

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Akuntansi

Beberapa para ahli yang mengemukakan definisi dari akuntansi, di antaranya sebagai berikut:

Menurut Charles T. Horngren, dan Walter T Harrison yang diterjemahkan oleh Gina Gania (2011:3) definisi akuntansi adalah sebagai berikut:

“Akuntansi adalah sistem informasi yang mengukur aktivitas bisnis, memproses data menjadi laporan, dan mengkomunikasikan hasilnya kepada para pengambil keputusan”.

Definisi akuntansi menurut Warren dkk yang diterjemahkan oleh Damayanti Dian (2009:9) adalah :

“Secara umum, akuntansi dapat didefinisikan sebagai sistem informasi yang menghasilkan laporan kepada pihak-pihak yang berkepentingan mengenai aktivitas ekonomi dan kondisi perusahaan”.

Sedangkan menurut *American Institute of Certified Public Accounting* (AICPA) dalam Sofyan Syafri Harahap (2011) mendefinisikan akuntansi sebagai berikut :

“Akuntansi adalah seni pencatatan, penggolongan, dan pengikhtisaran dengan cara tertentu dan dalam ukuran moneter, transaksi, dan kejadian-kejadian yang umumnya bersifat keuangan dan termasuk menafsirkan hasil-hasilnya”.

Berdasarkan dari beberapa pengertian akuntansi yang dikemukakan di atas, dapat disimpulkan bahwa akuntansi adalah proses pengidentifikasian, pengukuran, pencatatan dan pelaporan yang berkaitan dengan kejadian-kejadian ekonomi suatu organisasi atau entitas yang dijadikan sebagai informasi dalam rangka pengambilan keputusan yang tepat bagi para pemakainya.

2.1.2 Akuntansi Keuangan

2.1.2.1 Pengertian Akuntansi Keuangan

Akuntansi keuangan adalah akuntansi yang terutama menghasilkan informasi dalam bentuk laporan keuangan yang ditujukan pada pihak-pihak luar, seperti pajak, pemegang saham, pemerintah, masyarakat dan lain-lain. Contoh laporan keuangan adalah: 1. Neraca; 2. Laporan laba rugi; 3. Laporan perubahan modal.

Definisi akuntansi keuangan menurut Weygandt dkk yang dialihbahasakan oleh Emil Salim (2011:3) adalah sebagai berikut :

“Akuntansi keuangan adalah sebuah proses yang berakhir pada pembuatan laporan keuangan menyangkut perusahaan secara keseluruhan untuk digunakan baik oleh pihak-pihak internal maupun pihak eksternal”.

Sedangkan menurut Mamduh M Hanafi (2009:29) definisi akuntansi keuangan adalah sebagai berikut :

“Akuntansi keuangan adalah sistem pengakumulasian, pemrosesan, dan pengkomunikasian yang didesain untuk informasi pengambilan keputusan yang berkaitan dengan investasi dan kredit oleh pemakai eksternal”.

Akuntansi keuangan berhubungan dengan masalah pencatatan transaksi untuk suatu perusahaan atau organisasi dan penyusunan berbagai laporan berkala dari hasil pencatatan tersebut. Laporan ini yang disusun untuk kepentingan umum dan biasanya digunakan pemilik perusahaan untuk menilai prestasi manajer atau dipakai manajer sebagai pertanggungjawaban keuangan terhadap para pemegang saham.

Hal penting dari akuntansi keuangan adalah adanya Standar Akuntansi Keuangan (SAK) yang merupakan aturan-aturan yang harus digunakan di dalam pengukuran dan penyajian laporan keuangan untuk kepentingan eksternal. Dengan adanya acuan tersebut akan terdapat korelasi pada informasi yang dihasilkan. Hal ini karena adanya suatu keseragaman cara, metode, dan prosedur untuk mengolah transaksi-transaksi, sehingga dapat menghasilkan informasi keuangan yang dapat dipercaya. Dengan demikian, diharapkan pemakai dan penyusun laporan keuangan dapat berkomunikasi melalui laporan keuangan ini, sebab mereka menggunakan acuan yang sama yaitu SAK.

2.1.3 Likuiditas

2.1.3.1 Pengertian Likuiditas

Penyebab utama kejadian kekurangan dan ketidakmampuan perusahaan untuk membayar kewajibannya sebenarnya adalah akibat kelalaian manajemen perusahaan dalam menjalankan usahanya. Kemudian, sebab lainnya adalah sebelumnya pihak manajemen perusahaan tidak menghitung rasio keuangan yang diberikan sehingga tidak mengetahui bahwa sebenarnya kondisi perusahaan sudah

dalam keadaan tidak mampu lagi karena nilai utangnya lebih tinggi dari harta lancarnya. Seandainya perusahaan sudah menganalisis rasio yang berhubungan dengan hal tersebut, perusahaan dapat mengetahui dengan mudah kondisi dan posisi perusahaan sebenarnya. Kemudian, perusahaan dapat berusaha untuk mencari jalan keluarnya. Analisis keuangan yang berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk membayar utang atau kewajibannya dikenal dengan nama *analisis rasio likuiditas*.

Berikut ini akan diuraikan beberapa pengertian likuiditas menurut beberapa ahli ekonomi.

Menurut Agus Sartono (2010:116) mengatakan bahwa:

“Likuiditas perusahaan menunjukkan kemampuan untuk membayar kewajiban finansial jangka pendek tepat pada waktunya likuiditas perusahaan ditunjukkan oleh besar kecilnya aktiva lancar yaitu aktiva yang mudah untuk diubah menjadi kas, surat berharga, piutang, dan persediaan.”

Irham Fahmi (2013:174) menyatakan bahwa:

“likuiditas merupakan gambaran kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara lancar dan tepat waktu sehingga likuiditas sering disebut dengan *short term liquidity*.”

Pengertian likuiditas lainnya diungkapkan oleh Munawir (2007 : 31):

“Likuiditas adalah menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan yang harus segera dipenuhi, atau kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan pada saat ditagih.”

Menurut Sejati (2010), Likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban finansial jangka pendek tepat pada waktunya.

Dengan demikian, perusahaan yang mampu memenuhi kewajiban secara tepat waktu artinya perusahaan dalam keadaan likuid. Sehingga dengan melihat likuiditas suatu perusahaan, pihak kreditur dapat menilai kondisi keuangan perusahaan tersebut.

2.1.3.2 Pengertian Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas merupakan bagian dari rasio keuangan yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya.

