

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Pengertian Akuntansi dan Akuntansi Keuangan

Akuntansi memegang peranan penting dalam sistem ekonomi dan sosial. Keputusan-keputusan tepat yang diambil oleh para individu, perusahaan, pemerintah dan kesatuan-kesatuan lain merupakan hal yang essential bagi distribusi dan penggunaan sumber daya yang langka secara efisien. Oleh sebab itu, akuntansi digunakan untuk mencatat, mengikhtisarkan, melaporkan dan mengintegrasikan data ekonomi oleh banyak kelompok di dalam sistem ekonomi sosial.

Weygant (2013:4) mengatakan bahwa :

“Accounting is the financial information system that provide these insight. In short, to understand an organization of any type, you have to know the number. Accounting consist of there basic activities- it identifies, records, and communicates the economics events of an organization to interested users”

Dapat diartikan bahwa akuntansi adalah sistem informasi keuangan yang menyediakan pandangan dan pengertian tentang apa yang terjadi secara finansial dalam sebuah perusahaan. Akuntansi terdiri dari tiga aktivitas dasar yaitu mengidentifikasi, mencatat, dan mengkomunikasikan aktivitas ekonomi perusahaan supaya pengguna tertarik

Menurut Warren, dkk yang dalam Aria Farahmita (2016:621) akuntansi adalah:

“Akuntansi (*accounting*) adalah suatu sistem informasi yang menyediakan laporan untuk para pemangku kepentingan mengenai aktivitas ekonomi dan kondisi perusahaan”.

Charles T. Horngren dalam Gina Gania (2011:3) menyatakan akuntansi adalah:

“Akuntansi (*accounting*) merupakan suatu sistem informasi yang mengukur aktivitas bisnis, memproses data menjadi laporan, dan mengkomunikasikan hasilnya kepada pengambil keputusan yang akan membuat keputusan yang akan mempengaruhi aktivitas bisnis”.

Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut diatas, sampai pada pemahaman penulis bahwa akuntansi merupakan proses mengidentifikasi, mengukur, dan menyampaikan informasi atau kejadian ekonomi, dengan maksud untuk mendapatkan penilaian dan membantu para pengguna informasi guna pengambilan keputusan.

Akuntansi juga menyediakan ukuran efisiensi (profitabilitas) dan kesehatan keuangan perusahaan. Menurut Kieso, dkk dalam oleh Emil Salim (2011:2), akuntansi keuangan (*financial accounting*) yaitu:

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

Berdasarkan pengertian tersebut diatas, sampai pada pemahaman penulis bahwa akuntansi keuangan merupakan proses pembuatan laporan

keuangan oleh pihak penyusunan laporan keuangan yang menyangkut perusahaan secara keseluruhan, untuk digunakan baik oleh pihak-pihak internal maupun pihak eksternal.

2.1.2 Laporan Keuangan

2.1.2.1 Pengertian Laporan Keuangan

Laporan keuangan pada dasarnya adalah hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk mengkomunikasikan data keuangan atau aktivitas perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Dengan kata lain, laporan keuangan ini berfungsi sebagai alat informasi yang menghubungkan perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan, yang menunjukkan kondisi kesehatan keuangan perusahaan dan kinerja perusahaan. Berikut ini adalah pengertian-pengertian laporan keuangan menurut para ahli, yaitu :

Menurut Munawir (2011:2) :

“Laporan keuangan pada dasarnya adalah hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi antara data keuangan atau aktivitas suatu perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan data atau efektivitas perusahaan tersebut”.

Riyanto (2011:327), menyatakan :

“Laporan keuangan (*financial statement*) memberikan ikhtisar mengenai keadaan finansial suatu perusahaan, dimana neraca (*balance sheet*) mencerminkan nilai aktiva, utang dan modal sendiri pada suatu saat tertentu, dan laporan laba rugi (*income statement*) mencerminkan hasil-hasil yang dicapai selama suatu periode tertentu biasanya meliputi periode satu tahun”

Pengertian Laporan Keuangan menurut Zaki Baridwan (2014:17) adalah sebagai berikut :

“Laporan keuangan merupakan ringkasan dari suatu proses pencatatan, merupakan suatu ringkasan dari transaksi-transaksi keuangan yang terjadi selama tahun buku yang bersangkutan.”

Menganalisis laporan keuangan, berarti melakukan suatu proses untuk membedah laporan keuangan ke dalam unsur-unsurnya, menelaah masing-masing unsur tersebut dengan tujuan untuk memperoleh pengertian dan pemahaman yang baik dan tepat atas laporan keuangan tersebut. Melalui laporan keuangan akan dapat dinilai kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya, struktur modal perusahaan, distribusi aktiva, keefektifan penggunaan aktiva, hasil usaha atau pendapatan yang telah dicapai, beban-beban tetap yang harus dibayar, serta nilai-nilai buku tiap lembar saham perusahaan yang bersangkutan.

Analisa keuangan yang dilakukan suatu perusahaan tidak saja dilakukan terhadap satu periode saja, tetapi diperlukan adanya analisa komparatif (*comparative analysis*) sehingga dapat dilihat suatu hubungan atau kecenderungan yang bersifat signifikan. Dengan adanya kebutuhan akan analisa komparatif, maka analisa keuangan dapat dibagi atas tiga jenis (Ang, 2010:18.22), yaitu:

1. *Intracompany Basis*

Suatu perbandingan (komparatif) dalam internal perusahaan yang berfungsi untuk mendeteksi adanya perubahan-perubahan financial perusahaan atau kecenderungan (*trend*) yang significant.

2. *Intercompany Basis*

Suatu perbandingan dengan perusahaan lain yang memberikan suatu pandangan terhadap posisi kompetitif perusahaan yang bersangkutan. Biasanya perusahaan yang dijadikan basis perbandingan adalah perusahaan

yang menjadi *leader* dalam industrinya atau perusahaan yang berada pada industri yang sama dan besarnya sama atau perusahaan kompetitor.

3. *Industry Averages*

Suatu perbandingan dengan rata-rata industri atau norma industri dari industri yang sama dengan perusahaan yang akan dianalisa sehingga bisa memberikan informasi sejauh mana posisi relatif perusahaan tersebut dalam industrinya.

2.1.2.2 Analisis Rasio Keuangan

Rasio menggambarkan suatu hubungan atau perimbangan (*mathematical relationship*) antara suatu jumlah tertentu dengan jumlah yang lain (Munawir, 2011:54). Rasio sebenarnya hanyalah alat yang dinyatakan dalam *arithmathical terms* yang dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antara dua macam data finansial (Riyanto, 2011:329).

Rasio keuangan merupakan suatu informasi yang menggambarkan hubungan antara berbagai macam akun (*accounts*) dari laporan keuangan yang mencerminkan keadaan keuangan serta hasil operasional perusahaan. Sedangkan studi yang berfungsi untuk mempelajari rasio keuangan tersebut disebut analisa rasio keuangan (*financial ratios analysis*). *Financial ratio analysis* ini dapat dibagi atas dua jenis berdasarkan variate yang digunakan dalam analisa (Ang, 2010:18.23), yaitu:

1. *Univariate Ratio Analysis*

Univariate ratio analysis merupakan analisa rasio keuangan yang menggunakan satu variate didalam melakukan analisa (*profit margin ratio, return on assets, return on equity*, dan sebagainya)

2. *Multivariate Ratio Analysis*

Multivariate ratio analysis merupakan rasio keuangan yang menggunakan lebih dari satu variate didalam melakukan analisa (*alman's z-score, zeta score*, dan sebagainya).

Penganalisa finansial dalam mengadakan analisa rasio finansial pada dasarnya dapat melakukannya dengan dua macam pembandingan (Riyanto, 2011:329), yaitu:

1. Membandingkan rasio sekarang (*present ratio*) dengan rasio-rasio dari waktu yang lalu (*ratio historis*) atau dengan rasio-rasio yang diperkirakan untuk waktu-waktu yang akan datang dari perusahaan yang sama.
2. Membandingkan rasio-rasio dari suatu perusahaan (rasio perusahaan/*company ratio*) dengan rasio-rasio semacam dari perusahaan lain yang sejenis atau industri (rasio industri/rasio rata-rata/rasio standard) untuk waktu yang sama.

2.1.2.3 Penggolongan Rasio Keuangan

Untuk menganalisis laporan keuangan tersebut diperlukan suatu alat analisis yaitu rasio keuangan. Menurut Munawir (2011:68), angka rasio dapat dibedakan menjadi tiga menurut sumber datanya, antara lain:

1. Rasio-rasio neraca (*balance sheet ratio*)
Adalah semua rasio yang semua datanya diambil atau bersumber pada neraca (misalnya: *current ratio*, *acid test ratio*).
2. Rasio-rasio Laporan laba rugi (*income statement ratio*)
Yaitu angka-angka rasio yang dalam penyusunannya semua datanya diambil dari Laporan laba rugi (misalnya: *gross profit margin*, *net operating margin*, *operating ratio*, dan sebagainya).
3. Rasio-rasio antar laporan (*interstatement ratio*)
Ialah semua angka rasio yang penyusunan datanya berasal dari neraca dan data lainnya dari laporan laba rugi (misalnya: *inventory turnover*, *account receivable turnover*, *sales to fixed assets*, dan sebagainya)

Menurut Ang (2010:23) rasio keuangan dapat dikelompokkan menjadi lima jenis berdasarkan ruang lingkup atau tujuan yang ingin dicapai, yaitu:

1. Rasio Likuiditas (*Liquidity Ratios*)
Rasio ini menyatakan kemampuan perusahaan jangka pendek untuk memenuhi obligasi (kewajiban) yang jatuh tempo. Rasio likuiditas ini terdiri dari: *current ratio* (rasio lancar), *quick ratio*, dan *net working capital*.
2. Rasio Aktivitas (*Activity Ratios*)
Rasio ini menunjukkan kemampuan serta efisiensi perusahaan didalam memanfaatkan harta-harta yang dimilikinya. Rasio aktivitas ini terdiri dari : *total asset turnover*, *fixed asset turnover*, *accounts receivable turnover*, *inventory turnover*, *average collection period* (*day's sales inaccounts*)

receivable) dan *day's sales in inventory*.

3. Rasio Rentabilitas/Profitabilitas (*Profitability Ratios*)

Rasio ini menunjukkan keberhasilan perusahaan didalam menghasilkan keuntungan. Rasio rentabilitas ini terdiri dari: *gross profit margin*, *net profit margin*, *operating return on assets*, *return on assets*, *return on equity*, dan *operating ratio*.

4. Rasio Solvabilitas (*Solvency Ratios*)

Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka panjangnya. Rasio ini juga disebut *leverage ratios*, karena merupakan rasio pengungkit yaitu menggunakan uang pinjaman (*debt*) untuk memperoleh keuntungan. Rasio leverage ini terdiri dari: *debt ratio*, *debt to equity ratio*, *long-term debt to equity ratio*, *long-term debt to capitalization ratio*, *times interest earned*, *cash flow interest coverage*, *cash flow to net income*, dan *cash return on sales*.

5. Rasio Pasar (*Market Ratios*)

Rasio ini menunjukkan informasi penting perusahaan yang diungkapkan dalam basis per saham. Rasio pasar ini terdiri dari: *dividend yield*, *dividend per share*, *earning per share*, *dividend payout ratio*, *price earning ratio*, *book value per share*, dan *price to book value*.

2.1.3 Pertumbuhan Penjualan

2.1.3.1 Pengertian Pertumbuhan Penjualan

Penjualan merupakan salah satu kegiatan utama dalam perusahaan, hal ini disebabkan karena penjualan adalah sumber pendapatan bagi perusahaan. Swastha (2011:203) mendefinisikan penjualan sebagai berikut:

“Penjualan merupakan fungsi yang menentukan berhasil tidaknya suatu usaha perusahaan untuk menawarkan hasil produksinya dan akan berpengaruh terhadap tingkat penjualan”.

Warren, Reeve dan Fees yang dalam Aria Farahmita (2016:631), menyatakan bahwa :

“Penjualan merupakan jumlah total yang dibebankan kepada pelanggan atas barang yang terjual, termasuk penjualan tunai dan kredit”.

Menurut Titi Suciati (2012:85) definisi penjualan adalah sebagai berikut :

“Penjualan adalah kegiatan dalam pemasaran atau dapat dikatakan proses pertukaran barang dan jasa antara penjual dengan pembeli. Penjualan dalam proses pertukaran dengan mempengaruhi sedemikian rupa para pembeli untuk membeli sejumlah produk yang dijual sesuai dengan harga yang ditentukan”.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa penjualan merupakan proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli dengan harapan penjual memperoleh laba dari transaksi tersebut. Pada umumnya, seseorang menjual sesuatu akan mendapat imbalan berupa uang. Dengan alat tukar berupa uang, orang akan lebih mudah memenuhi segala keinginannya, dan penjualan menjadi lebih mudah dilakukan.

2.1.3.2 Tujuan Penjualan

Secara umum, tujuan penjualan meliputi beberapa hal, seperti yang dikemukakan Swastha (2011:80) :

1. Mencapai volume penjualan tertentu
2. Untuk mendapatkan laba tertentu
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan

Berasarkan ketiga tujuan yang telah disebutkan diatas, dapat disimpulkan bahwa tujuan dari aktivitas penjualan adalah untuk mendapatkan laba, mempertahankan bahkan berusaha meningkatkan laba untuk kelangsungan hidup perusahaan.

Menurut Winardi (2010:124), tujuan umum dari setiap perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Mencapai volume penjualan tertentu.
2. Mencapai laba maksimal dengan biaya sekecil-kecilnya.

3. Mempertahankan kelangsungan hidup terus-menerus.
4. Menunjang pertumbuhan perusahaan.

Swastha (2011:11) menyebutkan bahwa jenis-jenis penjualan berdasarkan hubungan pembeli yang terlibat dengan penjualan adalah sebagai berikut :

1. *Trade selling*
2. *Missionary selling*
3. *Technical selling*
4. *New business selling*
5. *Responsive selling*

Uraian mengenai kutipan tersebut di atas dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. *Trade selling*

Trade selling dapat terjadi bilamana produsen dan pedagang besar mempersilahkan pengecer berusaha untuk memperbaiki distribusi produk-produk mereka. Hal ini melibatkan para penyalur dengan kegiatan promosi, peragaan, persediaan, dan produk baru. Jadi titik beratnya adalah penjualan melalui penyalur daripada penjualan ke pembeli akhir.

2. *Missionary selling*

Dalam *Missionary selling*, penjualan berusaha ditinggikan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang-barang dari penyalur perusahaan. Disini wiraniaga lebih cenderung kepada penjualan untuk penyalur. Jadi wiraniaga sendiri tidak menjual secara langsung produk yang ditawarkan, misalnya penawaran obat kepada dokter.

3. *Technical selling*

Technical selling berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasehat kepada pembeli akhir dari barang dan jasanya. Dalam hal ini,

tugas utama wiraniaga adalah mengidentifikasi dan menganalisis masalah-masalah yang dihadapi pembeli, serta menunjukkan bagaimana produk atau jasa yang ditawarkan dapat mengatasi masalah tersebut.

4. *Newbusiness selling*

Newbusiness selling berusaha membuka transaksi baru dengan mengubah calon pembeli menjadi pembeli. Jenis penjualan ini sering digunakan oleh perusahaan asuransi.

5. *Responsive selling*

Responsive selling setiap tenaga penjualan diharapkan dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli. Dua jenis penjualan utama disini adalah *route driving* dan *reitali*. Jenis penjuala seperti ini tidak akan menciptakan penjualan yang terlalu besar meskipun layanan yang baik dan hubungan pelanggan yang sangat menyenangkan dapat menjuru kepada pembelian ulang.

Tujuan umum perusahaan dalam meningkatkan kegiatan penjualan adalah tercapainya efektivitas penjualan yang dapat dilihat dari tercapainya volume penjualan tertentu, tercapainyaa laba maksimal dan mempertahankan atau bahkan meningkatkan volume penjualan.

2.1.3.3 Ukuran Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan atas penjualan merupakan indikator dari penerimaan pasar atas produk atau jasa yang dihasilkan, dan pendapatan yang dihasilkan dari penjualan tersebut dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan

penjualan. Dengan mengetahui penjualan dari tahun sebelumnya, perusahaan dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada.

Menurut Brigham dan Houston (2011:111) dengan menggunakan rasio pertumbuhan penjualan, perusahaan dapat mengetahui trend penjualan dari produknya dari tahun ke tahun. Dengan demikian pertumbuhan penjualan (*growth of sales*) adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu.

Pertumbuhan penjualan (*growth sales*) diukur dengan membandingkan antara penjualan tahun sekarang (t) dikurangi penjualan tahun lalu ($t - 1$) dibagi dengan total penjualan tahun lalu ($t - 1$). Dengan demikian untuk mengukur pertumbuhan penjualan, digunakan rumus:

$$\text{Pertumbuhan dan Penjualan} = \frac{\text{Sales } t - \text{Sales } t - 1}{\text{Sales } t - 1}$$

Menurut Huston dan Brigham (2006:39) berpendapat bahwa 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. Home dan Machowicz (2005) mengemukakan teori bahwa tingkat pertumbuhan penjualan adalah hasil perbandingan antara selisih penjualan tahun berjalan dan penjualan di tahun sebelumnya dengan penjualan di tahun sebelumnya.

2.1.4 Struktur Aktiva

Struktur aktiva dapat dipandang dari objek operasional yang pada dasarnya menggolongkan aktiva dalam perbandingan tertentu untuk keperluan operasi utama perusahaan. Berikut ini adalah beberapa pengertian struktur aktiva menurut beberapa ahli, yaitu :

Menurut Munawir (2011:14) struktur aktiva adalah “proporsi investasi perusahaan dalam bentuk aktiva tetap”. Lebih lanjut Munawir (2011:14) menyatakan aktiva tetap adalah aktiva yang mempunyai umur kegunaan relatif permanen atau jangka panjang.

Syamsudin (2009:9) mengemukakan struktur aktiva adalah :

“Penentuan berapa besar lokasi dana untuk masing-masing komponen aktiva, baik dalam aktiva lancar maupun dalam aktiva tetap”.

Menurut Weston dan Brigham (2011:175) struktur aktiva adalah “perimbangan atau perbandingan antara aktiva tetap dan total aktiva”.

Brigham dan Houston dalam Widodo (2011:39) mengemukakan perusahaan yang aktivanya sesuai untuk dijadikan jaminan kredit cenderung lebih banyak menggunakan banyak utang. Pengukuran struktur aktiva dilakukan dengan melakukan suatu perbandingan antara total hutang jangka panjang perusahaan dengan total aktiva yang dimiliki. Pengukuran struktur aktiva dapat dilakukan dengan melihat proporsi aktiva tetap perusahaan terhadap total aktiva perusahaan secara keseluruhan.

Menurut Husnan (2012:52), struktur aktiva merupakan rasio antara aktiva tetap dengan aktiva yang dimiliki perusahaan. Secara matematis dapat

diformulasikan sebagai berikut.

$$\text{Struktur Aktiva} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Aktiva Tetap}} \times 100$$

Perusahaan yang memiliki aktiva tetap dalam jumlah besar dapat menggunakan hutang dalam jumlah besar. Hal ini disebabkan karena besarnya aktiva tetap yang dapat digunakan sebagai jaminan atau kolateral hutang perusahaan (Sartono,2012:248). Investor akan lebih menpercayai perusahaan yang memiliki jaminan atas hutang dalam jumlah besar karena apabila perusahaan mengalami kebangkrutan, maka aktiva tetap tersebut tersedia dapat digunakan untuk melunasi hutang yang dimiliki perusahaan.

Struktur Aktiva menurut Weston dan Brigham (2005:175) struktur aktiva adalah: perimbangan atau perbandingan antara aktiva tetap dan total aktiva.

Adapun perhitungan struktur aktiva adalah sebagai berikut:

$$\text{Struktur Aktiva} = \frac{\text{Aktiva Tetap}}{\text{Total Aktiva}} \times 100$$

2.1.5 Profitabilitas

Kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba tergantung pada efisiensi dan efektifitas pelaksanaan operasi, serta sumber daya yang tersedia untuk melakukannya. Karena itu, analisis profitabilitas secara umum memfokuskan pada hubungan antara hasil operasi, seperti yang dilaporkan dalam laporan laba-rugi, dan sumber daya yang tersedia bagi perusahaan, seperti yang dilaporkan dalam neraca. Menurut Halim (2010:149) adalah kemampuan perusahaan dalam

menghasilkan laba.

Harahap (2012:304) menyatakan bahwa :

“Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya”.

Menurut Sartono (2012:29), profitabilitas adalah :

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

Berdasarkan pengertian profitabilitas tersebut di atas dapat ditarik dikatakan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui investasi baik itu investasi pada aktiva perusahaan maupun investasi pada modal saham.

Rasio profitabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan. Rasio profitabilitas dapat memberikan informasi mengenai kinerja keuangan perusahaan. Pengertian rasio profitabilitas menurut Sutrisno (2012:259), adalah sebagai berikut:

“Rasio keuntungan/*profitability* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur efektifitas perusahaan dalam mendapatkan keuntungan.”

Pengertian rasio profitabilitas menurut Brigham & Houston yang diterjemahkan oleh Yulianto (2011:107) adalah sebagai berikut:

“Rasio profitabilitas adalah sekelompok rasio yang menunjukkan gabungan efek-efek dari likuiditas, manajemen aktiva, dan hutang pada hasil-hasil operasi.”

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham yang tertentu.

Menurut Fahmi (2013:58), ada empat rasio profitabilitas yang sering dibicarakan, yaitu:

1. *Gross Profit Margin*, menghitung kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu.
2. *Net Profit Margin*, menggambarkan besarnya laba bersih yang diperoleh perusahaan pada setiap penjualan yang dilakukan.
3. *Return On Investment*, mengukur tingkat kembalian investasi yang telah dilakukan oleh perusahaan dengan menggunakan total aktiva yang dimiliki perusahaan tersebut.
4. *Return On Equity*, rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba berdasarkan modal saham tertentu.”

Rasio profitabilitas juga dapat dilihat dari:

1. *Gross Profit Margin*, berguna untuk mengetahui keuntungan kotor perusahaan dari setiap barang yang dijual.
2. *Net Profit Income*, rasio yang menggambarkan besarnya persentase keuntungan bersih yang diperoleh perusahaan untuk setiap penjualan.
3. *Return on Total Asset (ROA)*, rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari setiap satu rupiah aset yang digunakan.
4. *Return on Equity (ROE)*, rasio ini berguna untuk mengetahui besarnya kembalian yang diberikan oleh perusahaan untuk setiap rupiah modal dari pemilik.
5. *Earning Per Share*, rasio yang menggambarkan besarnya pengembalian modal untuk setiap satu lembar saham.
6. *Payout Ratio*, rasio yang menggambarkan persentase dividen kas yang diterima oleh pemegang saham terhadap laba bersih yang diperoleh perusahaan.
7. *Retention Ratio*, rasio yang menggambarkan persentase laba bersih yang digunakan untuk penanaman modal perusahaan.
8. *Productivity Ratio*, rasio yang menggambarkan kemampuan operasional perusahaan dalam menjual dengan menggunakan aktiva yang dimiliki.

Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa rasio-rasio profitabilitas ini bermanfaat untuk menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan baik itu dari tingkat penjualan, investasi pada aktiva tetap perusahaan,

maupun menghasilkan laba dari modal sendiri.

Ukuran dari rasio profitabilitas dapat dilihat dari laporan kinerja perusahaan. Adapun rasio yang akan digunakan untuk mengukur profitabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rasio *return on asset*. ROA menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atas aktiva yang dipergunakan.

Return on Asset dapat dijadikan sebagai indikator efisiensi perusahaan dalam menggunakan asetnya untuk memperoleh laba. Semakin tinggi ROA, maka semakin baik kondisi perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik keadaan suatu perusahaan. Apabila tingkat ROA itu rendah, tidak selalu berarti buruk. Hal tersebut dapat diakibatkan oleh keputusan yang disengaja untuk menggunakan utang dalam jumlah besar, beban bunga yang tinggi menyebabkan laba bersih menjadi relatif rendah (Brigham and Houston, 2011:148). Rumus untuk menghitung ROA adalah sebagai berikut:

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Assets}} \times 100$$

Net profit margin adalah rasio antara laba bersih (net profit) dengan penjualan (sales). Net profit di sini adalah sisa dari hasil penjualan setelah seluruh biaya-biaya dikurangi termasuk bunga dan pajak. Dengan demikian rasio ini akan mengukur besarnya laba bersih yang dicapai oleh perusahaan dari sejumlah penjualan yang telah dilakukan.

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Net Profit After Tax}}{\text{Sales}} \times 100$$

Return on investment (ROI) atau yang sering juga disebut dengan return on total assets adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah aktiva yang tersedia didalam perusahaan semakin tinggi rasio ini, dapat dikatakan semakin baik pula keadaan perusahaan.

$$\text{Return On Investment} = \frac{\text{Net Profit After Taxes}}{\text{Total Assets}} \times 100$$

Return on equity (ROE) adalah suatu rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya tingkat pendapat (income) yang tersedia bagi para pemilik perusahaan (baik pemegang saham biasa maupun pemegang saham preferen) atas modal yang mereka investasikan di dalam perusahaan. Secara umum, semakin tinggi rasio ini menunjukkan semakin tingginya pula tingkat penghasilan yang diperoleh para pemegang saham / pemilik perusahaan.

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Equity}} \times 100$$

2.1.6 Struktur Modal

2.1.6.1 Pengertian Struktur Modal

Berikut ini akan memberikan pengertian struktur modal yang diungkapkan oleh beberapa ahli, yaitu :

Sartono (2012:225) menyatakan bahwa :

“Struktur modal merupakan perimbangan jumlah utang jangka pendek

yang bersifat permanen, utang jangka panjang, saham preferen dan saham biasa”.

Riyanto (2011:296) menyatakan bahwa struktur modal adalah ”Perimbangan atau perbandingan antara modal asing (jangka panjang) dengan modal sendiri”.

Martono dan Harjito (2014:240) menyatakan bahwa struktur modal adalah:

“Perbandingan atau imbalan pendanaan jangka panjang perusahaan yang ditunjukkan oleh perbandingan hutang jangka panjang terhadap modal sendiri”.

Brigham (2011:446) mengemukakan “*Target capital structure is the mix of debt, preferred stock and common equity which the firm’s plans to finance the investment*”. Artinya bahwa sasaran dari struktur modal adalah gabungan dari hutang, saham *preferred* dan saham biasa yang direncanakan perusahaan untuk membiayai investasinya.

Menurut Brigham dan Houston dalam Widodo (2011:18) struktur modal sangat berperan dalam keputusan pendanaan yang dilakukan oleh manajer keuangan. Mengenai keputusan pendanaan, perusahaan perlu mempertimbangkan kombinasi modal yang akan ditariknya, karena modal merupakan salah satu aspek penting dalam menentukan keberlangsungan usahasuatu perusahaan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat dipahami bahwa struktur modal merupakan sumber dana jangka panjang atau sumber dana yang bersifat permanen, artinya hutang jangka panjang dan modal sendiri yang biasanya digunakan untuk kegiatan perusahaan yang bersifat permanen, dikategorikan

sebagai struktur modal sedangkan hutang jangka pendek atau hutang lancar tidak dapat dikategorikan sebagai struktur modal, karena biasanya digunakan untuk pembiayaan jangka pendek perusahaan.

2.1.6.2 Pengukuran Struktur Modal

Rasio dalam pengukuran struktur modal digunakan untuk mengukur seberapa banyak dana yang disupply oleh pemilik perusahaan dalam proporsinya dengan dana yang diperoleh dari kreditur perusahaan. *Debt to Equity Ratio* merupakan rasio yang menggambarkan utang dan ekuitas dalam pendanaan perusahaan dan menunjukkan kemampuan modal sendiri perusahaan tersebut untuk memenuhi seluruh kewajibannya.

Debt to equity ratio merupakan salah satu rasio *leverage* yang bertujuan untuk mengukur kemampuan dari modal sendiri yang dijadikan jaminan untuk keseluruhan utang perusahaan dengan demikian dapat dilihat struktur risiko tidak tertagihnya hutang. Menurut Riyanto (2011:296) rasio ini menunjukkan beberapa bagian hutang yang dijamin oleh setiap rupiah modal sendiri. DER dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Jumlah Total Modal}} \times 100$$

Debt Equity Ratio (DER) mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya yang ditunjukkan oleh beberapa bagian modal sendiri yang digunakan untuk membayar hutang. Penggunaan hutang yang semakin besar akan mengakibatkan semakin besar pula kewajiban yang harus dipenuhi perusahaan. Peningkatan hutang akan mempengaruhi besar kecilnya laba

yang diperoleh perusahaan.

Long term debt to equity ratio merupakan rasio antara hutang jangka panjang dengan modal sendiri. Tujuannya adalah untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan hutang jangka panjang dengan cara membandingkan antara hutang jangka panjang dengan modal sendiri yang disediakan oleh perusahaan. Rumus untuk mencari long term debt to equity ratio adalah dengan menggunakan perbandingan antara hutang jangka panjang dengan modal sendiri, yaitu :

$$\text{Long Term Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang Jangka Panjang}}{\text{Equity}} \times 100$$

2.1.6.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal

Brigham dan Houston yang dialihbahasakan oleh Widodo (2011:39) menyebutkan ada beberapa faktor yang mempengaruhi struktur modal, yaitu:

1. Stabilitas Penjualan
Perusahaan dengan penjualan yang relatif stabil dapat lebih aman memperoleh lebih banyak pinjaman dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang penjualannya tidak stabil.
2. Struktur Aktiva
Perusahaan yang aktivanya sesuai untuk dijadikan jaminan kredit cenderung lebih banyak menggunakan banyak utang. Aktiva multiguna yang dapat digunakan oleh banyak perusahaan merupakan jaminan yang baik, sedangkan aktiva yang hanya digunakan untuk tujuan tertentu tidak begitu baik untuk dijadikan jaminan.
3. *Leverage* Operasi
Perusahaan dengan *leverage* operasi yang lebih kecil cenderung lebih mampu untuk memperbesar *leverage* keuangan karena ia akan mempunyai risiko bisnis yang lebih kecil.
4. Tingkat Pertumbuhan
Perusahaan yang tumbuh dengan pesat harus lebih banyak mengandalkan modal eksternal tetapi sering menghadapi ketidakpastian yang lebih besar yang cenderung mengurangi keinginannya untuk menggunakan utang.

5. Profitabilitas
Perusahaan dengan tingkat pengembalian yang tinggi atas investasi menggunakan utang yang relatif lebih kecil.
6. Pajak
Bunga merupakan beban yang dapat dikurangkan untuk tujuan perpajakan, dan pengurangan tersebut sangat bernilai bagi perusahaan yang terkena tarif pajak yang tinggi, makin tinggi tarif pajak perusahaan, makin besar manfaat menggunakan utang.
7. Pengendalian
Perimbangan pengendalian tidak selalu menghendaki penggunaan utang atau ekuitas karena jenis modal yang memberi perlindungan terbaik bagi manajemen bervariasi dari situasi ke situasi yang lain.
8. Sikap Manajemen
Sejumlah manajemen cenderung lebih konservatif daripada manajemen lainnya, sehingga menggunakan sejumlah utang yang lebih kecil daripada rata-rata perusahaan dalam industri yang bersangkutan, sementara manajemen lain lebih cenderung menggunakan banyak utang dalam usaha mengejar laba yang lebih tinggi.
9. Sikap pemberi pinjaman dan lembaga penilai peringkat
Sikap para pemberi pinjaman dan perusahaan penilai peringkat seringkali mempengaruhi keputusan struktur keuangan, dalam sebagian besar kasus, perusahaan membicarakan struktur modalnya dengan pemberi pinjaman dan lembaga penilai peringkat serta sangat memperhatikan masukan yang diterima.
10. Kondisi pasar
Kondisi di pasar saham dan obligasi mengalami perubahan jangka panjang dan pendek yang dapat sangat berpengaruh terhadap struktur modal yang optimal.
11. Kondisi internal perusahaan
Kondisi internal perusahaan juga berpengaruh terhadap struktur modal yang ditargetkannya.
12. Fleksibilitas Keuangan
Bila perusahaan menghadapi kesulitan operasi, para pemilik modal lebih suka menanamkan modalnya pada perusahaan dengan posisi neraca yang baik, karena itu kemungkinan tersedianya dana di masa mendatang, dan konsekuensi akibat kurangnya dana sangat berpengaruh terhadap struktur modal.

Menurut Wiksuana, dkk (2011:201), faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan struktur modal yaitu:

1. Tingkat penjualan, perusahaan dengan penjualan yang relatif stabil dapat menggunakan hutang lebih besar dari pada perusahaan dengan penjualannya yang tidak stabil.

2. Struktur aset, perusahaan dengan struktur aset yang fleksibel cenderung menggunakan *leverage* lebih besar dari pada perusahaan yang struktur asetnya tidak fleksibel.
3. Tingkat pertumbuhan perusahaan, apabila faktor lain sama maka perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan tinggi cenderung akan menggunakan sumber dari luar.
4. Profitabilitas dan pajak, perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi akan menggunakan hutang yang lebih kecil karena perusahaan mampu menyediakan dana yang cukup melalui laba ditahan.
5. Kebijakan dividen, apabila perusahaan cenderung membagikan dividen yang besarnya tetap maka pembayaran dividen tersebut akan merupakan beban tetap bagi perusahaan.
6. Kondisi *intern* perusahaan, perusahaan suatu saat perlu menanti saat yang tepat untuk mengeluarkan saham atau obligasi tergantung atas kondisi *intern*.
7. Pengendalian, pemilik perusahaan mungkin memilih menggunakan hutangnya karena tidak ingin kehilangan kendali atas perusahaan tersebut.

Menurut Sartono (2012:248), faktor-faktor yang mempengaruhi struktur modal adalah:

- a. Tingkat penjualan
Perusahaan dengan penjualan yang relatif stabil berarti memiliki aliran kas yang relatif stabil pula, sehingga perusahaan dapat menggunakan hutang dalam jumlah yang lebih besar dari pada perusahaan yang tidak stabil.
- b. Struktur aset
Perusahaan yang memiliki struktur aset tetap dalam jumlah besar dapat menggunakan hutang dalam jumlah besar, hal ini disebabkan karena skalanya perusahaan besar mudah mendapatkan akses ke sumber dana dibandingkan dengan perusahaan kecil.
- c. Tingkat pertumbuhan perusahaan
Semakin besar pertumbuhan perusahaan maka semakin besar kebutuhan dana untuk pembiayaan ekspansi. Semakin besar kebutuhan untuk pembiayaan mendatang maka semakin besar keinginan perusahaan untuk menahan laba. Jadi perusahaan yang sedang tumbuh sebaiknya tidak dibagikan laba sebagai dividen tetapi lebih baik digunakan untuk pembiayaan investasi.
- d. Profitabilitas
Profitabilitas periode sebelumnya merupakan faktor penting dalam menentukan struktur modal. Dengan laba ditahan yang besar, perusahaan akan lebih senang menggunakan laba ditahan sebelum menggunakan hutang. Hal ini sesuai dengan *pecking order theory* yang menyarankan manager menggunakan pembiayaan yang pertama dari laba ditahan, kemudian hutang dan terakhir penjualan saham baru. Pertimbangan lain adalah *direct cost* untuk pembiayaan eksternal lebih tinggi dibanding dengan pembiayaan internal. Penjualan saham baru justru merupakan sinyal negatif karena pasar menginterpretasikan perusahaan dalam keadaan kesulitan

likuiditas. Hal ini tidak terlepas dari adanya informasi yang tidak simetris antara manajemen dengan pasar. Manajemen memiliki informasi yang lebih tentang prospek perusahaan dibandingkan dengan pasar.

- e. Variabel laba dan perlindungan pajak
Variabel ini sangat erat kaitannya dengan stabilitas penjualan jika variabilitas atau volatibilitas laba perusahaan kecil maka perusahaan mempunyai kemampuan yang lebih besar untuk menanggung beban tetap dari hutang. Adanya kecenderungan bahwa penggunaan hutang akan memberikan manfaat berupa perlindungan pajak.
- f. Skala perusahaan
Perusahaan yang besar yang sudah *well-established* akan lebih mudah memperoleh modal di pasar modal dibandingkan dengan perusahaan kecil, karena kemudian akses tersebut berarti perusahaan besar memiliki fleksibilitas yang besar pula.
- g. Kondisi *intern* perusahaan dan ekonomi makro
Perusahaan perlu menanti saat yang tepat untuk menjual saham dan obligasi. Secara umum kondisi yang paling tepat untuk menjual obligasi atau saham adalah pada saat tingkat bunga pasar sedang rendah atau pasar sedang *bullish*. Tidak jarang perusahaan harus memberikan sinyal-sinyal dalam rangka memperkecil informasi yang tidak simetris agar pasar dapat menghargai perusahaan secara wajar.

2.1.7 Harga Saham

2.1.7.1 Pengertian Harga Saham

Harga suatu saham digunakan investor sebagai acuan dalam melakukan transaksi di pasar saham (Sunardi, 2010:51). Harga saham merefleksikan seberapa besar kekuatan permintaan dibandingkan kekuatan penawaran terhadap suatu saham. Makin banyak investor yang ingin membeli saham, sementara banyaknya investor yang ingin menjual tetap maka harga saham akan cenderung naik. Sebaliknya, makin banyaknya investor yang ingin menjual saham sementara banyaknya investor yang ingin membeli saham cenderung tetap maka harga saham akan cenderung turun.

Pengertian harga saham menurut Jogiyanto (2013:8), yaitu :

“Harga saham yang terjadi dipasar bursa pada saat tertentu yang ditentukan oleh pelaku pasar dan ditentukan oleh permintaan dan penawaran saham yang bersangkutan dipasar modal”.

Menurut Darmadji dan Fakhrudin (2012:102)

“Harga saham merupakan harga yang terjadi di bursa pada waktu tertentu dan harga yang paling mudah ditentukan karena merupakan harga dari suatu saham pada pasar yang sedang berlangsung”

Menurut Martono (2011:13) didefinisikan sebagai berikut :

“Harga saham merupakan refleksi dari keputusan-keputusan investasi,pendanaan (termasuk kebijakan dividen) dan pengelolaan aset.”

Menurut Sunariyah (2012:128), harga saham adalah “harga suatu saham pada pasar yang sedang berlangsung di bursa efek”.

Berdasarkan pengertian-pengertian diatas maka dapat ditunjukkan bahwa harga saham adalah nilai kekayaan bersih ekonomis dibagi dengan jumlah lembar saham yang beredar. Harga saham ditentukan menurut hukum permintaan penawaran dimana makin banyak orang yang ingin membeli maka harga saham tersebut cenderung bergerak naik.

2.1.7.2 Penilaian Harga Saham

Menurut Halim (2011:20), seorang investor yang ingin menginvestasikan dananya di pasar modal yang berupa saham, investor tersebut harus terlebih dahulu mengetahui harga saham dalam menentukan pembelian pada suatu

perusahaan. Sel lembar saham mempunyai nilai atau harga dimana suatu harga saham dapat dibedakan menjadi 3 (tiga), yaitu:

1. Harga Nominal

Harga yang tercantum dalam sertifikat saham yang ditetapkan oleh emiten untuk menilai setiap lembar saham yang dikeluarkan. Besarnya harga nominal memberikan arti penting saham karena deviden minimal biasanya ditetapkan berdasarkan nilai nominal.

2. Harga Perdana

Harga perdana merupakan harga pada waktu harga saham tersebut dicatat di bursa efek. Harga saham pada pasar perdana biasanya ditetapkan oleh penjamin emisi (*underwriter*) dan emiten. Dengan demikian akan diketahui berapa harga saham emiten itu akan dijual kepada masyarakat biasanya untuk menentukan harga perdana.

3. Harga Pasar

Jika harga perdana merupakan harga jual dari perjanjian emisi kepada investor, maka harga pasar adalah harga jual dari investor yang satu dengan investor yang lain. Harga pasar terjadi setelah saham tersebut dicatatkan di bursa. Dan transaksi tidak lagi melibatkan emiten dari penjamin emisi harga ini yang disebut sebagai harga di pasar sekunder dan harga inilah yang benar - benar mewakili harga perusahaan penerbitnya karena pada transaksi di pasar sekunder jarang terjadi negosiasi harga investor dengan perusahaan penerbit. Harga yang setiap hari diumumkan di surat kabar atau media lain adalah harga pasar.

Harga saham terbentuk di pasar jual beli saham akibat dari transaksi jual beli yang terjadi antara investor tersebut dan apabila harga pasar Bursa Efek ditutup maka harga pasar adalah harga penutupannya (*closing price*) dan apabila harga pasar ini dikalikan dengan jumlah saham yang diterbitkan (*outstanding share*), maka akan didapatkan nilai pasar (*marketvalue*).”

Investor juga perlu mengetahui dan memahami harga nominal, harga perdana, dan harga pasar dalam pengambilan keputusan investasi saham karena akan membantu investor untuk mengetahui saham mana yang bertumbuh dan murah.

Suad Husnan (2011:282) menyatakan bahwa investor dalam melakukan keputusan investasi di pasar modal memerlukan informasi tentang penilaian saham. Dimana analisis saham bertujuan untuk menaksir nilai intrinsik (*intrinsic value*) suatu saham dan kemudian membandingkannya dengan harga pasar saham tersebut pada saat ini (*current market price*).

Nilai intrinsik (NI) suatu saham menunjukkan *present value* arus kas yang diharapkan dari saham tersebut. Pedoman yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Apabila $NI >$ harga pasar saat ini, maka saham tersebut dinilai *undervalued* (harganya terlalu rendah), oleh karena itu layak dibeli atau ditahan apabila saham tersebut telah dimiliki.
2. Apabila $NI <$ harga pasar saat ini, maka saham tersebut dinilai *overvalued* (harganya terlalu tinggi), maka layak dijual.
3. Apabila $NI =$ harga pasar saat ini, maka saham tersebut dinilai wajar harganya dan berada dalam kondisi keseimbangan. Model penilaian

merupakan suatu mekanisme untuk mengubah serangkaian variabel ekonomi atau variabel perusahaan yang diramalkan (diamati) menjadi dasar perkiraan harga saham.

Darmaji dan Fakhruddin (2012:104) berpendapat bahwa investor dapat mengamati pergerakan harga saham dengan melakukan pengawasan atau pemantauan perdagangan saham yang terdiri dari beberapa istilah yaitu:

1. *Previous price* menunjukkan harga pada penutupan hari sebelumnya.
2. *Open* atau *Opening Price* menunjukkan harga pertama kali pada saat pembukaan sesi I perdagangan.
3. *High* atau *Highest Price* menunjukkan harga tertinggi atas suatu saham yang terjadi sepanjang perdagangan pada hari tersebut.
4. *Low* atau *Lowest Price* menunjukkan harga terendah atas suatu saham yang terjadi sepanjang perdagangan pada hari tersebut.
5. *Last Price* menunjukkan harga terakhir yang terjadi atas suatu saham.
6. *Change* menunjukkan selisih antara harga pembukaan dengan harga terakhir yang terjadi.
7. *Close* atau *Closing Price* menunjukkan harga penutupan suatu saham. *Close Price* suatu saham dalam satu hari perdagangan ditentukan pada akhir sesi II, yaitu pukul 16.00 (pukul 4.00 sore).

2.1.7.3 Pengukuran Harga Saham

1. Metode *Price To Book Value* (Metode PBV)

PBV adalah hasil perbandingan antara harga pasar saham dengan nilai buku per lembar saham. Nilai buku per lembar saham diperoleh dengan cara membagi seluruh modal sendiri perusahaan dengan semua saham yang telah dikeluarkan dan disetor penuh. PBV menggambarkan seberapa besar pasar para investor menghargai nilai buku saham perusahaan. Dapat diartikan bahwa semakin tinggi rasio PBV, maka akan semakin tinggi juga apresiasi pasar terhadap prospek perusahaan, namun di sisi lain kenaikan atau tingginya rasio PBV, juga dapat berartio meningkatnya risiko bagi investor. Secara teoritis rasio PBV yang

wajar adalah sebesar 2 kali atau dengan kata lain harga saham dikategorikan masih wajar dalam kaitan dengan risiko investasi jika harga saham perusahaan sebesar 2 kali dari nilai buku per lembar saham. Ada pun rumus PBV adalah sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$$

2. Metode Perkiraan Pendapatan

Selain metode PER, metode perkiraan pendapatan juga bertujuan untuk menentukan berapa nilai instrinsik atau nilai wajar suatu saham kemudian membandingkannya dengan masing – masing pergerakan dari transaksi pergerakan harga saham tersebut. Ada pun perbedaan antara metode perkiraan pendapatan dengan metode PER bahwa metode PER tidak memasukkan unsur perkiraan pendapatan yang akan diperoleh investor, sedangkan penilaian harga saham dengan menggunakan metode perkiraan pendapatan memasukkan unsur berapa besar pendapatan yang akan dibagikan kepada para investor dari pendapatan atau laba yang diperoleh perusahaan serta adanya juga unsur tingkat bunga yang berlaku secara umum. Ada pun rumusnya adalah sebagai berikut:

$$V = P.E \frac{1 + g}{K - g}$$

3. Earning Per Share (EPS)

Earnings per Share(EPS) merupakan perbandingan antarpendapatan yang

dihasilkan (laba bersih) dan jumlah saham yang beredar. Earnings per Share (EPS) menggambarkan profitabilitas perusahaan yang tergambar pada setiap lembar saham. Earnings per Share (EPS) dihitung dengan rumus berikut (Tjiptono Darmadji dan Hendy M. Fakhruddin, 2006).

$$\text{EPS} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

4. Closing Price

Harga Penutupan (Closing Price) adalah harga yang muncul saat bursa tutup. Harga penutupan saham sangat penting karena menjadi acuan untuk harga pembukaan di keesokan harinya. Harga penutupan biasanya digunakan untuk memprediksi harga saham pada periode berikutnya. Prediksi harga saham di dunia investasi menjadi hal yang penting untuk kegiatan jual beli saham. Prediksi harga saham dapat membantu pelaku pasar untuk memberikan saran mengenai harga saham yang hendak di jual atau di beli oleh pelaku pasar. Harapannya pelaku pasar dapat memperoleh keuntungan yang maksimal. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut :

$$\text{CP} = \frac{\text{CP}_t + \text{CP}_{t+1}}{2}$$

2.1.7.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Saham

Harga saham dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, Tjiptono dan Hendy (2010:189) menyatakan faktor-faktor yang dapat digunakan dalam menganalisis harga saham yaitu:

1. Faktor Fundamental

Faktor fundamental yaitu faktor yang berasal dari kinerja keuangan perusahaan dari tahun ke tahun seperti tingkat penjualan dan laba perusahaan, siklus usaha perusahaan, dan rasio-rasio keuangan perusahaan.

2. Faktor Teknikal

Faktor teknikal yaitu faktor yang dipelajari melalui harga pasar saham sebagai usaha untuk memprediksi pergerakan harga saham dimasa yang akan datang. Faktor teknikal juga memiliki banyak variabel yang bisa dihitung dengan menggunakan variabel di luar rasio keuangan.

2.1.8 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 berikut ini disajikan ringkasan penelitian terdahulu beserta hasil-hasilnya

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama & Tahun	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	Nunky Rizka Mahapsari dan Abdullah Taman (2013)	Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aktiva, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham Dengan Struktur Modal Sebagai Variable Intervening pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia	Profitabilitas, struktur aktiva, pertumbuhan penjualan, struktur modal dan harga saham	Tidak terdapat pengaruh positif profitabilitas terhadap struktur modal, tidak terdapat pengaruh negatif antara struktur aktiva dengan struktur modal, terdapat pengaruh positif pertumbuhan penjualan terhadap struktur modal, tidak terdapat pengaruh negatif profitabilitas, struktur aktiva, dan pertumbuhan penjualan terhadap struktur modal, terdapat pengaruh positif profitabilitas terhadap harga saham, tidak terdapat pengaruh positif struktur aktiva terhadap harga saham, tidak terdapat pengaruh

No	Nama & Tahun	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
				negatif pertumbuhan penjualan terhadap harga saham, terdapat pengaruh negatif struktur modal terhadap harga saham, terdapat pengaruh positif profitabilitas, struktur aktiva, pertumbuhan penjualan terhadap harga saham melalui struktur modal
2	I Putu Andre Sucita Wijaya dan I Made Karya Utama (2014)	Pengaruh Profitabilitas, Struktur aset, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal Serta Harga Saham	Profitabilitas, Struktur aset, Pertumbuhan Penjualan, Struktur Modal Serta Harga Saham	Profitabilitas. struktur asset dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap harga saham
3	Mentari Risdanya dan Zaroni (2015)	Pengaruh <i>Net Profit Margin, Earning Per Share, Return On Equity, Price Earning Ratio</i> , dan <i>Debt To Equity Ratio</i> terhadap Harga Saham	<i>Net Profit Margin, Earning Per Share, Return On Equity, Price Earning Ratio, Debt to Equity Ratio, Share Price</i>	<i>Net Profit Margin, Return On Equity, Price Earning Ratio</i> tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap harga saham. <i>Earning Per Share</i> dan <i>Debt to Equity Ratio</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap harga saham
4	Edhi Asmirantho dan Elif Yuliawati (2015)	Pengaruh <i>Dividen Per Share (Dps), Dividen Payout Ratio (Dpr), Price To Book Value (Pbv), Debt To Equity Ratio (Der), Net Profit Margin (Npm) Dan Return On Asset (Roa)</i> Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman dalam Kemasan Yang Terdaftar Di Bei	<i>Dividend Per Share (DPS), Dividend Payout Ratio (DPR), Price to Book Value (PBV), Debt to Equity Ratio (DER), Net Profit Margin (NPM), and Return on Assets (ROA).</i>	PBV, NPM dan ROA secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham, variabel lain dalam penelitian ini yaitu DPR berpengaruh negatif dan tidak signifikan. DPS dan DER tidak berpengaruh dan signifikan terhadap harga saham
5	Atika Rahmi, Muhammad	Pengaruh Faktor-Faktor Fundamental dan Risiko	EPS, PER, BVS, DPR, DER, ROE,	EPS, PER, BVS, DPR, DER, ROE, ROA,

No	Nama & Tahun	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
	Arfan, dan Jalaluddin (2013)	Sistematik Terhadap Harga Saham (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2009)	ROA, NPM dan Beta	NPM dan Beta secara simultan berpengaruh terhadap harga saham Secara Parsial: a. <i>price earning ratio</i> berpengaruh positif terhadap harga saham b. <i>debt to equity ratio</i> berpengaruh positif terhadap harga saham. c. <i>net profit margin</i> berpengaruh positif terhadap harga saham
6	Gadang Ganggas Rakasetya, dkk (2013)	Pengaruh Faktor Mikro dan Faktor Makro Ekonomi Terhadap Harga Saham Perusahaan <i>Mining And Mining Services</i> Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2008-2011	DER, PER dan dan Harga Saham	<i>Debt Equity Ratio</i> secara parsial signifikan pengaruhnya terhadap harga saham. <i>Price Earning Ratio</i> (PER) tidak signifikan pengaruhnya terhadap harga saham..
7	Edhi Asmirantho dan Elif Yuliawati (2015)	Pengaruh <i>Dividen Per Share</i> (Dps), <i>Dividen Payout Ratio</i> (Dpr), <i>Price To Book Value</i> (Pbv), <i>Debt To Equity Ratio</i> (Der), <i>Net Profit Margin</i> (Npm) Dan <i>Return On Asset</i> (Roa) Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman dalam Kemasan Yang Terdaftar Di Bei	<i>Dividend Per Share</i> (DPS), <i>Dividend Payout Ratio</i> (DPR), <i>Price to Book Value</i> (PBV), <i>Debt to Equity Ratio</i> (DER), <i>Net Profit Margin</i> (NPM), and <i>Return on Assets</i> (ROA).	PBV, NPM dan ROA secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham, variabel lain dalam penelitian ini yaitu DPR berpengaruh negatif dan tidak signifikan. DPS dan DER tidak berpengaruh dan signifikan terhadap harga saham

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dengan Harga Saham

Penjualan merupakan ujung tombak dari sebuah perusahaan. Ramalan penjualan yang tepat sangatlah diperlukan, agar perusahaan dapat mempersiapkan

segala sesuatu yang diperlukan untuk proses produksi. Horne dan Wachowicz (2011:321) menyatakan bahwa :

“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 dan investor akan semakin tertarik sehingga harga saham akan naik”.

Berdasarkan pendapat di atas, dapat dikatakan bahwa pertumbuhan penjualan yang tinggi dapat meningkatkan harga saham. Pertumbuhan penjualan mencerminkan prospek perusahaan-perusahaan di masa depan. Apabila perusahaan memiliki keuntungan yang meningkat, maka pertumbuhan penjualan pun ikut meningkat dan kinerja perusahaan semakin baik dari tahun ke tahun. Dengan demikian juga akan berpengaruh pada harga saham yang kemungkinan akan naik karena pada dasarnya harga saham dipengaruhi oleh keuntungan di masa yang akan datang. Oleh karena itu, dengan meningkatnya pertumbuhan penjualan para investor tertarik untuk membeli saham tersebut sehingga harga saham akan terus meningkat. Penelitian Wijaya dan Utama (2014) menemukan hasil bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham.

2.2.2 Pengaruh Struktur Aktiva Terhadap Harga Saham

Struktur aktiva merupakan penentuan besarnya alokasi untuk masing-masing komponen asset, baik asset lancar maupun asset tetap. Aset tetap perusahaan yang dapat digunakan sebagai jaminan atas hutang dan memberi

keamanan bagi peminjam seandainya terjadi *financial distress* karena nilai dari aset tetap (*tangible assets*) lebih tinggi dibanding nilai aset variabel. Apabila perusahaan memiliki tingkat aset tetap yang tinggi maka kecil kemungkinan asimetri informasi akan terjadi karena penilaian asetnya lebih mudah, sehingga meningkatkan keinginan investor untuk berinvestasi, karena perusahaan memiliki jaminan yang memadai, hal inilah yang akan membuat harga saham meningkat. Penelitian dari Wijaya dan Utama (2014); Kesuma (2009) menunjukkan bahwa struktur aktiva berpengaruh terhadap harga saham.

2.2.3 Pengaruh Profitabilitas terhadap Harga Saham

Profitabilitas mempunyai arti penting bagi perusahaan di dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya untuk jangka panjang karena seorang investor atau pemegang saham badan usaha berkepentingan atas penghasilan saat ini dan yang diharapkan di masa yang akan datang, kestabilan penghasilan dan keterkaitan dengan penghasilan perusahaan yang lain sehingga investor atau pemegang saham perlu memperhatikan profitabilitas perusahaan.

Indikator yang digunakan untuk melihat kemampuan perusahaan memperoleh profitabilitas ini dapat ditunjukkan oleh *return on asset* yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu. Hanafi (2014:42) menyatakan :

“Semakin tinggi *Return on Asset* suatu perusahaan, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan. *Return on asset* perlu dipertimbangkan oleh investor dalam berinvestasi saham, karena *return on asset* berperan sebagai indikator efisiensi perusahaan dalam menggunakan aset untuk memperoleh laba, sehingga investor bersedia membayar mahal untuk pendapatan per saham tertentu”.

Penelitian dari Wijaya dan Utama (2014); Mentari Risdanya dan Zaroni (2015); Edhi Asmirantho dan Elif Yuliawati (2015) menunjukkan bahwa profitabilitas (ROA) berpengaruh terhadap harga saham.

2.2.4 Pengaruh Struktur Modal dengan Harga Saham

Menurut Sartono (2012:62) rasio utang merupakan penggunaan aset dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial investor. Rasio utang dianggap dapat membantu perusahaan untuk menyelamatkan perusahaan dalam kegagalan apabila digunakan secara efektif, namun akan menyebabkan kebangkrutan bagi perusahaan apabila dikelola dengan cara sebaliknya karena perusahaan kesulitan dalam membayar hutang-hutang tersebut.

Menurut Gumanti (2011:113) pada prinsipnya rasio hutang memberikan gambaran tentang tingkat kecukupan utang perusahaan. Artinya, seberapa besar porsi utang yang ada pada perusahaan jika dibandingkan dengan modal atau aset yang ada. Semakin tinggi rasio hutang suatu perusahaan, maka hal ini dapat mengindikasikan bahwa buruk keadaan keuangan perusahaan tersebut, karena tinggi pula resiko keuangan yang ditanggung perusahaan tersebut. Umumnya semakin tinggi DER suatu perusahaan akan mengurangi keinginan investor untuk berinvestasi, karena akan banyak kewajiban yang harus dibayar yang akan menyebabkan laba yang seharusnya diterima oleh investor kelak akan berkurang, hal inilah yang akan membuat harga saham menurun. Harga saham juga bisa meningkat apabila DER menurun, karena akan membuat investor ingin

berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Pada dasarnya *debt to equity ratio* dapat menggambarkan sumber pendanaan perusahaan yang akan berakibat pada reaksi pasar saham, volume perdagangan saham sehingga secara otomatis berpengaruh pada harga saham.

Fakhrudin dan Hadianto (2011:61) menyatakan bahwa :

“*Debt to Equity Ratio* (DER) merupakan rasio utang yang diukur dari perbandingan utang dan ekuitas (modal sendiri). Semakin tinggi Rasio Hutang Terhadap Modal (*Debt to Equity Ratio*) berarti modal sendiri semakin sedikit dibanding hutangnya. Semakin kecil Rasio Hutang Terhadap Modal (*Debt to Equity Ratio*) semakin baik bagi perusahaan dan akan meningkatkan harga saham.” Rasio Hutang Terhadap Modal (*Debt to Equity Ratio*) berhubungan negatif terhadap harga saham.

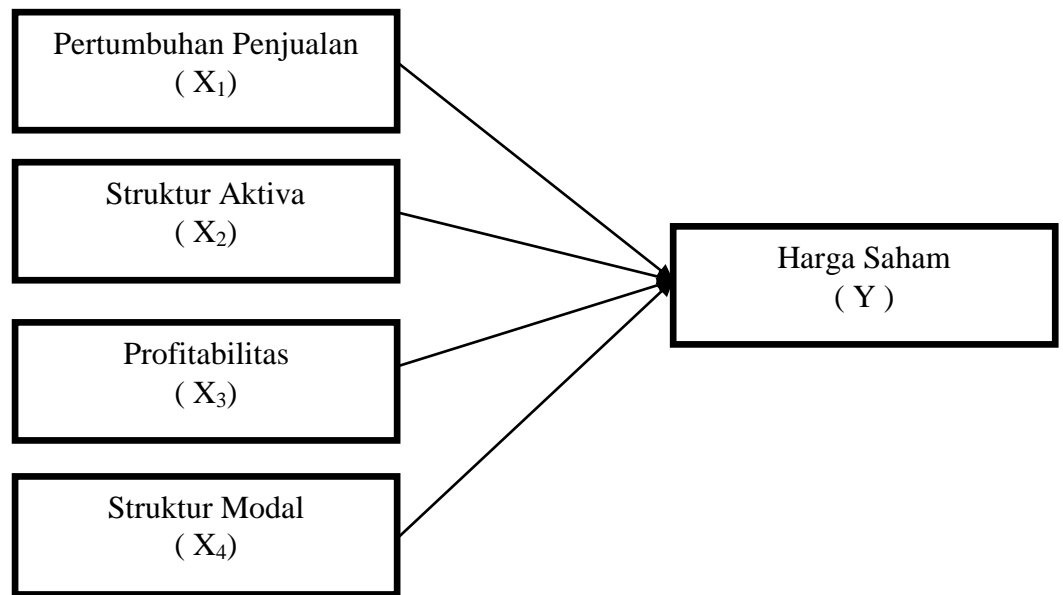
Darsono dan Ashari (2015:76) menyatakan bahwa :

“*Debt to equity ratio* (DER) menunjukkan persentase penyediaan dana oleh pemegang saham terhadap pemberi pinjaman. Semakin tinggi rasio, semakin rendah pendanaan perusahaan yang disediakan oleh pemegang saham. dan sebaliknya, semakin rendah rasio ini akan semakin baik kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka panjang. Hal ini menjadikan harga saham perusahaan akan naik”.

Debt equity ratio dipergunakan untuk mengukur tingkat penggunaan utang terhadap total aktiva yang dimiliki perusahaan. Semakin besarnya rasio hutang perubahan harga saham cenderung bergerak turun. Proporsi hutang yang semakin besar menimbulkan risiko yang juga besar, dan para pemodal akan menetapkan tingkat keuntungan yang lebih besar lagi terhadap setiap rupiah yang ditanam diperusahaan tersebut, sehingga nilai perusahaan cenderung akan turun yang tentunya akan berimbas pada turunnya harga saham perusahaan di pasar modal. Beberapa penelitian dari Atika Rahmi, dkk (2013); Gadang Ganggas Rakasetya, dkk (2013) serta Mentari Risdanya dan Zaroni (2015) menunjukkan

bahwa struktur modal (DER) berpengaruh terhadap harga saham.

Berdasarkan uraian di atas, maka hubungan antar variabel dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.1
Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka perlu dilakukannya pengujian hipotesis untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Penulis mengasumsikan jawaban sementara (hipotesis) dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap harga saham
2. Terdapat pengaruh struktur aktiva terhadap harga saham
3. Terdapat pengaruh profitabilitas terhadap harga saham
4. Terdapat pengaruh struktur modal terhadap harga saham

5. Terdapat pengaruh pertumbuhan penjualan, struktur aktiva dan profitabilitas terhadap harga saham pada sub sektor pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012 – 2016