraf signifikansinya ($\alpha = 0,05$). Pada hasil uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* pertama, data yang digunakan dalam penelitian ini terdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat pada tabel bahwa nilai *Asymp. Sig (2-Tailed)* yang lebih kecil dari 0,05 yakni sebesar 0,000. Berdasarkan data awal yang digunakan yaitu 125 data, diperlukan perbaikan data dengan cara menghilangkan data ekstrim sebanyak 46 data berdasarkan pengujian *outlier* dengan *casewise diagnostics*. Sehingga sampel data yang tersisa yaitu 79 data. Kemudian, uji normalitas dilakukan kembali dan mendapatkan hasil uji normalitas sebagai berikut:

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		79
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,6026272
	Std. Deviation	,60727193
Most Extreme Differences	Absolute	,061
	Positive	,041
	Negative	-,061
Test Statistic		,061
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data Sekunder Diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig (2-Tailed)* kini melebihi tingkat signifikansi 0,05 dengan nilai 0,200. Dengan demikian, data yang tersisa setelah mengurangi data ekstrim sebanyak 79 data, dapat disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas Uji multikolinieritas Uji *multikolinieritas* bertujuan untuk menguji dan mengetahui apakah di dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara satu atau keseluruhan dari variabel independen. Model regresi dapat dikatakan baik jika tidak menunjukkan adanya korelasi atau hubungan antara variabel. Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi apakah terdapat gejala *multikolinieritas* dalam model regresi, dapat ditinjau dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Dalam pengujian multikolinieritas, keputusan dapat diambil berdasarkan kriteria berikut:

1. Jika nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinieritas.
2. Jika nilai *tolerance* < 0,1 dan nilai VIF > 10, maka terjadi multikolinieritas.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Tingkat Inflasi	.990	1.010
	Ukuran Perusahaan	.922	1.085
	Price Earning Ratio	.921	1.085

a. Dependent Variable: Pertumbuhan Laba

Sumber: Data Sekunder Diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas model regresi linear tersebut tidak mengalami gejala multikolinieritas. Hal ini dapat dilihat dari keseluruhan variabel independen, dinyatakan memiliki nilai *tolerance* > 0,1 yaitu variabel Tingkat Inflasi sebesar (0,990), Ukuran Perusahaan (0,992), dan *Price Earning Ratio (PER)* sebesar (0,921). Begitu pula nilai VIF yang menunjukkan hasil bahwa semua variabel nilainya < 10 yaitu variabel Tingkat Inflasi sebesar (1,010), Ukuran Perusahaan (1,085), dan *Price Earning Ratio (PER)* sebesar (1,085).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi tersebut terjadi adanya ketidaksamaan antar *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi dapat dikatakan baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas, yang berarti memiliki homogenitas varians atau homoskedastisitas. Dalam penelitian ini, untuk menentukan heteroskedastisitas peneliti menggunakan uji *spearman rho*. Pengambilan keputusan heteroskedastisitas dapat ditentukan dengan dasar sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi > dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi < dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations					
		Tingkat Inflasi	Ukuran Perusahaan	Price Earning Ratio	Unstandardized Residual
Tingkat Inflasi	Correlation Coefficient	1,000	,055	-,035	-,208
	Sig. (2-tailed)	.	,633	,761	,066
	N	79	79	79	79
Ukuran Perusahaan	Correlation Coefficient	,055	1,000	-,123	-,219
	Sig. (2-tailed)	,633	.	,281	,053
	N	79	79	79	79
Price Earning Ratio	Correlation Coefficient	-,035	-,123	1,000	-,135
	Sig. (2-tailed)	,761	,281	.	,235
	N	79	79	79	79
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-,208	-,219	-,135	1,000
	Sig. (2-tailed)	,066	,053	,235	.
	N	79	79	79	79

Sumber: Data Sekunder Diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji *Spearman Rho* dapat dilihat bahwa nilai signifikansi semua variabel $> 0,05$ yaitu variabel Tingkat Inflasi sebesar (0,066), Ukuran Perusahaan sebesar (0,053), dan *Price Earning Ratio* (PER) sebesar (0,235), sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi linear tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi linear memiliki korelasi antara kesalahan pengganggu (residual) pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (periode sebelumnya). Model regresi dapat dikatakan baik jika tidak mengalami autokorelasi karena keberadaan autokorelasi dapat menimbulkan masalah dalam model regresi. Autokorelasi dapat terjadi karena adanya residual yang tidak bebas dari satu Observasi ke obserasi lainnya. Penelitian ini melakukan uji autokorelasi menggunakan metode uji *Durbin-Watson (DW test)* dengan ketentuan $dU < DW < 4-dU$.

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b		
Model	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,57251	1,723
a. Predictors: (Constant), Price Earning Ratio, Tingkat Inflasi, Ukuran Perusahaan		
b. Dependent Variable: Pertumbuhan Laba		

Sumber: Data Sekunder Diolah (2024)

Berdasarkan hasil dari pengujian *Durbin-Watson* di atas menunjukkan nilai perhitungan sebesar 2,214. Sedangkan nilai dU pada tabel DW untuk 79 data dan 3 variabel Independen yaitu. Setelah dilakukan perbandingan dengan menggunakan kriteria $dU < DW < 4-dU$ yaitu $1,7141 < 1,723 < 2,277$. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi linear tidak mengalami autokolerasi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu Tingkat Inflasi (X1), Ukuran Perusahaan (X2), dan *Price Earning Ratio* (PER) (X3) terhadap variabel dependen yaitu Pertumbuhan Laba (Y). Model analisis regresi berganda dalam penelitian ini yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$$

Adapun hasil uji analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 7, sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	-3,128	1,780	
	Tingkat Inflasi	,029	,047	,068
	Ukuran Perusahaan	,096	,057	,188
	Price Earning Ratio	,010	,003	,367

a. Dependent Variable: Pertumbuhan Laba

Sumber: Data Sekunder Diolah (2024)

Dari hasil pengolahan data menggunakan SPSS yang telah disajikan di atas, dapat diketahui bahwa nilai konstanta dalam kolom Unstandardized Coefficients adalah -3,128, nilai koefisien variabel tingkat inflasi sebesar 0,029, nilai koefisien variabel ukuran perusahaan sebesar 0,096, dan nilai koefisien variabel *price earning ratio* sebesar 0,010. berdasarkan output SPSS maka diperoleh persamaan regresi dari model regresi linear berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = -3,128 + 0,029X_1 + 0,096X_2 + 0,010X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan analisis regresi linear berganda yang telah dipaparkan, maka nilai konstanta dan masing-masing koefisien variabel dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (α) sebesar -3,128 berarti bahwa pada saat masing-masing variabel independen yaitu tingkat inflasi, ukuran perusahaan, dan *price earning ratio* dianggap konstant maka akan terjadi penurunan pada variabel dependen yaitu pertumbuhan laba sebesar -3,128.
2. Nilai koefisien variabel tingkat inflasi sebesar 0,029 berarti bahwa pada saat variabel tingkat inflasi mengalami peningkatan sebesar 1, maka akan terjadi peningkatan pada variabel dependen yaitu pertumbuhan laba sebesar 0,029.
3. Nilai koefisien variabel ukuran perusahaan sebesar 0,096 berarti bahwa pada saat variabel ukuran perusahaan mengalami peningkatan sebesar 1, maka akan terjadi peningkatan pada variabel dependen yaitu pertumbuhan laba sebesar 0,096.
4. Nilai koefisien variabel *price earning ratio* sebesar 0,010 berarti bahwa pada saat variabel *price earning ratio* mengalami peningkatan sebesar 1, maka akan terjadi peningkatan pada variabel dependen yaitu pertumbuhan laba sebesar 0,010.

Uji Hipotesis

1. Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Uji signifikan parsial (uji t) digunakan untuk menguji dan mengetahui seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel independen secara individual yang digunakan untuk menerangkan jumlah variasi dalam variabel dependen. Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Tingkat signifikansi digunakan untuk menentukan hasil uji t signifikan atau tidak. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi, maka hasil uji T signifikan dan hipotesis nol ditolak. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih besar dari tingkat signifikansi, maka hasil uji T tidak signifikan dan hipotesis nol diterima. Adapun uji hipotesis dilakukan dengan membandingkan daerah penerimaan dan daerah penolakan yang telah ditetapkan sebagai berikut:

H_0 : Variabel independen secara individual tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

H_a : Variabel independen secara individual memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Uji T dapat diukur dengan membandingkan nilai T_{hitung} dan nilai T_{tabel} berdasarkan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ atau nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Jika nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Adapun hasil uji signifikansi parsial (uji t) dapat dilihat pada tabel 8 dibawah ini:

Tabel 8
Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3,128	1,780		-1,757	,083
	Tingkat Inflasi	,029	,047	,068	,631	,530
	Ukuran Perusahaan	,096	,057	,188	1,679	,097
	Price Earning Ratio	,010	,003	,367	3,277	,002

a. Dependent Variable: Pertumbuhan Laba

Sumber: Data Sekunder Diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji t maka pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel independen adalah sebagai berikut:

H_1 : Tingkat Inflasi berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba

Berdasarkan hasil uji T menunjukkan bahwa variabel tingkat inflasi memiliki nilai t_{hitung} sebesar 0,631 dan nilai signifikansi sebesar 0,530. Nilai t_{hitung} lebih kecil dibandingkan dengan t_{tabel} yaitu $0,631 < 1,99210$ dan nilai signifikansi $0,530 > 0,05$, artinya H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian, variabel Tingkat inflasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak.

H_2 : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba

Berdasarkan hasil uji T menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan laba memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,679 dan nilai signifikansi sebesar 0,097. Nilai t_{hitung} lebih kecil dibandingkan dengan t_{tabel} yaitu $1,679 < 1,99210$ dan nilai signifikansi $0,097 > 0,05$, artinya H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian, variabel ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 ditolak.

H_3 : Price Earning Ratio berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba

Berdasarkan hasil uji T menunjukkan bahwa variabel *price earning ratio* memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,277 dan nilai signifikansi sebesar 0,002. Nilai t_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} yaitu $3,277 > 1,99210$ dan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$, artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, variabel *price earning ratio* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima.

2. Uji Model Fit (Uji F)

Uji Model Fit (Uji F) digunakan untuk menguji ketepatan model regresi linear berganda apakah memiliki kecocokan dengan data yang sebenarnya atau tidak. Uji model *fit* (uji F) ini pada dasarnya mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel indepen secara bersama-sama atau secara gabungan dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$).

Uji F dapat diukur dengan membandingkan nilai F_{hitung} dan nilai F_{tabel} berdasarkan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Adapun hasil uji model fit (uji F) dapat dilihat pada tabel 9 dibawah ini:

Tabel 9. Uji Model Fit (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3,824	3	1,275	3,889	,012 ^b
	Residual	24,582	75	,328		
	Total	28,407	78			
a. Dependent Variable: Pertumbuhan Laba						
b. Predictors: (Constant), Price Earning Ratio, Tingkat Inflasi, Ukuran Perusahaan						

Sumber: Data Sekunder Diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa nilai dari F_{hitung} pada model regresi sebesar 3,889 dengan nilai signifikansi sebesar 0,012. Dari hasil tersebut terindikasi bahwa nilai F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} , yaitu $3,889 > 2,72$ dan nilai signifikansi $0,012 < 0,05$, artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, bahwa variabel tingkat inflasi, ukuran perusahaan, dan *price earning ratio* terhadap pertumbuhan laba sesuai dengan data yang sedang diteliti atau didukung oleh data.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan model dalam menjelaskan perubahan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol dan satu atau (0-1). Nilai koefisien determinasi dapat dihitung dengan rumus $KD = R^2 \times 100\%$. Nilai (R^2) yang kecil menunjukkan bahwa variabel independen memiliki kemampuan yang terbatas dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya nilai (R^2) yang mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel independen memberikan hamper semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki kelemahan yaitu adanya keberpihakan terhadap jumlah variabel independen. Oleh karena itu, dalam penelitian ini menggunakan nilai koefisien determinasi *adjusted R square* untuk menunjukkan apakah nilai R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model. Semakin besar nilai koefisien determinasi, maka semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Adapun hasil uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel 10 dibawah ini:

Tabel 10. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.367 ^a	.135	.100	.57251
a. Predictors: (Constant), Price Earning Ratio, Tingkat Inflasi, Ukuran Perusahaan				
b. Dependent Variable: Pertumbuhan Laba				

Sumber: Data Sekunder Diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi tersebut, nilai dari *Adjusted R Square* menunjukkan bahwa nilainya sebesar 0,100. Nilai ini mengindikasikan mengenai kemampuan variabel independen yaitu tingkat inflasi, ukuran perusahaan, dan *price earning ratio* terhadap variabel dependen yaitu pertumbuhan laba sebesar 10% dan sisanya sebesar 90% dipengaruhi oleh variabel yang belum tercakup di dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Tingkat Inflasi Terhadap Pertumbuhan Laba

Hasil penelitian di atas, variabel tingkat inflasi memiliki nilai t_{hitung} sebesar 0,631 dan nilai signifikansi sebesar 0,530. Nilai t_{hitung} lebih kecil dibandingkan dengan t_{tabel} yaitu $0,631 < 1,99210$ dan nilai signifikansi $0,530 > 0,05$, artinya variabel tingkat inflasi tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Sehingga hipotesis pertama yang menyatakan bahwa tingkat inflasi berpengaruh terhadap pertumbuhan

laba ditolak. Tingkat inflasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur sejauh mana inflasi mempengaruhi penjualan suatu perusahaan. Dalam konteks teori sinyal, maka tingkat inflasi tidak selaras dengan konsep dari teori sinyal yang melandasi penelitian ini. Dimana, dari teori tersebut menyatakan tingkat inflasi yang tinggi dapat memiliki dampak negatif terhadap perekonomian sehingga dapat meningkatkan resiko bisnis suatu perusahaan. Tingkat inflasi yang tinggi menurunkan daya beli, sehingga permintaan terhadap barang dan jasa menurun dan pada akhirnya membuat pertumbuhan laba suatu perusahaan menjadi terhambat. Hal ini terjadi karena tingkat laba suatu perusahaan sangat bergantung pada besarnya penjualan yang dilakukan oleh perusahaan (Nurrini & Sukirno, 2019). Akan tetapi, hasil dari penelitian ini menunjukkan sebaliknya, yang menyatakan bahwa tingkat inflasi tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba yang berarti perusahaan dapat menjaga besarnya penjualan tetap stabil maka tingkat inflasi tidak mempengaruhi pertumbuhan laba.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Meyca & Amrullah, 2020) dan (Dini, Farren, & Suprianti, 2021) yang menyatakan bahwa tingkat inflasi tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Namun, hasil penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Dewi, Titisari, & Siddi, 2022) dan (Fadella, Dewi, & Fajri, 2020) yang menyatakan bahwa tingkat inflasi berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Artinya semakin tinggi tingkat inflasi, semakin rendah daya beli masyarakat yang berakibat menurunnya pendapatan perusahaan sehingga tingginya tingkat inflasi berpengaruh terhadap pertumbuhan laba.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pertumbuhan Laba

Hasil penelitian di atas, variabel pertumbuhan laba memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,679 dan nilai signifikansi sebesar 0,097. Nilai t_{hitung} lebih kecil dibandingkan dengan t_{tabel} yaitu $1,679 < 1,99210$ dan nilai signifikansi $0,097 > 0,05$, artinya variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Sehingga hipotesis kedua yang menyatakan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba ditolak. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan untuk tumbuh dan menghasilkan laba perusahaan. Semakin besar jumlah aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka akan meningkatkan kepercayaan investor kepada perusahaan. Dalam konteks teori sinyal, maka ukuran perusahaan tidak selaras dengan konsep dari teori sinyal yang melandasi penelitian ini. Dimana, dari teori tersebut menyatakan bahwa perusahaan akan memberikan informasi laporan keuangan untuk menarik investor. Hal ini karena laporan keuangan memberikan sinyal positif untuk investor serta menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik. Disamping itu, perusahaan besar memiliki reputasi yang lebih baik di mata investor (Anggraini & Rivandi, 2023). Akan tetapi, hasil dari penelitian ini menunjukkan sebaliknya, yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba yang berarti nilai ukuran perusahaan yang dimiliki suatu perusahaan tidak mempengaruhi pertumbuhan laba.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Dewi, Titisari, & Siddi, 2022) yang menyatakan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Hal ini dapat diartikan bahwa seberapa besar atau kecil nilai ukuran perusahaan tidak akan mempengaruhi pertumbuhan laba. Namun, hasil penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Anggraini & Rivandi, 2023), (Dini *et al.*, 2021), dan (Agus Petra *et al.*, 2020) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Artinya apabila ukuran perusahaan mengalami peningkatan maka pertumbuhan laba mengalami penurunan. Ini menunjukkan bahwa perusahaan kurang efektif dalam memanfaatkan aset yang dimiliki oleh perusahaan.

Pengaruh Price Earning Ratio Terhadap Pertumbuhan Laba

Hasil penelitian diatas, variabel *price earning ratio* memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,277 dan nilai signifikansi sebesar 0,002. Nilai t_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} yaitu $3,277 > 1,99210$ dan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$, artinya variabel *price earning ratio* . Sehingga hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa *price earning ratio* berpengaruh terhadap pertumbuhan laba diterima. *Price earning ratio* dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menggambarkan ekspektasi pasar terhadap pertumbuhan laba. Dalam konteks teori sinyal, maka *price earning ratio* selaras dengan konsep dari teori sinyal yang melandasi penelitian ini. Dimana, dari teori tersebut menyatakan bahwa perusahaan yang mempunyai *price earning ratio* yang tinggi merupakan tanda sinyal positif bagi investor. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan teori tersebut, yang menyatakan bahwa *price earning ratio* berpengaruh pertumbuhan laba yang berarti *price earning ratio* yang diambil oleh perusahaan mempengaruhi pertumbuhan laba. Dengan asumsi bahwa investor bersedia membayar lebih mahal untuk mendapatkan saham perusahaan karena perusahaan memiliki prospek yang baik terhadap pertumbuhan laba.

Hasil penelitian ini ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Indrarini & Wijaya, 2021) dan Nita Astuti (2023) membuktikan bahwa *price earning ratio* berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Namun, hasil penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Damayanti, Korawijayanti, & Karyanti, 2020) yang menyatakan bahwa *price earning ratio* tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Artinya *price earning ratio* menggambarkan prospek perusahaan, para investor memperoleh pertimbangan dalam membuat keputusan investasi. Dimana investasi modal tersebut selanjutnya diaplikasikan dalam kegiatan operasional perusahaan dengan tujuan untuk menghasilkan keuntungan. Namun, *price earning ratio* tidak selalu dapat mendorong laba perusahaan.

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari 3 hipotesis yang diajukan terdapat 1 faktor yang mempengaruhi pertumbuhan laba yaitu *price earning ratio* berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan perusahaan dengan Indeks lainnya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia seperti LQ45, IDX30, IDX BUMN20, dan lain lain. Menambah periode agar mendapatkan hasil yang lebih akurat serta dapat menggunakan variabel lainnya seperti TATO, *Net Profit Margin* dan sebagainya.

Referensi

- Agus Petra, B., Apriyanti, N., Agusti, A., & Yulia, Y. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Current Ratio dan Perputaran Persediaan terhadap Pertumbuhan Laba. *Jurnal Online Insan Akuntan*, 5(2), 197–214.
- Aisyah, R., & Widhiastuti, R. N. (2021). Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2010-2019. *Remittance: Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Perbankan*, 2(1), 1-9.
- Anggraini, J., & Rivandi, M. (2023). Return On Assets Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pertumbuhan Laba Perusahaan Consumer Goods Tahun 2018–2021. *Jurnal Riset Akuntansi*, 1(2), 173-187.
- Amrullah, L. M. S., & Widyawati, D. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Tingkat Inflasi Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 10(6), 8-23.
- Asiyam, N., Busro, M. A., & Suratminingsih, S. (2022). Pengaruh Kurs dan Inflasi Terhadap Pertumbuhan Laba pada PT Bank Central Asia Syariah Tbk, Periode Tahun 2012-2019. *Jurnal Neraca Peradaban*, 2(3), 188-196. <https://doi.org/10.55182/jnp.v2i3.205>
- Astuti, N. (2023). Net Profit Margin, Price Earning Ratio, Dan Debt Equity Ratio Dampaknya Terhadap Pertumbuhan Laba. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(12), 4713-4722.

- Bahari, S. M., & Setyawan, S. (2022). Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021. *JISMA: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, dan Akuntansi*, 1(4), 597-606.
- Bursa Efek Indonesia. (2023). *Laporan Keuangan dan Tahunan*. Pontianak: Bursa Efek Indonesia.
- Caroline, E. (2019). *Metode Kuantitatif*. Surabaya: Penerbit Media Sahabat Cendekia.
- Damayanti, D. G., & Rahayu, Y. (2018). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas dan Tingkat Inflasi Terhadap Pertumbuhan Laba pada Perusahaan Sektor Perbankan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 7(10), 24-38.
- Damayanti, F. D., Korawijayanti, L. K., & Karyanti, T. D. (2020). Analisis Kemampuan Current Ratio, Return on Total Assets, Debt to Total Assets, Total Assets Turnover, dan Price Earning Ratio Dalam Memprediksi Pertumbuhan Laba pada Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2013-2017. *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (AKUNBISNIS)*, 3(1), 24-38.
- Dewi, T. K. K., Titisari, K. H., & Siddi, P. (2022). Pengaruh Lverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Tingkat Inflasi Terhadap Pertumbuhan Laba. *Owner*, 6(2), 1249–1259. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.669>
- Digdowiseiso, K., & Santika, S. (2022). Pengaruh Rasio Solvabilitas, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Pertambangan Batubara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2020. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(3), 1182-1193.
- Dini, S., Farren, & Suprianti, M. (2021). Pengaruh Inflasi, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Ekobistek*, 10(2), 100–107. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v10i2.110>
- Fadella, F. F., Dewi, R. R., & Fajri, R. N. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Laba. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 11(2), 12-29.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi Ismanto, S. E., & Pebruary, S. (2021). *Aplikasi SPSS dan Eviews dalam analisis data penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Hayuningtyias, D., & Nur, D. I. (2022). Analisis Pertumbuhan Laba Pada Sub Sektor Perbankan: Bukti Empiris Bursa Efek Indonesia. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(1), 74–80. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i1.1817>
- Hidayati, N., & Purwitosari, Y. (2020). Pengaruh Tingkat Kesehatan Bank terhadap Pertumbuhan Laba. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 5(1), 68-80.
- Indrarini, S., & Wijaya, A. M. (2021). Pengaruh Current Ratio, Debt To Equity Ratio, Total Assets Turn Over, Return On Assets, Earning Per Share Dan Price Earning Ratio Terhadap Pertumbuhan Laba. *Akubis: Akuntansi dan Bisnis*, 8(1), 01-09.
- Nurrini, I. W., & Sukirno, S. (2019). Kemampuan Rasio Keuangan, Inflasi, dan Gross Domestic Product (GDP) dalam Memprediksi Pertumbuhan Laba Perusahaan. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 7(3), 7-21.
- Petra, B. A., Apriyanti, N., Agusti, A., Nesvianti, N., & Yulia, Y. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Current Ratio dan Perputaran Persediaan terhadap Pertumbuhan Laba. *Jurnal Online Insan Akuntan*, 5(2), 197-214.
- Rahmadani, D. M., & Amanah, L. (2020). Pengaruh Tingkat Inflasi, Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Profitabilitas. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 9(2), 4-16.
- Saraswati, S. A. M., & Nurhayati, I. (2022). Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Kompak: Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 15(1), 241-254.
- Sudjiman, L. S., & Sudjiman, P. E. (2022). Analisis Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur

- Sektor Industri Otomotif Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Tahun 2016-2020. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 3(10), 35-54.
- Sugiyono, P. D. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D)*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Yuliana, M. V., & Djunaedi, M. K. D. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Likuiditas Terhadap Pertumbuhan Laba. *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis dan Teknologi*, 9(1), 23-34.
- Yulianta, Y., & Nurjaya, N. (2021). Pengaruh Kurs dan Inflasi terhadap Pertumbuhan Laba pada Pt. Bank Central Asia Syariah Tbk, Periode Tahun 2012-2019. *Jurnal Neraca Peradaban*, 1(2), 136-147. <https://doi.org/10.55182/jnp.v1i2.37>