Menurut Van Horne dan Wachowicz yang di terjemahkan oleh *Quaratul'ain Mubarakah* (2012:167) yaitu:

“Rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi liabilitas jangka pendeknya”.

Menurut Brigham dan Houston yang diterjemaqhkan oleh Ali Akbar Yulianto (2010:134) yaitu:

“Rasio yang menunjukan hubungan antara kas dan aset lancar perusahaan lainnya dengan kewajiban lancarnya.”

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa rasio likuiditas merupakan rasio untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya.

2.1.3.3 Perhitungan Rasio Likuiditas

Menurut Kasmir (2013:134) Jenis Jenis rasio likuiditas yang dapat digunakan perusahaan untuk mengukur kamampuan perusahaan yaitu:

- “a. *Current Ratio*
 b. *Quick Ratio*
 c. *Cash Ratio*
 d. Rasio Perputaran kas
 e. *Inventory to Net Working Capital*”

a. *Current Ratio*

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Current Assets}}{\text{Current Liabilities}}$$

Sumber: Kasmir (2013:134)

Menurut Kasmir (2013:134) Rasio lancar atau (*current ratio*) merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempoda saat ditagih secara keseluruhan.

b. *Quick Ratio*

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Current Assets} - \text{Inventory}}{\text{Current Liabilities}}$$

Sumber: Kasmir (2013:134)

Menurut Kasmir (2013:134) Rasio cepat (*quick ratio*) atau rasio sangat lancar atau *acid test ratio* merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan memenuhi atau membayar kewajiban atau utang lancar (utang jangka pendek) dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan nilai sediaan (*inventory*).

c. *Cash Ratio*

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Cash or Cash equivalent}}{\text{Current Liabilities}}$$

Sumber: Kasmir (2013:134)

Rasio kas atau cash ratio merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang.

d. Rasio Perputaran Kas

$$\text{Rasio Perputaran Kas} = \frac{\text{Penjualan bersih}}{\text{Modal Kerja Bersih}}$$

Sumber: Kasmir (2013:134)

Rasio ini digunakan untuk mengukur tingkat ketersediaan kas untuk membayar tagihan (utang) dan biaya-biaya yang berkaitan dengan penjualan.

e. *Inventory to Net Working Capital*

$$\text{Inventory to NWC} = \frac{\text{Inventory}}{\text{Current Assets} - \text{Current Liabilities}}$$

Sumber: Kasmir (2013:134)

Inventory to Net Working Capital merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur atau membandingkan antara jumlah sediaan yang ada dengan modal kerja perusahaan.

Dalam penelitian ini jenis rasio Likuiditas yang digunakan oleh penulis adalah *Current Ratio (CR)*, rasio yang membandingkan asset lancar dengan utang lancar. Salah satu alat yang dipakai untuk mengukur likuiditas adalah dengan menggunakan rasio lancar (*current ratio*). Perusahaan yang mampu memenuhi

kewajiban keuangannya tepat pada waktunya berarti perusahaan tersebut dalam keadaan likuid dan mempunyai aktiva lancar lebih besar daripada hutang lancarnya.

2.1.3.4 Tujuan dan Manfaat Rasio Likuiditas

Perhitungan rasio likuiditas tidak hanya berguna bagi perusahaan, namun juga bagi pihak luar perusahaan. Dalam praktiknya terdapat banyak manfaat atau tujuan analisis rasio likuiditas bagi perusahaan, dan pihak yang memiliki hubungan dengan perusahaan seperti kreditor dan distributor atau supplier.

Berikut ini tujuan dan manfaat dari rasio likuiditas menurut Kasmir (2013:132);

1. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban atau utang yang segera atuh tempo pada saat ditagih. Artinya, kemampuan untuk membayar kewajiban yang sudah waktunya dibayar sesuai jadwal batas waktu yang telah ditetapkan.
2. untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar secara keseluruhan. Artinya jumlah kewajiban yang berumur di bawah satu tahun atau sama dengan satu tahun, dibandingkan dengan total aktiva lancar.
3. untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan sediaan atau piutang. Dalam hal ini aktiva lancar dikurangi sediaan dan utang yang dianggap likuiditasnya lebih rendah.
4. untuk mengukur atau membandingkan antara jumlah sediaan yang ada dengan modal kerja perusahaan.
5. untuk mengukur berapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang.
6. sabagai alat perencanaan kedepan, terutama yang berkaitan dengan perencanaan kas dan utang.
7. untuk melihat kondisi dan posisi likuiditas perusahaan dari waktu ke waktu dengan membandingkannya untuk beberapa periode.
8. untuk melihat kelemahan yang dimiliki perusahaan, dari masing-masing komponen yang ada di aktiva lancar dan utang lancar.

9. menjadi alat pemicu bagi pihak manajemen untuk memperbaiki kinerjanya, dengan melihat rasio likuiditas yang ada pada saat ini.”

Analisis rasio keuangan digunakan untuk melihat suatu perusahaan yang akan memberikan gambaran keadaan perusahaan dan prediksi perusahaan tersebut untuk masa yang akan datang. Hal ini dikarenakan rasio keuangan juga memungkinkan manajer keuangan memperkirakan reaksi kreditor dan investor dalam memperkirakan bagaimana memperoleh kebutuhan dana. Jadi dapat dipahami bahwa penggunaan rasio keuangan akan memberikan pengukuran yang relatif terhadap kondisi perusahaan. Oleh karena itu, dengan mengetahui kondisi perusahaan akan diketahui kesehatan perusahaan.

Sementara itu menurut Irham Fahmi (2013:110), kekurangan dari penggunaan analisis rasio, yaitu :

- “1. Penggunaan rasio keuangan akan memberikan pengukuran yang relatif terhadap kondisi suatu perusahaan.
2. Analisis rasio keuangan hanya dapat dijadikan sebagai peringatan awal dan bukan kesimpulan akhir.
3. Setiap data yang diperoleh yang dipergunakan dalam menganalisis adalah bersumber dari laporan keuangan perusahaan.
4. Pengukuran rasio keuangan banyak yang bersifat *artificial*. *Artificial* di sini artinya perhitungan rasio keuangan tersebut dilakukan oleh manusia, dan setiap pihak memiliki pandangan yang berbeda – beda dalam menempatkan ukuran dan terutama justifikasi dipergunakannya rasio – rasio tersebut.”

Rasio keuangan dianggap mengandung kelemahan–kelemahandalam menganalisis keuangan perusahaan, maka mengkaji ulang setiap hasil yang diperoleh dari perhitungan rasio keuangan tersebut sangat penting untuk dilakukan.

2.1.4 *Leverage*

2.1.4.1 Pengertian *Leverage*

Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk kategori *extreme leverage* (utang ekstrem) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut. Karena itu sebaiknya perusahaan harus menyeimbangkan berapa utang yang layak diambil dan dari mana sumber-sumber yang dapat dipakai untuk membayar utang.

Pengertian *leverage* menurut Agus Sartono (2010:257) *leverage* adalah :

“*Leverage* adalah penggunaan *assets* dan sumber dana (*sources of funds*) oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham”.

Menurut Irham Fahmi (2013:174) adalah sebagai berikut :

“*Leverage* merupakan gambaran kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi dan menjaga kemampuannya untuk selalu mampu memenuhi kewajibannya dalam membayar utang secara tepat waktu”.

Menurut S. Munawir (2010:31) *leverage* adalah :

“*Leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi semua kewajiban keuangannya apabila perusahaan tersebut dilikuidasi, baik kewajiban keuangan jangka pendek maupun jangka panjang”.

Berdasarkan beberapa pengertian dari para ahli sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa *leverage* adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi

kewajiban jangka panjang dan jangka pendek. Hal ini umumnya sangat penting bagi seorang kreditur karena akan menunjukkan posisi keuangan perusahaan.

2.1.4.2 Pengertian Rasio *Leverage*

Rasio *leverage* merupakan ukuran utang terhadap kapitalisasi total suatu perusahaan. Semakin tinggi rasio-rasio ini mengindikasikan utang yang berlebihan, yang menandakan kemungkinan suatu perusahaan menjadi tidak mampu menghasilkan pendapatan atau laba yang memadai untuk memenuhi kewajiban utang – utangnya (obligasi).

Menurut Van Horne dan Wachowicz yang di terjemahkan oleh Quaratul'ain Mubarakah (2012:169), rasio *leverage* adalah :

“Rasio yang menunjukan sejauh mana perusahaan dibiayai oleh utang”.

Sedangkan menurut Sutrisno (2009:261) yang menyatakan bahwa :

“Rasio *leverage* menunjukkan seberapa besar kebutuhan dana perusahaan dibelanjai dengan hutang. Apabila perusahaan tidak mempunyai *leverage* atau *leverage* faktornya = 0 itu artinya perusahaan dalam beroperasi sepenuhnya menggunakan modal sendiri atau tanpa menggunakan hutang. Semakin rendah *leverage factor*, perusahaan mempunyai resiko yang kecil bila kondisi ekonomi merosot”.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa rasio *leverage* menggambarkan sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Apabila suatu perusahaan tidak mempunyai *leverage factor* artinya perusahaan tersebut beroperasi dengan maksimal dengan menggunakan modal sendiri dalam melakukan operasi. Semakin rendah rasio ini semakin baik, karena untuk keamanan pihak luar yang terbaik jika jumlah modal sendiri lebih besar dari hutang, atau minimal sama.

2.1.4.3 Perhitungan Rasio *Leverage*

Menurut Agus Sartono (2010:120) rasio *leverage* secara umum ada 5, yaitu :

- “a. *Debt Ratio*
 b. *Debt to equity*
 c. *Time interest earned*
 d. *Fixed charge coverage*
 e. *Debt service coverage*”

$$a. \text{ Debt ratio} = \frac{\text{Total utang}}{\text{Total aktiva}}$$

Sumber: Agus Sartono (2010:120)

Semakin tinggi rasio ini maka semakin besar resiko yang dihadapi, dan investor akan meminta tingkat keuntungan yang semakin tinggi. Rasio yang tinggi juga menunjukkan proporsi modal sendiri yang rendah untuk membiayai aktiva.

$$b. \text{ Debt to equity ratio} = \frac{\text{Total utang}}{\text{Total modal sendiri}}$$

Sumber: Agus Sartono (2010:120)

Debt to Equity Ratio merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan.

$$c. \text{ Time interest earned ratio} = \frac{\text{Laba sebelum bunga dan pajak}}{\text{beban bunga}}$$

Sumber: Agus Sartono (2010:120)

Time interest earned ratio, adalah rasio antara laba sebelum pajak dan bunga (EBIT) dengan beban bunga. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan memenuhi beban tetapnya berupa bunga, atau mengukur seberapa jauh laba dapat berkurang tanpa perusahaan mengalami kesulitan keuangan karena tidak mampu membayar bunga.\

$$d. \textit{Fixed charge coverage} = \frac{\textit{EBIT} + \textit{Bunga} + \textit{Pembayaran sewa}}{\textit{Bunga} + \textit{Pembayaran sewa}}$$

Sumber: Agus Sartono (2010:120)

Keterangan :

EBIT = *earnings before interest and tax* / laba operasi

Cara menghitung EBIT = pendapatan – beban usaha

Fixed charge coverage ratio, mengukur berapa besar kemampuan perusahaan untuk menutup beban tetapnya termasuk pembayaran dividen saham preferen, bunga, angsuran pinjaman, dan sewa. Karena tidak jarang perusahaan menyewa aktivitya dari perusahaan *leasing* dan harus membayar angsuran tertentu.

$$e. \textit{Debt service coverage} = \frac{\textit{Laba sebelum bunga dan pajak}}{\textit{Bunga} + \textit{sewa} + \frac{\textit{Angsuran pokok pinjaman}}{(1 - \textit{tarif pajak})}}$$

Sumber: Agus Sartono (2010:120)

Debt service coverage ratio, mengukur kemampuan perusahaan memenuhi beban tetapnya termasuk angsuran pokok pinjaman. Jadi sama dengan *leverage* yang lain, hanya dengan memasukkan angsuran pokok pinjaman.

Dalam penelitian ini jenis rasio *leverage* yang digunakan oleh penulis adalah *Debt To Ratio (DAR)*, rasio yang membandingkan total hutang dengan total asset. *Debt to Ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan asset. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh asset.

2.1.4.4 Tujuan dan Manfaat Rasio *Leverage*

Rasio *leverage* mempunyai tujuan dan manfaat, tidak hanya bagi pihak pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak di luar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan. Tujuan penggunaan rasio *leverage* bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan menurut Kasmir (2013:122) yaitu :

- “1. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya.
2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga).
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.
4. Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang.
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva.
6. Untuk menilai atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.

Sementara itu, manfaat yang diperoleh dari penggunaan rasio *leverage*, yaitu:

- “1. Untuk menganalisis kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban yang bersifat tetap.
2. Untuk menganalisis kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban yang bersifat tetap.
3. Untuk menganalisis seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva”.

Analisis rasio keuangan digunakan untuk melihat suatu perusahaan yang akan memberikan gambaran keadaan perusahaan dan prediksi perusahaan tersebut untuk masa yang akan datang. Hal ini dikarenakan rasio keuangan juga memungkinkan manajer keuangan memperkirakan reaksi kreditor dan investor dalam memperkirakan bagaimana memperoleh kebutuhan dana. Jadi dapat dipahami bahwa penggunaan rasio keuangan akan memberikan pengukuran yang relatif terhadap kondisi perusahaan. Oleh karena itu, dengan mengetahui kondisi perusahaan akan diketahui kesehatan perusahaan.

Sementara itu menurut Irham Fahmi (2013:110), kekurangan dari penggunaan analisis rasio, yaitu :

- “1. Penggunaan rasio keuangan akan memberikan pengukuran yang relatif terhadap kondisi suatu perusahaan.
2. Analisis rasio keuangan hanya dapat dijadikan sebagai peringatan awal dan bukan kesimpulan akhir.
3. Setiap data yang diperoleh yang dipergunakan dalam menganalisis adalah bersumber dari laporan keuangan perusahaan.
4. Pengukuran rasio keuangan banyak yang bersifat *artificial*. *Artificial* di sini artinya perhitungan rasio keuangan tersebut dilakukan oleh manusia, dan setiap pihak memiliki pandangan yang berbeda – beda dalam menempatkan ukuran dan terutama justifikasi dipergunakannya rasio–rasio tersebut.”

Rasio keuangan dianggap mengandung kelemahan–kelemahandalam menganalisis keuangan perusahaan, maka mengkaji ulang setiap hasil yang diperoleh dari perhitungan rasio keuangan tersebut sangat penting untuk dilakukan.

2.1.5 Pertumbuhan Penjualan

2.1.5.1 Pengertian Penjualan

Aktivitas penjualan merupakan pendapatan utama perusahaan karena jika aktivitas penjualan produk maupun jasa tidak dikelola dengan baik maka secara langsung dapat merugikan perusahaan. Hal ini dapat disebabkan karena sasaran penjualan yang diharapkan tidak tercapai dan pendapatan pun akan berkurang. Penjualan merupakan salah satu sumber pendapatan perusahaan.

Menurut Henry Simamora (2000:24) definisi penjualan adalah sebagai berikut:

“Penjualan artinya pendapatan lazim dalam perusahaan dan merupakan jumlah kotor yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dan jasa”.

Sedangkan Mulyadi (2008:202) menyatakan definisi penjualan adalah sebagai berikut :

“Penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut dan penjualan dapat diartikan sebagai pengalihan atau pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli”.

Adapun menurut Kusnadi (2009:19) definisi penjualan adalah sebagai berikut :

“Penjualan (*sales*) adalah sejumlah uang yang dibebankan kepada pembeli atas barang atau jasa yang dijual”.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah persetujuan kedua belah pihak antara penjual dan pembeli dimana penjual menawarkan suatu produk dengan harapan pembeli dapat menyerahkan sejumlah uang sebagai alat ukur produk tersebut sebesar harga jual yang telah disepakati.

2.1.5.2 Fungsi dan Tujuan Penjualan

Fungsi dan tujuan penjualan menurut Basu Swastha (2005:404) adalah sebagai berikut :

Fungsi penjualan meliputi aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh penjual untuk merealisasikan penjualan seperti :

- a. menciptakan permintaan
- b. mencari pembeli
- c. membicarakan syarat-syarat penjualan
- d. memindahkan hak milik

Pada umumnya, para pengusaha mempunyai tujuan yaitu mendapatkan laba tertentu (semaksimal mungkin), dan mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkannya untuk jangka waktu lama. Tujuan tersebut dapat direalisasi apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti yang telah direncanakan.

Perusahaan pada umumnya mempunyai 3 tujuan umum dalam penjualan, yaitu :

- a. mencapai volume penjualan tertentu
- b. mendapatkan laba tertentu
- c. menunjang pertumbuhan perusahaan.

Usaha untuk mencapai ketiga tujuan tersebut tidak sepenuhnya hanya dilakukan oleh pelaksana penjualan atau para ahli penjualan. Dalam hal ini perlu adanya kerjasama yang baik didalam perusahaan.

2.1.5.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan

Kegiatan penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor tertentu yang dapat meningkatkan aktivitas perusahaan, oleh karena itu manajer penjualan perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kegiatan penjualan menurut Basu Swastha (2005:406) adalah sebagai berikut :

1. Kondisi dan Kemampuan Penjual
2. Kondisi Pasar
3. Modal
4. Kondisi Organisasi Perusahaan, dan
5. Faktor-faktor lain

Menurut faktor-faktor di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kondisi dan Kemampuan Penjual

Disini penjual harus dapat meyakinkan pembeli agar berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan untuk maksud tertentu, penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yaitu :

- a. Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan.
- b. Harga pokok.
- c. Syarat penjualan seperti pembayaran, penghantaran, pelayanan sesudah penjualan, garansi dan sebagainya.

2. Kondisi Pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah :

- a. Jenis pasarnya, apakah pasar konsumen, pasar industri, pasar penjual, pasar pemerintah, atautkah pasar internasional.
- b. Kelompok pembeli atau segmen pasarnya.
- c. Daya belinya.
- d. Frekuensi pembeliannya
- e. Keinginan dan kebutuhannya.

3. Modal

Apakah modal kerja perusahaan mampu untuk mencapai target penjualan yang dianggarkan seperti untuk :

- a. Kemampuan membiayai penelitian pasar yang dilakukan.
- b. Kemampuan membiayai usaha-usaha untuk mencapai target penjualan (bayar upah, bayar promosi produk).
- c. Kemampuan membeli bahan mentah untuk dapat memenuhi target penjualan.

4. Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu atau ahli dibidang penjualan. Lain halnya dengan perusahaan kecil dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi-

fungsi lain. Hal ini disebabkan karena jumlah tenaga kerjanya lebih sedikit, sistem organisasinya lebih sederhana, masalah-masalah yang dihadapi, serta sarana yang dimilikinya juga tidak sekompleks perusahaan besar. Biasanya, masalah penjualan ini ditangani sendiri oleh pimpinan dan tidak diberikan kepada orang lain.

5. Faktor Lain

Faktor-faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye, dan pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan. Diharapkan dengan adanya faktor-faktor tersebut pembeli akan membeli barang yang sama.

2.1.5.4 Pengertian Pertumbuhan Penjualan

Penjualan merupakan salah satu sumber pendapatan perusahaan. Perusahaan pastinya menginginkan pertumbuhan penjualannya tetap stabil atau bahkan meningkat dari tahun ke tahun. Jika pertumbuhan penjualan perusahaan tetap stabil atau bahkan meningkat, dan biaya – biaya dapat dikendalikan, maka laba yang diperoleh akan meningkat. Jika laba meningkat, maka keuntungan yang akan diperoleh investor juga dapat meningkat. Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang (Barton et al.1989 dalam I Putu Andre dan I Made Karya Utama, 2014). Pertumbuhan perusahaan dalam manajemen keuangan diukur berdasarkan perubahan penjualan, bahkan secara keuangan dapat dihitung berapa pertumbuhan yang seharusnya (*sustainable*

growth rate) dengan melihat keselarasan keputusan investasi dan pembiayaan (Devic, 2003).

Definisi pertumbuhan penjualan menurut Higgins (2003:115) adalah sebagai berikut :

“Growth comes from two sources; increasing volume and rising price. Because of all variabel cost, most current asset, and current liabilities have tendency directly with sales, so it is a good idea to see the growth rate based on the sales of the company”.

Berdasarkan pernyataan Higgins, dapat disimpulkan bahwa tingkat pertumbuhan perusahaan dapat dilihat dari penambahan volume dan peningkatan harga khususnya dalam hal penjualan, karena penjualan merupakan suatu aktifitas yang umumnya dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan yang diharapkan yaitu tingkat laba yang diinginkan.

Menurut Swastha dan Handoko (2001:404) definisi pertumbuhan penjualan adalah :

“Pertumbuhan atas penjualan merupakan indikator penting dari penerimaan pasar dari produk dan atau jasa perusahaan tersebut, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan”.

Sedangkan menurut Huston dan Brigham yang diterjemahkan oleh Ali Akbar Yulianto (2006:39) definisi pertumbuhan penjualan adalah:

“Perusahaan dengan penjualan yang relatif stabil dapat lebih aman memperoleh lebih banyak pinjaman dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan dengan penjualannya yang tidak stabil”.

Adapun definisi lain menurut Van Horne dan Wachowicz yang diterjemahkan oleh Dewi Fitriyani (2005:285) adalah sebagai berikut :

“Pertumbuhan penjualan adalah hasil perbandingan antara selisih penjualan tahun berjalan dan penjualan di tahun sebelumnya dengan penjualan di tahun sebelumnya”.

Dari beberapa penjelasan definisi di atas berdasarkan pemahaman penulis bahwa pertumbuhan penjualan atau pertumbuhan pendapatan atas penjualan merupakan indikator penting dari produk dan/atau jasa perusahaan tersebut, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan baik barang dan/atau jasa akan digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan. Perusahaan juga harus menentukan tingkat pertumbuhan penjualan yang konsisten dengan realita perusahaan dan pasar keuangan dan mengimplementasikannya dalam bentuk rencana keuangan. Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang dengan tujuan perusahaan mendapatkan laba yang diinginkan.

2.1.5.5 Perhitungan Pertumbuhan Penjualan

Perhitungan tingkat pertumbuhan penjualan adalah dengan membandingkan antara penjualan akhir periode dengan penjualan yang dijadikan tahun dasar (penjualan akhir periode sebelumnya). Apabila persentase perbandingannya semakin besar, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan semakin baik atau lebih baik dari periode sebelumnya.

Rumus untuk menghitung pertumbuhan penjualan adalah sebagai berikut :

$$g = \frac{S_1 - S_0}{S_0} \times 100\%$$

Sumber: Van Horne dan Wachowicz

yang diterjemahkan oleh Dewi Fitriyani (2005:285)

Keterangan :

g = *Growth Sales Rate* (tingkat pertumbuhan penjualan)

S_1 = *Total Current Sales* (total penjualan selama periode berjalan)

S_0 = *Total Sales For Last Period* (total penjualan periode yang lalu)

2.1.6 Profitabilitas

2.1.6.1 Pengertian Profitabilitas

Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal, di samping hal-hal lainnya. Dengan memperoleh laba yang maksimal seperti yang telah di targetkan, perusahaan dapat berbuat banyak bagi kesejahteraan pemilik, karyawan, serta meningkatkan produk dan melakukan investasi baru. Oleh karena itu, manajemen perusahaan dalam praktiknya dituntut harus mampu untuk memenuhi target yang telah ditetapkan. Artinya besarnya keuntungan haruslah dicapai sesuai dengan yang diharapkan dan bukan berarti asal untung. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan, digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas yang dikenal juga dengan nama rasio rentabilitas.

Adapun menurut Agus Sartono (2010:122) menyatakan sebagai berikut:

“Profitabilitas adalah Kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri.”

Pengertian Profitabilitas menurut G. Sugiyarso dan F. Winarni (2006:118)

adalah sebagai berikut:

“Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungan dengan penjualan total aktiva maupun modal sendiri. Dari definisi ini terlihat jelas bahwa sasaran yang akan dicari adalah laba perusahaan.”

Menurut Harahap (2009:309) adalah:

“Rasio profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuannya, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, ekuitas, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya.”

Menurut Munawir (2007 : 240), menjelaskan bahwa

“ Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan.”

Berdasarkan beberapa pengertian dari para ahli sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui jumlah aktiva dan modal perusahaan.

2.1.6.2 Pengertian Rasio Profitabilitas

Rasio ini mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditujukan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik rasio

profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan.

Menurut Brigham dan Houston yang diterjemahkan oleh Ali Akbar Yulianto (2010:146) rasio profitabilitas yaitu:

“Sekelompok rasio yang menunjukkan kombinasi dari pengaruh likuiditas, manajemen aset, dan utang pada hasil operasi.”

Menurut Sutrisno (2009 : 222),

“Profitabilitas adalah hasil dari kebijakan yang diambil oleh manajemen. Rasio keuntungan untuk mengukur seberapa besar tingkat keuntungan menunjukkan semakin baik manajemen dalam mengelola perusahaan.”

Menurut (Sejati 2010),

Rasio profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri.

Dari pendapat tersebut maka dapat disimpulkan bahwa rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan yang mencerminkan baik atau buruknya manajemen dalam mengelola perusahaan dalam bentuk presentase.

2.1.6.3 Perhitungan Rasio Profitabilitas

Menurut Agus Sartono (2010:123) Beberapa jenis rasio profitabilitas ini dapat dikemukakan sebagai berikut :

- a. *Gross Profit Margin*
- b. *Net Profit Margin*
- c. *Return on Assets (ROA)*
- d. *Return on Equity (ROE)*
- e. *Profit Margin*

- f. Rentabilitas Ekonomi
g. *Earning Power*”

a. *Gross Profit Margin*

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Penjualan} - \text{Harga pokok penjualan}}{\text{penjualan}}$$

Sumber: Agus Sartono (2010:123)

Semakin tinggi profitabilitasnya berarti semakin baik. Tetapi perlu diperhatikan bahwa *gross profit margin* sangat dipengaruhi oleh harga pokok penjualan. Apabila harga pokok penjualan meningkat maka *gross profit margin* akan menurun begitu sebaliknya.

b. *Net Profit Margin*

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{laba setelah pajak}}{\text{penjualan}}$$

Sumber: Agus Sartono (2010:123)

Apabila *gross profit margin* selama suatu periode tidak berubah sedangkan net profit marginnya mengalami penurunan maka berarti bahwa biaya meningkat relatif lebih besar dari pada peningkatan penjualan.

c. *Return on Assets (ROA)*

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{laba setelah pajak}}{\text{Total aktiva}}$$

Sumber: Agus Sartono (2010:123)

Return on assets menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan.

d. *Return on Equity* (ROE)

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{laba setelah pajak}}{\text{modal sendiri}}$$

Sumber: Agus Sartono (2010:123)

Return on equity atau *return on net worth* mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan. Rasio ini juga dipengaruhi oleh besar kecilnya utang perusahaan, apabila proporsi utang makin besar maka rasio ini juga akan semakin besar.

e. *Profit Margin*

$$\text{Profit margin} = \frac{\text{EBIT}}{\text{penjualan}}$$

f. Rentabilitas Ekonomi

$$\text{Rentabilitas Ekonomi} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Total aktiva}}$$

Sumber: Agus Sartono (2010:123)

Dengan menggunakan hubungan antara perputaran aktiva dengan *net profit margin* maka dapat di cari *earning power* atau *return on assets ratio*. *Earning power* adalah hasil kali *net profit margin* dengan perputaran aktiva.

g. *Earning Power*

$$\text{Earning Power} = \frac{\text{penjualan}}{\text{Total Aktiva}} \times \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{penjualan}}$$

Sumber: Agus Sartono (2010:123)

Earning power merupakan tolak ukur kemampuan perusahaan dalam meghasilkan

laba dengan aktiva yang digunakan. Rasio ini menunjukkan pula tingkat efisiensi investasi yang nampak pada tingkat perputaran aktiva. Apabila perputaran aktiva meningkat dan net profit margin tetap maka earning power juga akan meningkat.

Dalam penelitian ini jenis rasio Profitabilitas yang digunakan oleh penulis adalah ROA , rasio yang membandingkan laba setelah pajak dengan Total Aktiva. Rasio profitabilitas yang diukur dengan ROA mempunyai pengaruh yang positif terhadap pertumbuhan laba karena rasio ini mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat asset tertentu (Mark, Peter, dan Teck-kin, 2001) dalam (Almilia dan Devi, 2007). ROA digunakan untuk mengukur efisiensi perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan perputaran aktiva yang dimilikinya.

2.1.6.4 Tujuan dan Manfaat Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas memiliki tujuan dan manfaat, tidak hanya bagi pihak pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak di luar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan.

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, menurut Mamduh M. Hanafi (2012:45) yaitu:

“Untuk melihat kemampuan perusahaan menghasilkan profitabilitas, semakain tinggi angka Profit Margin, ROA, dan ROE, semakin baik.”

Sementara itu, manfaat yang diperoleh menurut Kasmir (2013:197), adalah untuk:

- “1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam suatu periode;
2. mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;
3. mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu;
4. mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.”

Analisis rasio keuangan digunakan untuk melihat suatu perusahaan yang akan memberikan gambaran keadaan perusahaan dan prediksi perusahaan tersebut untuk masa yang akan datang. Hal ini dikarenakan rasio keuangan juga memungkinkan manajer keuangan memperkirakan reaksi kreditor dan investor dalam memperkirakan bagaimana memperoleh kebutuhan dana. Jadi dapat dipahami bahwa penggunaan rasio keuangan akan memberikan pengukuran yang relatif terhadap kondisi perusahaan. Oleh karena itu, dengan mengetahui kondisi perusahaan akan diketahui kesehatan perusahaan.

Sementara itu menurut Irham Fahmi (2013:110), kekurangan dari penggunaan analisis rasio, yaitu :

- “1. Penggunaan rasio keuangan akan memberikan pengukuran yang relatif terhadap kondisi suatu perusahaan.
2. Analisis rasio keuangan hanya dapat dijadikan sebagai peringatan awal dan bukan kesimpulan akhir.
3. Setiap data yang diperoleh yang dipergunakan dalam menganalisis adalah bersumber dari laporan keuangan perusahaan.
4. Pengukuran rasio keuangan banyak yang bersifat *artificial*. *Artificial* di sini artinya perhitungan rasio keuangan tersebut dilakukan oleh manusia, dan setiap pihak memiliki pandangan yang berbeda – beda dalam menempatkan ukuran dan terutama justifikasi dipergunakannya rasio – rasio tersebut.

Rasio keuangan dianggap mengandung kelemahan–kelemahandalam menganalisis keuangan perusahaan, maka mengkaji ulang setiap hasil yang

diperoleh dari perhitungan rasio keuangan tersebut sangat penting untuk dilakukan.

2.1.7 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang pernah dilakukan mengenai keterkaitan likuiditas, *leverage*, dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas, penulis ungkapkan dalam tabel berikut ini

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Agus Sukarno (2006)	Analisis pengaruh Produktivitas, Rasio <i>Leverage</i> , Rasio Intensitas Modal Dan Pangsa Pasar Terhadap Profitabilitas.	Variabel Terikat: Profitabilitas Variabel Bebas : <i>Leverage</i>	Variabel Bebas: Produktivitas, Rasio <i>Leverage</i> , Rasio intensitas modal dan pangsa pasar. Sektor yang diteliti: Pada Perusahaan yang tercatat di LQ 45	Variable pangsa pasar terbukti berpengaruh positif terhadap Profitabilitas dan variable rasio <i>leverage</i> dan rasio intensitas modal terbukti berpengaruh negatif tetapi signifikan terhadap Profitabilitas (ROA) sedangkan variabel lain produktivitas terbukti berpengaruh tidak signifikan terhadap profitabilitas (ROA)
2.	Anisa Sulistyowati (2011)	Analisis Pengaruh <i>current assets</i> , <i>leverage</i> , investasi, <i>sales growth</i> , dan <i>firm size</i> terhadap profitabilitas	Variabel Terikat: Profitabilitas Variabel Bebas: <i>Current assets</i> , <i>sales growth</i> dan <i>leverage</i>	Sektor yang diteliti: Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI	<i>Current assets</i> dan <i>leverage</i> berpengaruh terhadap profitabilitas dan <i>sales growth</i> tidak berpengaruh terhadap profitabilitas

No	Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
3.	Niken Hastuti (2010)	Analisis Pengaruh Periode perputaran persediaan, periode perputaran hutang dagang, rasio lancar, <i>leverage</i> , pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas	Variabel Terikat: Profitabilitas Variabel Bebas: <i>Leverage</i> , dan Pertumbuhan Penjualan	Sektor yang diteliti: Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2006-2008	<i>Leverage</i> berpengaruh terhadap profitabilitas, dan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas
3.	Rima Astita (2013)	Pengaruh Likuiditas dan struktur modal Terhadap Profitabilitas	Variabel Terikat: Profitabilitas Variabel Bebas: Likuiditas	Sektor yang diteliti: Pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2007-2012	Likuiditas berpengaruh terhadap profitabilitas
4	Ida Bagus Badjra (2015)	Pengaruh <i>Leverage</i> , Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas	Variabel Terikat: Profitabilitas Variabel Bebas : <i>Leverage</i>	Variabel Bebas : Ukuran Perusahaan Sektor yang diteliti: Perusahaan industri makanan dan minuman yang terdapat di BEI periode 2008-2013.	<i>Leverage</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Profitabilitas. Pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Profitabilitas.
5.	Elfianto Nugroho (2011)	Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, perputaran modal kerja, ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> terhadap profitabilitas.	Variabel Terikat: Profitabilitas Variabel Bebas: Pertumbuhan penjualan, <i>leverage</i> , likuiditas.	Variabel Bebas: Penjualan, perputaran modal kerja, ukuran perusahaan Sektor yang diteliti: Perusahaan manufaktur Terdaftar Di Bursa efek Indonesia Periode 2005-2009.	Likuiditas, perputaran modal kerja dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas. Pertumbuhan penjualan dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

2.2 Kerangka Pemikiran

Rasio profitabilitas dapat memberikan informasi mengenai kinerja keuangan perusahaan. Rasio ini dapat menggabungkan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya.

Setiap perusahaan didirikan untuk mendapatkan laba atau untuk meningkatkan kesejahteraan pemiliknya. Besarnya laba perusahaan pada hakekatnya yaitu selisih pendapatan dengan biaya – biaya yang dikeluarkan. Untuk mendapatkan laba yang diinginkan, pihak manajemen dituntut untuk bekerja secara efektif dan efisien. Profit atau laba selalu dijadikan tujuan dari suatu perusahaan. Laba sering diartikan dengan efisiensi dan efektivitas unit organisasi dalam memanfaatkan sumber daya perusahaan. Di lain pihak ada yang berpendapat bahwa laba yang tinggi tidak selalu merupakan ukuran keberhasilan perusahaan.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan menghasilkan laba, sedangkan untuk menilai profitabilitas dapat dilakukan berbagai alat analisis tergantung tujuan pemakai laporan keuangan tersebut. Analisis profitabilitas memberikan bukti pendukung mengenai kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dan sejauh mana efektivitas pengelolaan perusahaan. Dalam menilai profitabilitas dilakukan dengan pertimbangan atas analisis rasio profitabilitas. Penelitian ini menggunakan return on total asset (ROA) untuk menilai profitabilitas perusahaan. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan

menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat asset yang tertentu dengan memperhitungkan laba bersih dibagi dengan total asset.

Beberapa penelitian terdahulu menurut Anisa Sulistiyowati (2011). Dan Rima Astita (2013) mengatakan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap profitabilitas.

2.2.1 Pengaruh Likuiditas terhadap Profitabilitas

Likuiditas adalah menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan yang harus segera dipenuhi, atau kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan pada saat ditagih (Munawir, 2007 : 31).

Menurut Sartono (2010:122) Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri.

Pengaruh likuiditas terhadap profitabilitas menurut van home dan wachowicz (2009:216) adalah sebagai berikut

“The greater the level of current assets, the greater the liquidity of the firm, all other things equal. With greater liquidity comes less risk, but also less profitability. Profitability varies inversely with liquidity.”

Dari pernyataan yang dikemukakan oleh Van Home dan Wachowicz tersebut dapat diketahui bahwa semakin besar tingkat aktiva lancar, maka semakin besar likuiditas perusahaan, hal lain kedudukannya sama. Dengan besarnya likuiditas menghasilkan resiko yang kecil, namun profitabilitas yang kecil juga.

Profitabilitas berbanding terbalik dengan likuiditas. Artinya, semakin tinggi likuiditas perusahaan maka kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba semakin rendah. Hal tersebut karena perusahaan telah menggunakan sebagian besar dananya untuk memenuhi kewajibannya atau likuiditasnya dari pada digunakan untuk investasi yang dapat menghasilkan keuntungan kembali bagi perusahaan.

Beberapa penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Rima astita (2013), Elfianto Nugroho (2011) membuktikan bahwa rasio likuiditas berpengaruh dan signifikan.

2.2.2 Pengaruh *Leverage* terhadap Profitabilitas

Leverage merupakan rasio keuangan yang menunjukkan proporsi penggunaan utang untuk membiayai investasi terhadap modal yang dimiliki. Rasio ini digunakan untuk mengukur sejauh mana perusahaan menggunakan utang dalam membiayai investasinya.

Menurut Sartono (2010:257) *Leverage* adalah penggunaan assets dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham

Rasio *leverage* menunjukkan seberapa besar kebutuhan dana perusahaan dibelanjai dengan hutang. Apabila perusahaan tidak mempunyai *leverage* atau *leverage* faktornya = 0 itu artinya perusahaan dalam beroperasi sepenuhnya menggunakan modal sendiri atau tanpa menggunakan hutang. Semakin rendah

leverage factor, perusahaan mempunyai resiko yang kecil bila kondisi ekonomi merosot Sutrisno (2009:261).

Menurut Sartono (2010:122) Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri.

Pengaruh leverage terhadap profitabilitas menurut Halim (2005:42) sebagai berikut: debt-to asset rasio merupakan rasio yang menggambarkan tingkat sumber dana utang dalam struktur modal perusahaan yang digunakan untuk membiayai asset perusahaan. Penggunaan utang yang relatif tinggi akan menimbulkan biaya tetap berupa beban bunga dan angsuran pokok pinjaman yang harus dibayar, yang semakin besar biaya tetap dapat berakibat menurunnya laba perusahaan.

Beberapa peneliti yang dilakukan sebelumnya oleh Agus sukarno (2006), Ida Bagus Badjra (2015), Niken Hastuti (2010) membuktikan bahwa rasio *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan.

2.2.3 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas

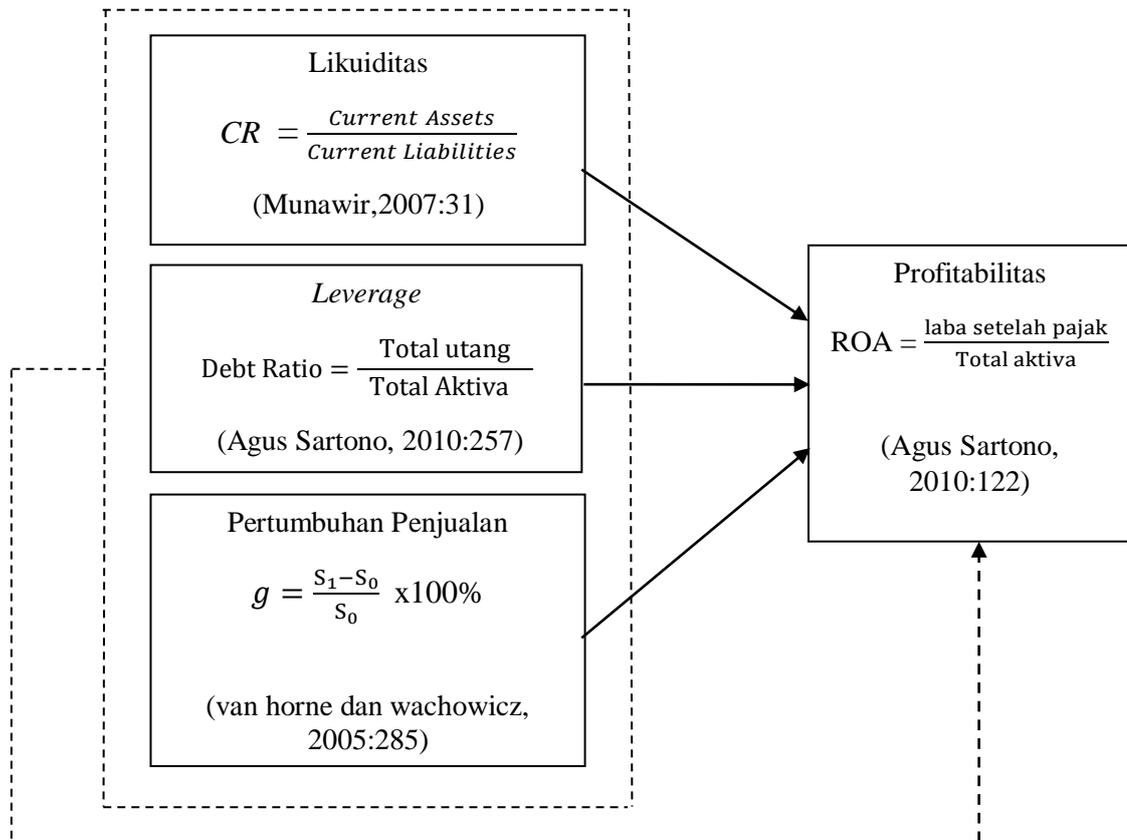
Perusahaan otomotif dan komponen tidak akan berjalan tanpa adanya system penjualan yang baik. Penjualan merupakan ujung tombak dari sebuah perusahaan. Ramalan penjualan yang tepat sangatlah diprlukan. Agar perusahaan dapat mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan untuk proses produksi. Dengan menggunakan rasio pertumbuhan penjualan, perusahaan dapat mengetahui trend penjualan dari produknya dari tahun ke tahun.

Definisi menurut Van Horne dan Wachowicz yang diterjemahkan oleh Dewi Fitriasaki (2005:285) adalah sebagai berikut Pertumbuhan penjualan adalah hasil perbandingan antara selisih penjualan tahun berjalan dan penjualan di tahun sebelumnya dengan penjualan di tahun sebelumnya.

Menurut Van Home dan Wachowicz yang telah dialih bahasakan oleh Dewi Fitriasaki dan Deny Arnos Kwary (2009:321) mengenai pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas adalah bila penjualan ditingkatkan, maka aktiva pun harus ditambah sedangkan di sisi lain, jika perusahaan tahu dengan pasti permintaan penjualannya di masa mendatang, hasil dari tagihan piutangnya, serta jadwal produknya, perusahaan akan dapat mengatur jadwal jatuh tempo utangnya agar sesuai dengan arus kas bersih di masa mendatang akibatnya laba akan dapat dimaksimalkan.

Beberapa peneliti yang dilakukan sebelumnya oleh Elfianto Nugroho (2011), Anisa Sulistyowati (2010), Ida Bagus Badjra (2015) membuktikan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya dan kajian pustaka, maka variabel yang terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan dalam kerangka pemikiran sebagai berikut:



Keterangan :

- = Pengaruh Parsial
- - - - -→ = Pengaruh Simultan

Gambar 2.1 Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh likuiditas terhadap profitabilitas
2. Terdapat pengaruh *leverage* terhadap profitabilitas
3. Terdapat pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas
4. Terdapat pengaruh likuiditas, *leverage* dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas