

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A Tinjauan Penelitian Terdahulu

Rahim et al. (2023) mengatakan metode analisis regresi linear sederhana dimanfaatkan untuk menilai dampak sertifikat halal terhadap peningkatan pendapatan penjualan di sektor Makanan dan Minuman di kota Makassar. Untuk pengambilan sampel, penelitian ini menggunakan purposive sampling, dan terdapat 30 perusahaan yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Temuan dari penelitian yang menggunakan metode analisis regresi linear sederhana mengungkapkan bahwa sertifikat halal berpengaruh sebesar 41.3%, sementara sisanya sebesar 58.7% dapat diuraikan oleh variabel lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini.

Manik et al. (2024) menggunakan regresi linear berganda dan t hitung, nilai t hitung yang diperoleh adalah 7,353 dan lebih besar dari t tabel (7,353 lebih besar dari 0,1660). Dari hasil analisis regresi, terlihat bahwa variabel Kebutuhan memiliki nilai t hitung sebesar 1,839 dengan nilai signifikansi 0,069. Ini menunjukkan bahwa t hitung lebih kecil dari t tabel (1,839 lebih besar dari 1,660). Total jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 orang. Hasil dari uji R² menunjukkan bahwa variabel X (independen) memberikan dampak sebesar 31,5% pada variabel Y (terikat), sedangkan 68,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Aghnitama et al. (2021) dengan penelitian berjudul “Pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan pada Indeks Investor33 di BEI”. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 14 perusahaan yang terdaftar sebagai anggota indeks Investor33 pada periode 2017 sampai 2019. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap Return on Asset (ROA) dan Return on Investment (ROI), namun tidak berpengaruh terhadap Return on Equity (ROE).

Selanjutnya terdapat penelitian Paramitha and Dama (2021) dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Perputaran Modal Kerja dan Leverage Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019”. Sampel yang layak diambil berjumlah 22 perusahaan yang diurutkan melalui teknik purposive sampling. Untuk analisis data, penelitian ini menerapkan metode analisis regresi linier berganda. Temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan dan leverage memberikan dampak pada profitabilitas, sedangkan perputaran modal tidak memiliki pengaruh terhadap profitabilitas.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahlu

No.	Nama (Nama) Penulis	Judul Artikel	Metode: Objek/Variabel/Analisis	Hasil
1.	Rahim Syamsuri, Sari Tiara Halifah Puspa, Wahyuni Nur (2023)	Pengaruh Sertifikat Halal Terhadap Peningkatan Pendapatan Penjualan Usaha di Sektor Food And Beverage Kota Makassar Jurnal Ilmiah Bisnis & Kewirausahaan vol 12(1)	* Objek: perusahaan yang terdaftar di BEI Makassar * Populasi & Sampel: 30 perusahaan makanan dan minuman di Makassar * Variabel/UA: 1. Variabel Independen X1= Sertifikat Halal 2. Variabel Dependen Y= Peningkatan Pendapatan * Analisis Data: Analisis regresi linear sederhana, analisis statistik deskriptif, uji validitas dan realibilitas.	Hasil dari penelitian menggunakan analisis regresi linear sederhana mengungkapkan bahwa pengaruh dari sertifikat halal mencapai 41.3%, sementara sisa 58.7% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini..
2.	Manik Berliana Dwi Nagita, Barus Elida Elfi, Waqqosh Abi (2024)	Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Peningkatan Jumlah Penjualan Produk UMKM (Studi Kasus Kota Binjai) Jurnal Ekonomi Islam vol 12 (1)	* Objek: Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kota Binjai * Populasi & Sampel: semua pelanggan dan pelaku usaha mikro, kecil, serta menengah. Sampel diambil dengan metode pengacakan yang melibatkan 100 partisipan. * Variabel/UA: 1. Variabel Independen X1= Sertifikasi halal 2. Variabel Dependen Y= Peningkatan Jumlah Penjualan Produk UMKM	Berdasarkan hasil analisis regresi, ditemukan bahwa variabel jaminan memiliki nilai t yang dihitung sebesar 6,634 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Ini berarti t yang dihitung lebih besar daripada t tabel (6,634 lebih besar daripada 1,660). Semua variabel yang bebas (X1)

			<p>* Analisis Data: analisis regresi linear sederhana</p>	<p>dan hasil pengujian R² menunjukkan bahwa variabel X (independen) mempengaruhi sebesar 31,5% terhadap variabel Y (dependen), sementara sisanya yang sebesar 68,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya.</p>
3.	<p>Aghnitama Rivan Dwi, Aufa Alhiqni Raya, Hersugondo</p>	<p>Pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan pada Indeks Investor33 di BEI</p> <p>Jurnal Akuntansi dan Manajemen vol 18 (2)</p>	<p>* Objek: perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam indeks Investor33 di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017 hingga 2020</p> <p>* Populasi & Sampel: 40 perusahaan di BEI. Jumlah sampel sebanyak 14 perusahaan.</p> <p>* Variabel/UA: 1. Variabel Independen X1= Ukuran Perusahaan 2. Variabel Dependen Y= Profitabilitas</p> <p>* Analisis Data: analisis regresi linier berganda</p>	<p>Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap Return on Asset (ROA) dan Return on Investment (ROI), sementara tidak memberikan pengaruh terhadap Return on Equity (ROE).</p>
4	<p>Tirtanata Paramitha, Yanti Lia Dama (2021)</p>	<p>Pengaruh Ukuran Perusahaan, Perputaran Modal Kerja dan Leverage Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan</p>	<p>* Objek : _ Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019</p> <p>* Populasi dan sampel : Populasinya ialah Industri</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap</p>

		Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019 Jurnal Economi-Financial Vol 3	Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019. Sampel 22 perusahaan. * Variabel/UA: 1. Variabel Independen X1= Ukuran perusahaan X2=Perputaran modal kerja X3=leverage 2. Variabel Dependen Y= profitabilitas * Analisis Data : analisis regresi linier berganda	profitabilitas dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Perputaran modal kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas dengan nilai signifikansi $0,265 > 0,05$ dan leverage berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.
--	--	---	--	---

B Teori dan Kajian Pustaka

1. Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Legitimacy theory, yaitu salah satu teori yang paling sering dibahas dalam bidang akuntansi sosial dan lingkungan. Perusahaan semakin menyadari bahwa keberlangsungan hidup perusahaan ditentukan oleh interaksi dengan komunitas dan lingkungan di mana mereka beroperasi. Ini sejalan dengan teori keberlangsungan yang mengungkapkan bahwa perusahaan memiliki kesepakatan dengan masyarakat untuk menjalankan aktivitas yang berlandaskan nilai keadilan, serta bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk mengesahkan tindakan mereka. Teori Legitimasi mengindikasikan bahwa organisasi perlu berusaha meyakinkan bahwa mereka

bertindak sesuai dengan ketentuan dan norma yang berlaku di masyarakat (Badjuri et al., 2021). Untuk memperoleh kepercayaan konsumen, peningkatan mutu produk dan layanan wajib dilakukan oleh perusahaan. Teori legitimasi menunjukkan bahwa perusahaan besar akan memiliki tanggung jawab yang lebih besar daripada perusahaan kecil (Badjuri et al., 2021).

2. Ukuran Perusahaan

Aziz et al. (2021) mengatakan ukuran perusahaan adalah ukuran yang menunjukkan seberapa besar atau kecilnya perusahaan yang dibangun oleh individu atau kelompok dalam mencapai tujuannya. Perusahaan yang besar biasanya lebih menarik perhatian publik, sehingga perusahaan tersebut cenderung berusaha untuk mempertahankan kestabilan dan operasionalnya. Perusahaan dengan operasi yang luas dan secara langsung berdampak pada masyarakat harus memperhatikan program sosial dan laporan keuangannya untuk dapat menginformasikan tanggung jawab sosial perusahaan kepada pemegang saham.

a. Jenis Perusahaan

Berdasarkan Undang-Undang Nomor. 9 Tahun 1995 mengenai usaha kecil, perusahaan terbagi menjadi dua jenis, antara lain:

1. Perusahaan kecil

Perusahaan kecil ialah entitas hukum yang didirikan di Indonesia dengan karakteristik yaitu memiliki total aset atau kekayaan tidak lebih dari Rp. 20 Miliar, tidak termasuk dalam kelompok afiliasi dan dioperasikan oleh pihak yang bukan merupakan perusahaan kecil atau menengah, serta tidak dikategorikan sebagai reksadana.

2. Perusahaan menengah atau Perusahaan besar

Perusahaan menengah atau perusahaan besar adalah kegiatan perekonomian yang memenuhi syarat kekayaan bersih atau pendapatan tahunan dari penjualan. Usaha ini mencakup perusahaan milik negara baik nasional maupun swasta, serta perusahaan asing yang beroperasi di Indonesia.

b. Kriteria Ukuran Perusahaan

Menurut Badan Standarisasi Nasional, ukuran perusahaan dibagi menjadi tiga kriteria, antara lain:

1. Perusahaan besar

Memiliki kriteria berupa aset bersih \geq Rp. 10 Miliar termasuk tanah dan bangunan. Juga memiliki penjualan \geq Rp. 50 Miliar per tahun.

2. Perusahaan menengah

Memiliki kriteria berupa aset atau kekayaan bersih Rp. 1 Miliar - 10 Miliar termasuk tanah dan bangunan. Dan memiliki hasil penjualan \geq Rp. 1 Miliar dan \leq Rp. 50 Miliar.

3. Perusahaan kecil

Memiliki kriteria berupa aset atau kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan dan memiliki hasil penjualan minimal Rp. 1 Miliar per tahunnya.

c. Indikator Ukuran Perusahaan

Menurut Moeljono (2005) ukuran perusahaan dapat diukur dengan mengevaluasi total aset, investasi, perputaran modal, peralatan produksi, jumlah karyawan, luas jaringan bisnis, pangsa pasar, volume produksi, nilai tambah, serta total pajak yang dibayarkan. Hal ini ternyata mencerminkan kenyataan bahwa perusahaan besar sering kali identik dengan korporasi.

Ukuran Perusahaan dapat diukur melalui berbagai aspek seperti total aset, total penjualan, investasi, keuntungan dan lain-lain. Nilai-nilai tersebut dapat menunjukkan apakah perusahaan tersebut tergolong besar atau kecil. Indikator ukuran perusahaan dalam penelitian ini adalah Total Aset. Ukuran perusahaan (SIZE), Aset merupakan segala sesuatu yang berupa kekayaan atau sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Dengan meningkatnya jumlah aset yang dimiliki, perusahaan akan dapat berinvestasi dengan lebih efisien dan memenuhi permintaan produk. Ini akan membantu meningkatkan pangsa pasar yang bisa dicapai, yang pada akhirnya akan berdampak positif terhadap keuntungan perusahaan. meningkatkan keuntungan perusahaan, yang pada akhirnya berdampak pada kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

3. Sertifikat Halal

Maksudi et al. (2023) mengatakan Sertifikasi halal diartikan sebagai proses pengujian yang dilakukan dengan cara terstruktur untuk memastikan apakah produk yang diproduksi oleh perusahaan sudah sesuai dengan ketentuan halal atau belum. Untuk dapat

menggunakan label halal pada kemasan produk, perusahaan perlu mendapatkan sertifikat halal yang dikeluarkan oleh lembaga pemerintah yang berwenang. Sertifikasi Halal MUI diperoleh untuk berbagai jenis produk seperti makanan, obat-obatan, kosmetik, dan barang lainnya agar dapat memastikan kehalalannya serta memberikan keyakinan kepada konsumen yang mengonsumsinya. Keberlanjutan dalam proses produksi halal dijamin oleh produsen melalui implementasi Sistem Jaminan Halal (LPPOM-MUI).

a. Tujuan Penerbitan Sertifikat Halal

Terdapat lima tujuan dari sertifikasi halal menurut Ayu (2023) antara lain:

1. Jaminan Kehalalan Produk

Sertifikasi halal memberikan kepastian kepada konsumen bahwa produk yang dikonsumsi telah terpenuhi syarat kehalalannya sesuai dengan syariat Islam. Hal ini sangat penting untuk memberikan perlindungan, keamanan, dan kenyamanan bagi konsumen Muslim dalam memilih produk yang akan dibeli.

2. Meningkatkan Daya Saing

Produk yang bersertifikat halal memiliki keunggulan kompetitif yang lebih baik di pasar lokal maupun global. Sertifikasi ini menjadi aset berharga yang diminati oleh pembeli, khususnya di negara-negara dengan warga yang mayoritasnya Muslim.

4. Menjamin Kualitas dan Keamanan

Sertifikasi halal tidak hanya menekankan pada kehalalan, tetapi juga memastikan mutu dan keselamatan barang. Produk halal harus memenuhi standar kebersihan dan kesehatan yang ketat, sehingga menarik bagi konsumen yang peduli akan keamanan pangan.

5. Mendukung Pertumbuhan Bisnis

Dengan adanya sertifikasi halal, pelaku usaha, terutama UMKM, dapat lebih mudah mengakses pasar yang lebih luas. Ini juga berfungsi sebagai nilai tambah yang dapat memperbaiki pandangan konsumen terhadap nilai produk.

6. Kepatuhan Terhadap Regulasi

Sertifikasi halal membantu pelaku usaha untuk mematuhi regulasi yang ditetapkan oleh pemerintah, untuk meyakinkan bahwasanya produk yang telah beredar di pasaran layak dikonsumsi.

b. Indikator Sertifikat Halal

Sertifikat MUI, Rahim et al. (2023) mengatakan Sertifikat Halal MUI merupakan penilaian resmi dari Majelis Ulama Indonesia yang menentukan keaslian suatu produk berdasarkan ajaran Islam. Sertifikat Halal dari MUI diperlukan untuk menampilkan label halal di kemasan produk, yang diterbitkan oleh LPPOM-MUI.

4. Profitabilitas

Paramitha and Dama (2021) mengatakan Profitabilitas adalah ukuran seberapa efektif perusahaan beroperasi untuk mendapatkan laba. Keuntungan yang diperoleh oleh suatu perusahaan dapat dinilai dengan membandingkan laba yang dihasilkan dari aktivitas utama perusahaan dengan sumber daya atau kekayaan yang dimiliki untuk mendatangkan profit. Profitabilitas ialah kunci untuk keberlangsungan dan pertumbuhan perusahaan. Faktor lain terkait dengan pertumbuhan penjualan yang dapat diketahui dari adanya jumlah penjualan yang meningkat dari tahun saat ini dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Sedangkan menurut Anthoni and Yusuf (2022) pengukuran profitabilitas menggunakan *Return on Asset* (ROA). Rasio Operasi Aset (ROA) menunjukkan seberapa besar kontribusi aset terhadap laba bersih. Ketika pengembalian aset meningkat, maka total laba bersih yang diperoleh dari setiap aset juga akan bertambah. Selain itu, profitabilitas juga dapat dinilai dengan menggunakan *Net Profit Margin* (NPM), yaitu rasio yang digunakan untuk menilai seberapa efektifnya perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari penjualannya (Tahulending et al., 2022). *Gross Profit Margin* (GPM) adalah rasio antara laba kotor dan total penjualan. Nilai yang lebih tinggi dari Gross Profit Margin menunjukkan kondisi operasi perusahaan yang lebih baik, karena menunjukkan bahwa biaya barang yang terjual lebih kecil nilainya dibandingkan dengan total penjualan perusahaan tersebut. Sedangkan, nilai Gross Profit Margin yang lebih rendah menandakan kondisi operasi perusahaan yang kurang baik (Tahulending et al., 2022). Menurut Tahulending et al.

(2022), ROE merupakan rasio yang digunakan untuk mengevaluasi laba bersih setelah pajak berkaitan dengan ekuitas, rasio ini menunjukkan seberapa baik perusahaan memanfaatkan modalnya. Evaluasi terhadap profitabilitas sebuah perusahaan perlu didasarkan pada informasi keuangan yang dipublikasikan atau yang terdapat dalam laporan keuangannya. Penilaian profitabilitas perusahaan harus mengacu pada data keuangan yang disediakan secara resmi atau yang tercantum dalam laporan keuangan perusahaan tersebut. Sebelum melakukan investasi, pentingnya investor dalam melakukan analisis terhadap laporan keuangan (Anthoni & Yusuf, 2022).

C Perumusan Hipotesis

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas

Perusahaan besar memiliki kekuatan yang lebih untuk bernegosiasi dengan pemasok dan pelanggan. Hal ini dapat mengarah pada pengurangan biaya dan peningkatan harga jual yang nantinya juga dapat meningkatkan profitabilitas. Dapat dikatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas melalui skala ekonomi, akses ke sumber daya, dan diversifikasi produk. Namun, tantangan seperti biaya administrasi yang tinggi dan birokrasi juga harus diperhatikan. Perlunya dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui bagaimana aspek-aspek ini berhubungan satu sama lain dalam konteks khusus di industri dan pasar.

Hasil penelitian ini didukung hasil penelitian yang dilakukan oleh (Maulana & Rahayu, 2022); (Gerinata, 2019); dan (Wilasmi et al., 2020). Sedangkan (Pangesti et al., 2022) mengatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap profitabilitas, Perusahaan besar dikatakan tidak selalu diiringi dengan kemampuan untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi, dan berlaku juga hal sebaliknya. Hal tersebut tergantung dari bagaimana perusahaan memberikan hasil berupa laba pada periode yang telah ditentukan.

Oleh sebab itu jika ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas, maka semakin besar ukuran perusahaan, semakin banyak sumber daya dapat digunakan untuk mendapatkan keuntungan. Hal ini juga meningkatkan peluang untuk menguasai pasar dan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Keberhasilan dalam mencapai profitabilitas yang tinggi tidak hanya ditentukan oleh ukuran, tetapi juga oleh pendekatan manajerial yang efisien dan inovasi yang berkesinambungan.

H1 : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas

Sertifikat Halal Mampu Memoderasi Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas

Adanya sertifikat halal pada suatu produk dapat berpengaruh pada peningkatan penjualan perusahaan dan pendapatan. Dengan dilatarbelakangi masyarakat yang mayoritas beragama muslim, perusahaan tentunya perlu mempertimbangkan untuk mendapatkan sertifikat halal agar produk yang diproduksi dapat dimanfaatkan oleh masyarakat. Dengan meningkatnya penjualan, perusahaan dapat memanfaatkan ekonomi skala, yang berarti biaya per unit dapat berkurang saat volume produksi meningkat. Hal ini berpotensi meningkatkan profitabilitas.

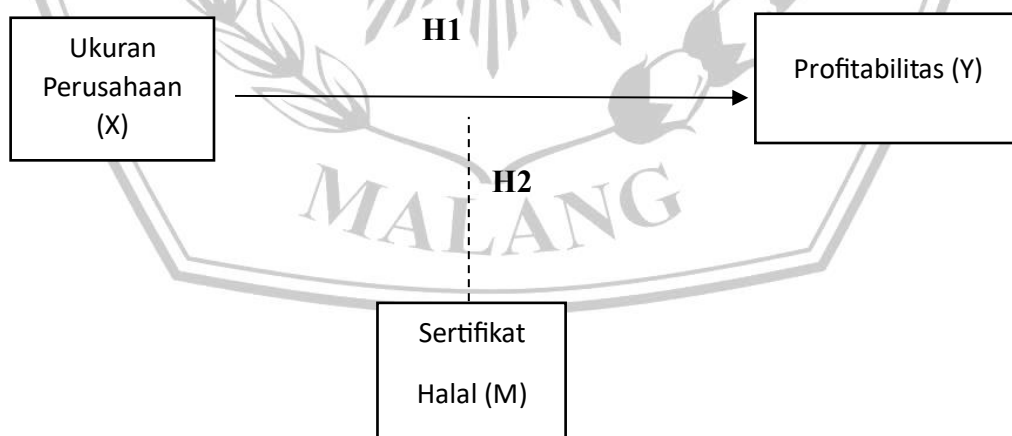
Hasil penelitian ini didukung hasil penelitian yang dilakukan oleh (Nadya, 2023); (Akbar & Rohman, 2023); dan (Atiah et al., 2022) menyatakan bahwa sertifikat halal berdampak positif pada penjualan dan dapat meningkatkan profitabilitas, terutama di industri makanan dan minuman. Menerapkan sertifikat halal dan menampilkan label halal dapat meningkatkan nilai industri tersebut. Dalam kenyataannya, produk makanan dan minuman dengan label halal di kemasannya dianggap produsen menciptakan rasa aman bagi konsumen. Sedangkan (Abdul, 2021) dan (Ramadhan & Handayani, 2024) menunjukkan label halal berpengaruh negatif terhadap minat beli produk, juga pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas. Jika terdapat peningkatan dalam penjualan, maka keuntungan perusahaan akan mengalami penurunan. Hubungan yang kuat

mengindikasikan bahwa pertumbuhan penjualan adalah elemen kunci yang berdampak pada profitabilitas perusahaan.

Kesimpulannya, sertifikat halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Dengan membangun keyakinan pelanggan, menciptakan akses pasar yang lebih luas, dan memperbaiki reputasi brand, perusahaan pemegang sertifikat halal dapat meraih hasil finansial yang lebih unggul. Maka dari itu, bagi perusahaan yang beroperasi di bidang yang bersangkutan, menginvestasikan waktu dan sumber daya untuk mendapatkan sertifikasi halal bukan hanya langkah strategis, tetapi juga investasi cerdas untuk masa depan.

H2 : Sertifikat halal mampu memoderasi hubungan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas

D Kerangka Konseptual



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual