

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Kajian pustaka memaparkan beberapa teori dan konsep dari para ahli dan dari para peneliti sebelumnya tentang teori-teori yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diambil oleh penulis dalam penelitian ini.

2.1.1 Struktur Kepemilikan Manajerial

2.1.1.1 Pengertian Struktur Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial merupakan kepemilikan saham oleh bagian manaemen perusahaan. Kepemilikan saham membuka peluang bagi manajer untuk berkontribusi dalam kepemilikan saham yang nantinya mampu menyejajarkan kedudukan manajer kepemilikan saham.

Menurut subagyo (2017:46) bahwa:

“Kepemilikan manajerial yaitu pemegang saham yang juga sebagai pemilik dalam perusahaan dari pihak manajemen yang secara aktif terlibat dalam pengambilan keputusan pada sebuah perusahaan”.

Menurut Sari (2013), bahwa:

“Kepemilikan manajerial adalah situasai dimana seorang manajer memiliki saham perusahaan”.

Menurut Rifka Devi (2021), bahwa:

“Kepemilikan manajerial adalah solusi dalam masalah keagenan yang dapat membantu penyatuan kepentingan antara pemegang saham dengan manajer, semakin tinggi proporsi kepemilikan manajerial maka semakin baik kinerja perusahaan”.

Menurut Hersugondo (2018), bahwa:

“Kepemilikan saham manajerial merupakan presentase saham yang dimiliki oleh dewan direksi dan dewan komisaris dan dapat mengambil keputusan atas penyertaan saham tersebut”.

Berdasarkan definisi di atas sampailah pada pemahaman penulis bahwa kepemilikan manajerial merupakan saham yang dimiliki oleh pihak-pihak manajemen perusahaan itu sendiri, seperti diantaranya komisaris dan direktur perusahaan.

2.1.1.2 Metode Pengukuran Struktur Kepemilikan

Kepemilikan manajerial adalah keadaan dimana manajemen mempunyai saham pada perusahaan tempat dia bekerja. Instrumen pengukuran yang digunakan menurut beberapa ahli adalah sebagai berikut:

Menurut Subagyo (2017:46) kepemilikan manajerial dapat diukur dengan:

$$\mathbf{KM} = \frac{\mathbf{Jumlah\ saham\ manajemen}}{\mathbf{Jumlah\ Saham\ Beredar}}$$

“Kepemilikan manajemen merupakan jumlah kepemilikan saham oleh pihak manajemen dari seluruh modal saham perusahaan yang dikelola”.

Menurut Riduwan dan Sari (2013) pengukuran struktur kepemilikan manajerial adalah sebagai berikut:

$$\mathbf{MAN} = \frac{\mathbf{Jumlah\ saham\ yang\ dimiliki\ manajemen}}{\mathbf{Total\ Keseluruhan\ Saham}} \times \mathbf{100}$$

“Nilai kepemilikan manajerial diperoleh dari persentase saham perusahaan yang dimiliki oleh direksi dan komisaris. Besar kecilnya jumlah kepemilikan saham manajerial dalam perusahaan mengindikasikan adanya kesamaan kepentingan antara manajer dengan pemegang saham”.

Menurut Jensen dan Meckling (1976) dalam Mudrika (2014), rumus kepemilikan manajerial adalah sebagai berikut:

$$\text{Kepemilikan Man} = \frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki komisaris dan direktur}}{\text{Total Saham}} \times 100\%$$

“Kepemilikan saham yang dimiliki manajemen perusahaan diukur dengan persentase jumlah saham yang dimiliki manajemen”.

Menurut Yudha, dkk (2015), rumus kepemilikan manajerial adalah sebagai berikut:

$$\text{Kepemilikan Manajerial} = \frac{\text{Jumlah saham direksi, komisaris dan manajer}}{\text{Jumlah saham beredar}}$$

“Rasio kepemilikan manajerial dalam penelitian ini dinyatakan dengan perbandingan antara saham yang dimiliki oleh direksi, komisaris dan manajer dengan total saham beredar”.

Menurut Indahningrum dan Handayani (2012), pengukuran kepemilikina manajerial adalah sebagai berikut:

$$\text{Kepemilikan Manajerial} = \frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki}}{\text{Jumlah saham yang beredar}}$$

“Adanya kepemilikan saham oleh pihak manajemen akan menimbulkan suatu pengawasan terhadap kebijakan-kebijakan yang diambil oleh manajemen perusahaan. Pemilik (pemegang saham) bertujuan untuk memaksimalkan kekayaan dengan melihat nilai sekarang dari arus kas yang dihasilkan oleh investasi perusahaan”.

Dalam penelitian ini kepemilikan manajerial diukur dengan menggunakan indikator yaitu perbandingan jumlah saham yang dimiliki pihak manajemen dengan seluruh jumlah saham perusahaan yang beredar.

2.1.1.3 Kriteria Kepemilikan Manajerial

Menurut Peraturan OJK Nomor 11/POJK.04/2017 Anggota Direksi atau anggota Dewan Komisaris wajib melaporkan kepada Otoritas Jasa Keuangan atas kepemilikan dan setiap perubahan kepemilikannya atas saham Perusahaan Terbuka baik langsung maupun tidak langsung. Setiap Pihak yang memiliki saham baik

langsung maupun tidak langsung wajib melaporkan kepada Otoritas Jasa Keuangan paling sedikit 5% (lima persen) dari modal disetor dalam Perusahaan Terbuka. Sedangkan dari saham yang disetor dalam Perusahaan Terbuka baik dalam 1 (satu) atau beberapa transaksi paling sedikit 0,5% (nol koma lima persen) dari saham yang disetor.

Tabel 2.1
Kriteria Kepemilikan Manajerial

Interval	Kriteria
$\geq 5\%$	Modal yang disetor
$\geq 0,5\%$	Saham yang disetor

Sumber: Peraturan OJK Nomor 11/POJK.04/2017

2.1.2 Pertumbuhan Penjualan

2.1.2.1 Pengertian Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan merupakan manivestasi sebuah keberhasilan dari penanaman modal periode tahun lalu yang bisa dijadikan acuan untuk memprediksi pertumbuhan dimasa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan merupakan sebuah permintaan produk dan daya saing perusahaan dalam ruang lingkup industri. Naik turunnya pertumbuhan pada perusahaan dapat mempengaruhi kemampuan untuk mempertahankan laba/profitabilitas dalam mendanai perusahaan dimasa yang akan datang, Anggarsari dan Seno Aji (2018).

Menurut Kasmir (2016:107), bahwa:

“Pertumbuhan penjualan menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dengan total penjualan secara keseluruhan”.

Menurut Sofyan (2013:309) , bahwa:

“Rasio pertumbuhan penjualan menggambarkan persentase pertumbuhan pos-pos perusahaan dari tahun ke tahun. Rasio ini terdiri atas kenaikan penjualan, Kenaikan laba bersih, *earning per share*, dan kenaikan *dividen per share*”.

Menurut Subramanyam (2014:487) , bahwa:

“Pertumbuhan penjualan adalah hasil dari satu faktor atau lebih yang terdiri dari perubahan harga, perubahan volume, akuisisi atau divestasi, dan perubahan nilai tukar”.

Menurut Swastha dan Handoko (2011:98), bahwa:

“Pertumbuhan 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”.

Berdasarkan definisi di atas dapat diketahui bahwa pertumbuhan penjualan (*sales growth*) menggambarkan peningkatan penjualan dari tahun ke tahun dan menggambarkan tingkat profitabilitas perusahaan. Tingginya tingkat sales growth menunjukkan semakin baik suatu perusahaan dalam menjalankan operasinya. Pertumbuhan penjualan sering menggambarkan keberhasilan suatu perusahaan.

2.12.2 Tujuan dan Manfaat Pertumbuhan Penjualan

Tujuan dan Manfaat Pertumbuhan kelangsungan hidup Penjualan merupakan salah satu faktor penting yang menentukan perusahaan. Manajemen perusahaan berusaha untuk dapat meningkatkan penjualan produknya karena pertumbuhan penjualan yang tinggi atau stabil saling berkaitan dengan keuntungan perusahaan. Analisa penjualan merupakan suatu bentuk perbandingan untuk melihat dan mengevaluasi kinerja penjualan perusahaan dari tahun ke tahun

Menurut Hani (2015:98), tujuan pertumbuhan penjualan adalah:

“Untuk melihat perubahan usaha dari tahun ke tahun dan memiliki keunggulan dapat menggunakan angka absolut maupun persentase serta dapat langsung dilihat dan dengan mudah melihat berbagai faktor yang menyebabkan terjadinya perubahan akun laporan keuangan. Analisa pertumbuhan ini digunakan untuk mengevaluasi kinerja tahun sebelumnya dan dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan jangka pendek”.

Adapun manfaat dari pertumbuhan penjualan menurut Hani (2015:98), yaitu:

“Besarnya pertumbuhan penjualan sebuah perusahaan akan membantu manajemen untuk meningkatkan operasionalnya. Kekurangan dana menyebabkan beberapa keputusan manajemen untuk mendapatkan pendanaan dari pihak ekstern pun berkurang. Untuk itu pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap aliran dana yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk mencapai target perusahaan, yaitu dengan pertumbuhan penjualan yang meningkat maka akan mempengaruhi besarnya aliran dana yang masuk ke perusahaan”.

2.1.2.3 Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Penjualan

Penjualan dalam lingkup ini, berarti tindakan menjual barang dan jasa. Pertumbuhan penjualan menunjukkan aktivitas penjualan yang diukur dari penjualan bersih (*net sales*) dari perusahaan. pertumbuhan penjualan merupakan salah satu masalah utama yang akan menunjang kegiatan operasional perusahaan dalam rangka mencapai tujuannya yaitu menghasilkan laba. Jika pertumbuhan penjualan meningkat dari tahun ke tahun maka akan meningkatkan minat para investor terhadap perusahaan. Karena terlihat bahwa perusahaan akan memberikan keuntungan dimasa yang akan datang.

Menurut (Kasmir, 2012:305) bahwa penjualan dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu:

- 1) “harga jual dan
- 2) jumlah barang yang dijual”.

Adapun penjelasannya sebagai berikut:

- 1) Harga jual

Harga jual adalah persatuan unit atau per kilogram atau lainnya produk yang dijual di pasaran. Penyebab berubahnya harga jual adalah perubahan nilai harga

jual per satuannya. Dalam kondisi tertentu, harga jual dapat naik, tetapi dapat pula turun.

2) Jumlah barang yang dijual

Jumlah barang dijual maksudnya adalah banyaknya kuantitas atau jumlah barang (volume) yang dijual dalam suatu periode. Sudah pasti jika barang yang dijual dengan kuantitas yang lebih banyak, juga akan mempengaruhi peningkatan laba. Demikian pula sebaliknya apabila kuantitas barang yang dijual sedikit, tentu kemungkinan akan terjadi penurunan penjualan.

Selain itu, menurut Wardiyah (2017:274), bahwa :

“besar kecilnya hasil penjualan dipengaruhi oleh kuantitas atau volume produk yang dapat dijual dan harga jual persatuan produk tersebut”.

Perusahaan dapat dikatakan mengalami pertumbuhan ke arah yang lebih baik jika terdapat peningkatan yang konsisten dalam aktivitas utama operasinya. Tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan dapat dilihat dari pertumbuhan volume penjualan dan peningkatan harga khususnya dalam hal penjualan, karena penjualan merupakan aktivitas yang umumnya dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan tujuan yang ingin dicapai yaitu keuntungan atau laba yang diharapkan. Dari pendapat diatas, dapat disimpulkan faktor – faktor yang mempengaruhi pertumbuhan penjualan yaitu harga jual dan jumlah barang dan dijual.

2.1.2.4 Metode Pengukuran Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan merupakan adanya peningkatan dari penjualan tahun sekarang dibandingkan dengan penjualan tahun sebelumnya yang

dinyatakan dalam bentuk presentase, Anggarsari dan Seno Aji (2014). Pertumbuhan penjualan dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut.

Menurut Kasmir (2016:107) rasio pertumbuhan penjualan ini dapat diukur menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Net Sales Growth Ratio} = \frac{\text{Net Sale}_t - \text{Net Sale}_{t-1}}{\text{Net Sale}_{t-1}} \times 100\%$$

Keterangan:

Net Sales_t : Penjualan bersih perusahaan pada tahun t

Net Sales_{t-1} : Penjualan bersih perusahaan pada tahun $t-1$

Menurut Hani (2015:99) rumus perhitungan dengan menggunakan rasio pertumbuhan penjualan ini adalah sebagai berikut :

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{penjualan tahun sekarang}}{\text{penjualan tahun lalu}} \times 100\%$$

Menurut Harahap (2018:309) rumus perhitungan dengan menggunakan rasio ini adalah sebagai berikut :

$$\text{Kenaikan Penjualan} = \frac{\text{penjualan tahun sekarang} - \text{penjualan tahun lalu}}{\text{penjualan tahun lalu}} \times 100\%$$

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pengukuran pertumbuhan penjualan yang menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualan tahun sekarang dibandingkan dengan penjualan tahun sebelumnya. Pertumbuhan penjualan menggambarkan tingkat profitabilitas perusahaan dan semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan perusahaan maka semakin baik profitabilitas/laba yang dihasilkan perusahaan.

2.1.2.5 Kriteria Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan dapat dikatakan baik apabila mencapai 05,00% - 10,00%, jika kurang dari 05,00% maka dapat dikatakan tidak baik, (Humaira Aliya, 2021).

2.1.3 Profitabilitas

2.1.3.1 Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio yang menunjukkan besarnya laba yang diperoleh sebuah perusahaan dalam periode tertentu. Rasio ini digunakan untuk menilai seberapa efisien pengelola perusahaan dapat mencari keuntungan atau laba untuk setiap penjualan yang dilakukan.

Menurut Agus Sartono (2016:122) bahwa:

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

Menurut Sofyan Syafri (2013:304) bahwa:

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

Menurut Munawir (2014:33) bahwa:

“Rentabilitas atau Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tahun tertentu. Rentabilirtas suatu perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktivitya secara produktif, dengan demikian rentabilitas suatu perusahaan dapat diketahui dengan memperbandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut”.

Menurut Kasmir (2016:192), bahwa:

“Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan”.

Berdasarkan definisi diatas, dapat diketahui bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba selama periode tertentu dengan modal atau aktiva yang dimiliki oleh perusahaan.

2.1.3.2 Pengertian Rasio Profitabilitas

Salah satu cara memperoleh informasi yang bermanfaat dari laporan keuangan perusahaan adalah dengan melakukan analisis rasio keuangan, salah satunya adalah rasio keuangan.

Menurut Kieso, Weygandt dan Warfield (2014:215), bahwa:

“Profitability ratio is a ratio that measure the success or operation of a company for a certain period of time”.

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang mengukur keberhasilan atau operasi suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu.

Menurut Irham Fahmi (2016:80), bahwa:

“Rasio ini mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi”.

Menurut Hery (2016:192), bahwa:

“Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya”.

Menurut Sudana (2011:22), bahwa:

“Rasio profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aktiva, modal, atau penjualan-penjualan”.

Berdasarkan definisi dari berbagai sumber diatas, dapat diketahui bahwa rasio profitabilitas merupakan rasio yang dapat menunjukkan keberhasilan

perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan dapat digunakan oleh perusahaan dalam menilai tingkat pengembalian investasi dan penjualan berdasarkan dari jumlah laba yang diperoleh perusahaan.

2.1.3.3 Jenis - Jenis Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas mengukur kemampuan para eksekutif perusahaan dalam menciptakan tingkat keuntungan baik dalam bentuk laba perusahaan maupun nilai ekonomis atas penjualan, aset bersih perusahaan sebagai salah satu alat keputusan investasi apakah investasi bisnis ini akan dikembangkan dan sebagainya (Raharjaputra, 2011: 68). Terdapat beberapa jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan untuk menilai serta mengukur posisi keuangan dalam satu periode tertentu.

Menurut Agus Sartono (2016:123) jenis jenis rasio profitabilitas adalah:

1. *Gross Profit Margin*
2. *Net Profit Margin*
3. *Return on Investment / Return on Assets Return on assets*
4. *Return on equity*
5. *Profit Margin*
6. *Earning Power*

Adapun penjelasan jenis-jenis rasio profitabilitas tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Gross Profit Margin* Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba kotor terhadap penjualan perusahaan
2. *Net Profit Margin* Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba setelah pajak terhadap penjualan.
3. *Return on Investment / Return on Assets* menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan.
4. *Return on equity* mengukur kemampuan perusahaan dalam 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 makin besar

5. *Profit Margin* Merupakan rasio yang mengukur besarnya persentase laba sebelum pajak dibagi dengan penjualan.
6. *Earning Power* merupakan tolak ukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan aktiva yang dipergunakan. Rasio ini menunjukkan pula tingkat efisiensi investasi yang nampak pada tingkat perputaran aktiva.”

Menurut Kasmir (2015:198) jenis-jenis rasio profitabilitas adalah sebagai

berikut:

1. “Profit Margin (*profit margin on sales*)
2. *Return on Investment (ROI)*
3. *Return on Equity (ROE)*
4. Laba Per Lembar Saham (*Earning Per Share*)”

Adapun penjelasan jenis-jenis rasio profitabilitas tersebut adalah sebagai

berikut:

1. “Profit Margin (*profit margin on sales*)
Profit margin on sales atau ratio profit margin atau margin laba atas penjualan merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Untuk mengukur rasio ini adalah dengan cara membanding antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Rasio ini juga dikenal dengan nama profit margin.
2. *Return on Investment (ROI)*
Hasil pengembalian Investasi atau lebih dikenal dengan nama *Return on Investment (ROI)* atau *Return on Total Assets*, merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. *ROI* juga merupakan suatu ukuran tentang efektifitas manajemen dalam mengelola investasinya
3. *Return on Equity (ROE)*
Hasil pengembalian ekuitas atau *Return on Equity (ROE)* atau rentabilitas modal sendiri, merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Makin tinggi rasio ini, makin baik. Artinya, posisi pemilik perusahaan makin kuat, demikian pula sebaliknya
4. *Laba Per Lembar Saham (Earning Per Share)*
Rasio per lembar saham (*Earning Per Share*) atau disebut juga rasio nilai buku, merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah berarti manajemen belum berhasil untuk memuaskan pemegang saham, sebaliknya dengan rasio yang tinggi, maka kesejahteraan pemegang saham meningkat dengan pengertian lain, bahwa tingkat pengembalian tinggi”.

2.1.3.4 Tujuan dan Manfaat Pengukuran Rasio Profitabilitas

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

Tujuan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun pihak luar menurut Kasmir (2015:197) adalah sebagai berikut:

1. “Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Tujuan lainnya”.

Sementara itu, manfaat rasio profitabilitas adalah:

1. “Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri”.

Selain itu, tujuan dan manfaat rasio profitabilitas secara keseluruhan menurut Hery (2016:192) yaitu:

1. “Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total asset.

5. Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas.
6. Untuk mengukur margin laba kotor atas penjualan bersih.
7. Untuk mengukur margin laba operasional atas penjualan bersih.
8. Untuk mengukur margin laba bersih atas penjualan bersih”.

2.1.3.5 Metode Pengukuran Rasio Profitabilitas

Menurut Agus Sartono (2014:113) pengukuran rasio profitabilitas yang sering digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yaitu:

1. “*Gross Profit Margin*
Gros Profit Margin menggambarkan laba kotor yang dicapai dari jumlah penjualan. Rumus perhitungan GPM adalah sebagai berikut:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

Gross profit margin merupakan ukuran efisien operasi perusahaan dan juga penetapan harga produk. Apabila harga pokok penjualan meningkat, maka *gross profit margin* akan menurun, begitu juga sebaliknya. Semakin besar rasio *gross profit margin*, maka semakin baik keadaan operasi perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa *cost of good sold* relative rendah dibandingkan penjualan.

2. *Operating Profit Margin*
Operating Profit Margin menggambarkan “*Pure Profit*” yang diterima atas setiap rupiah dari penjualan yang dilakukan. Semakin tinggi rasio *operating profit margin*, maka semakin baik pula operasi suatu perusahaan, *Operating profit margin* dihitung dengan rumus:

$$\text{Operating Profit Margin} = \frac{\text{Laba Operasi}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

3. *Net Profit Margin* (margin laba bersih)
Net Profit Margin adalah ukuran profitabilitas perusahaan dari penjualan setelah memperhitungkan semua biaya dan pajak penghasilan. Rasio ini berfungsi untuk mengukur tingkat kembalian keuntungan bersih terhadap penjualan bersihnya. Hal ini mengindikasikan seberapa baik perusahaan dalam menggunakan biaya operasional karena menghubungkan laba bersih dengan penjualan bersih. *Net profit margin* sering digunakan untuk mengevaluasi efisiensi perusahaan dalam mengendalikan beban-beban yang berkaitan dengan penjualan. Semakin tinggi *net profit*

margin, maka semakin baik operasi perusahaan. *Net profit margin* dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

4. *Return On Assets (ROA)*

Return On Assets (ROA) merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan. *Return On Assets* dapat dihitung menggunakan rumus:

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

5. *Return On Equity (ROE)*

Return On Equity adalah rasio yang menunjukkan berapa persen diperoleh laba bersih bila diukur dari modal pemilik. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham dan merupakan alat yang paling sering digunakan investor dalam pengambilan keputusan investasi. *Return On Equity* dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Modal}} \times 100\%$$

Menurut Irham Fahmi (2015:80) rasio profitabilitas secara umum ada 4 (empat) yaitu:

1. “*Gross Profit Margin*”

Rasio *gross profit margin* merupakan margin laba kotor. Mengenai *gross profit margin* Lyn M. Fraser dan Aileen Ormiston memberikan pendapatnya yaitu, “Margin laba kotor, yang memperlihatkan hubungan antara penjualan dan beban pokok penjualan, mengukur kemampuan sebuah perusahaan untuk mengendalikan biaya persediaan atau biaya operasi barang maupun untuk meneruskan kenaikan harga lewat penjualan kepada pelanggan.” Atau lebih jauh Joel G. Siegel dan Jae K. Shim mengatakan bahwa, “Persentase dari sisa penjualan setelah sebuah perusahaan membayar barangnya; juga disebut margin keuntungan kotor (*gross profit margin*).” Adapun rumus rasio *gross profit margin* adalah:

$$\frac{\text{Sales} - \text{Cost of Goods Sold}}{\text{Sales}}$$

Keterangan:

– *Cost of Goods Sold* = Harga Pokok Penjualan

– Sales = Penjualan

2. *Net Profit Margin*

Rasio *net profit margin* disebut juga dengan rasio pendapatan terhadap penjualan. Mengenal profit margin ini Joel G. Siegel dan Jae K. Shim mengatakan, “(1) Margin laba bersih sama dengan laba bersih dibagi dengan penjualan bersih. Ini menunjukkan kestabilan kesatuan untuk menghasilkan perolehan pada tingkat penjualan khusus. Dengan memeriksa margin laba dan norma industri sebuah perusahaan pada tahun-tahun sebelumnya, kita dapat menilai efisiensi operasi dan strategi penetapan harga serta status persaingan perusahaan dengan perusahaan lain dalam industri tersebut. (2) Margin laba kotor sama dengan laba kotor dibagi laba bersih. Margin laba yang tinggi lebih disukai karena menunjukkan bahwa perusahaan mendapat hasil yang baik yang melebihi harga pokok penjualan.” Adapun rumus rasio *net profit margin* adalah:

$$\frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Sales}}$$

Keterangan:

– *Earning After Tax* (EAT) = Laba Setelah Pajak

Laba setelah pajak ini dianggap sebagai laba bersih. Karena itu di beberapa literatur ditemukan jika *earning after tax* ditulis dengan *net profit* atau laba bersih. Untuk jelasnya dapat kita lihat pada rumus di bawah ini:

$$\frac{\text{Net Profit}}{\text{Sales}}$$

3. *Return on Investment* (ROI)

Rasio *return on investment* (ROI) atau pengembalian investasi, bahwa di beberapa referensi lainnya rasi ini juga ditulis dengan *return on total asset* (ROA). Rasio ini melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan. Dan investasi tersebut sebenarnya sama dengan asset perusahaan yang ditanamkan atau ditempatkan. Adapun rumus *return on investment* (ROI) adalah:

$$\frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Total Assets}}$$

4. *Return on Equity* (ROE)

Rasio *return on equity* (ROE) disebut juga dengan laba atas *equity*. Di beberapa referensi disebut juga dengan rasio total asset turnover atau perputaran total asset. Rasio ini mengkaji sejauh mana suatu perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimiliki untuk mampu memberikan laba atas ekuitas. Adapun rumus *return on equity* (ROE) adalah:

$$\frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Shareholders equity}}$$

Menurut Kieso, Weygant, & Warfield (2014:214) pengukuran rasio profitabilitas yang sering digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba adalah sebagai berikut:

1. *Profit Margin on Sales*

$$\text{Profit Margin on Sales} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Net Sales}}$$

“Ratio that measures net income generated by each dollar of sales”.

“Rasio yang mengukur laba bersih yang dihasilkan oleh setiap dolar penjualan”

Keterangan:

- *Net Income* = Laba bersih

- *Net Sales* = Penjualan bersih

2. *Return on Assets*

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Aseests}}$$

“Ratio that measures overall profitability of assets”.

“Rasio yang mengukur profitabilitas keseluruhan aset”.

Keterangan:

- *Total Assets* = Total aset

3. *Return on Ordinary Stakeholder's Equity*

$$\text{Return on Ordinary Stakeholder's Equity} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Average Ordinary Shareholder's Equity}}$$

“Ratio that measures profitability of owners investment”.

“Rasio yang mengukur profitabilitas investasi pemilik”.

Keterangan:

Average Ordinary Shareholder's Equity = Ekuitas pemegang saham biasa

4. *Earning Per Share*

$$\mathbf{Earning\ Per\ Share} = \frac{\mathbf{Net\ Income}}{\mathbf{Weighted - Average\ Ordinary\ Share\ Outstanding}}$$

“Ratio that measures net income earned on each ordinary share”.

“Rasio yang mengukur laba bersih yang diperoleh dari setiap saham biasa”.

Keterangan:

- *Weighted-Average Ordinary Share Outstanding* = Rata-rata tertimbang saham

5. *Price Earnings Ratio*

$$\mathbf{Price\ Earnings\ Ratio} = \frac{\mathbf{Market\ Price\ per\ Share}}{\mathbf{Price\ Earnings\ Ratio}}$$

Keterangan:

- *Price Earnings Ratio* = Rasio Pendapatan Harga

- *Market Price per Share* = Harga Pasar per Saham

6. *Payout Ratio*

$$\mathbf{Payout\ Ratio} = \frac{\mathbf{Cash\ Dividens}}{\mathbf{Net\ Income}}$$

“Ratio that measure percentage of earnings distributed in the form of cash dividend”

“Rasio yang mengukur persentase pendapatan yang dibagikan dalam bentuk dividen tunai”

Keterangan:

- *Payout Ratio* = Rasio Pembayaran

- *Cash Dividen* = Dividen Tunai

Menurut Kasmir (2016:198) pengukuran rasio profitabilitas dapat dihitung menggunakan:

1. “Return On Assets

Rasio ini meunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan perusahaan. Rasio ini merupakan suatu ukuran tentang keefektivitasan manajemen dalam mengelolah investasinya. Rasio ini dihitung dengan cara:

$$\mathbf{Return\ on\ assets} = \frac{\mathbf{laba\ setelah\ bunga\ dan\ pajak}}{\mathbf{total\ aktiva}} \times 100\%$$

2. *Return On Equity*

Hasil pengembalian ekuitas atau return on equity atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini dapat dihitung dengan cara:

$$\text{Return on equity} = \frac{\text{laba setelah bunga dan pajak}}{\text{ekuitas}} \times 100\%$$

3. Laba Per Lembar Saham Biasa (*Earning Per Share*)

Rasio laba per lembar saham atau disebut juga rasio nilai buku merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio ini dapat dihitung dengan cara:

$$\text{Earning per share} = \frac{\text{laba saham biasa}}{\text{saham biasa yang beredar}} \times 100\%$$

4. *Net Profit Margin*

Net profit margin merupakan rasio yang digunakan untuk menunjukkan pendapatan bersih perusahaan atas penjualan. Rasio ini dihitung dengan:

$$\text{Net profit margin} = \frac{\text{laba setelah bunga dan pajak}}{\text{penjualan}} \times 100\%$$

5. *Gross Profit Margin*

Gross profit margin adalah margin laba kotor yang menunjukkan laba yang relatif terhadap perusahaan dengan cara penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan. Rasio ini dihitung dengan:

$$\text{Gross profit margin} = \frac{\text{laba kotor}}{\text{penjualan}} \times 100\%.”$$

Dalam penelitian ini penulis menggunakan rasio profitabilitas *Return On Equity (ROE)*. Alasan penulis menggunakan rasio *Return On Equity* ini karena rasio ini digunakan untuk mengukur tingkat pengembalian yang dihasilkan dari investasi yang menjadi hak pemilik modal. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham. Rasio *Return On Equity* yang semakin tinggi menandakan semakin tinggi laba yang dihasilkan dan semakin baik kinerja suatu perusahaan (Ayu Kusuma, 2022).

2.1.3.6 Kriteria Profitabilitas

Menurut Kasmir (2015:36):

“Jika rata-rata industri untuk *Return on Equity (ROE)* adalah 40%, maka kondisi perusahaan dapat dikatakan baik”.

Tabel 2.2
Kriteria Rasio Profitabilitas

Kriteria	ROE
Baik	>40%
Tidak Baik	<40%

Sumber: Kasmir (2015:36)

Menurut Niki Lukviarman (2006:36) dalam Listiawati (2018):

“Nilai standar industri masing-masing rasio mempunyai tingkatan nilai yang berbeda-beda. Standar yang harus dicapai *ROA* yaitu dengan nilai 5,98%, jika rasio tersebut mencapai pada nilai 5,98% berarti nilai *ROA* tersebut dapat dikatakan baik. Beda halnya dengan *Return on Equity* yaitu harus mencapai nilai 8,32%, jika rasio tersebut mencapai pada nilai 8,32% berarti nilai *ROE* tersebut dapat dikatakan baik. Dan untuk nilai *Net Profit Margin* yaitu harus mencapai nilai 3,92%, jika rasio tersebut mencapai pada nilai 3,92% berarti nilai *NPM* tersebut dapat dikatakan baik”

Tabel 2.3
Kriteria Rasio Profitabilitas

Jenis Rasio	Standar Rasio Industri
<i>NPM</i>	3,92%
<i>ROA</i>	5,98%
<i>ROE</i>	8,32%

Sumber: Niki Lukviarman (2006:36) dalam Liastiawati (2018)

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Adapun beberapa penelitian terdahulu mengenai Struktur Kepemilikan Manajerial dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 2.4
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Eunike Rembet, Paulina Van Rate, dan Joy E. Tulung, (2018) https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/20936	Pengaruh Struktur Modal dan Struktur Kepemilikan Manajerial terhadap Profitabilitas Perusahaan Pembiayaan Leasing yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016	1. Struktur Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.
2	Riny Meidiyustiani, (2016) https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/akeu/article/view/405	Pengaruh Modal Kerja, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Likuiditas terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2010-2014	1. Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas
3	Surayya, Juliana Kadang, (2020) https://www.researchgate.net/profile/Surayya-Surayya/publication/348160494_Structur_kepemilikan_saham_terhadap_profitabilitas_dan_nilai_pada_perusahaan_perbankan/links/5ff13e1792851c13fee3004f/Struktur-kepemilikan-saham-terhadap-profitabilitas-dan-nilai-pada-perusahaan-perbankan.pdf	Struktur kepemilikan saham terhadap profitabilitas dan nilai pada perusahaan perbankan	1. Kepemilikan Manajerial tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.
4	Komang Ayu Sukma Ginanti, I Wayan Widnyana , dan I Gusti	Pengaruh Struktur Modal, Struktur Kepemilikan	1. Struktur Kepemilikan Manajerial

No	Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
	Ngurah Bagus Gunadi, (2022) https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/4085	Manajerial, Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor <i>Food and Beverage</i> yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)	berpengaruh positif terhadap Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh terhadap Profitabilitas.
5	Miswanto, Yanuar Rifqi Abdullah, dan Shofia Suparti, (2017) https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/4085	Pengaruh Efisiensi Modal Kerja, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas Perusahaan	1. Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas
6	A.A Wela Yulia Putra, dan Ida Bagus Badjra, (2015) http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1368949&val=989&title=Pengaruh%20Leverage%20Pertumbuhan%20Penjualan%20dan%20Ukuran%20Perusahaan%20Terhadap%20Profitabilitas	Pengaruh Leverage, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas	1. Pertumbuhan Penjualan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas.
7	Heni Agustina dan Djoko Soelistya, (2018) https://journal2.unusa.ac.id/index.php/BFJ/article/view/634	Analisis Struktur Kepemilikan Perusahaan terhadap Profitabilitas Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	1. Struktur Kepemilikan Manajerial tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.
8	Nurwahidah, Lalu Hamdani Husnan, dan I Nyoman Nugraha A.P, (2018)	Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal dan	1. Kepemilikan Manajerial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Profitabilitas.

No	Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
	http://eprints.unram.ac.id/22443/	Profitabilitas sebagai <i>Variabel Intervening</i> pada Perusahaan <i>Real Estate</i> di Bursa Efek Indonesia	
9	Haris Saktio Pratama dan Triyonowati,T (2019) http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2619	Pengaruh Non Performing Loan, Capital Adequacy Ratio, dan Kepemilikan Manajerial terhadap Profitabilitas	1. Kepemilikan Manajerial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas.
10	Polman Sagala dan Ronny Buha Sihotang, (2021) http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2817604&val=25171&title=PENGARUH%20KEPEMILIKAN%20MANAJERIAL%20KEPEMILIKAN%20INSTITUSIONAL%20DAN%20MODAL%20INTELEKTUAL%20TERHADAP%20NILAI%20PERUSAHAAN%20DENGAN%20PROFITABILITAS%20SEBAGAI%20MEDIATOR%20VARIABLE	Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional dan Modal Intelektual terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas	1. Kepemilikan Manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.
11	Nicho Budi Wismandana (2015) http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/3276	Pengaruh Corporate Governance Sosial Responsibility, Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional terhadap Profitabilitas Perusahaan	1. Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan.
12	Ahmad Nurkhin, Agus Wahyudin dan Anisa Septiani Aenul Fajriah (2017)	Relevansi Struktur Kepemilikan terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan Barang dan Konsumsi	1. Kepemilikan Manajerial tidak berpengaruh terhadap Profitabilitas.

No	Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
	https://jamal.ub.ac.id/index.php/jamal/article/view/672		
13	I Ketut Alit Sukadana dan Nyoman Triaryati (2018) https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Pengaruh+Pertumbuhan+Penjualan%2C+Ukuran+Perusahaan+dan+Leverage+terhadap+Profitabilitas+pada+Perusahaan+Food+and+Beverage+yang+terdaftar+Di+Bursa+Efek+Indonesia+(BEI)+s&btnG=	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Food and Beverage yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)	1. Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.
14	Masta Sembiring (2020) http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/LIAB/article/view/5176	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas Perusahaan Dagang Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2013-2017	1. Variabel Pertumbuhan Penjualan secara parsial memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan dagang yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013-2017.
15	Lovi Anggraeni dan Tony Seno Aji (2018) https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/24799	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Likuiditas, Perputaran Modal Kerja dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas (Sektor Industri Barang dan Konsumsi yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2016)	1. Pertumbuhan Penjualan menunjukkan nilai tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.
16	Rosmiati Tarmizi dan Regina Kurniawati (2017)	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan	1. Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif

No	Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
	http://jurnal.ubl.ac.id/index.php/jak/article/view/943	Perputaran Total Asset Terhadap Profitabilitas	dan tidak signifikan terhadap profitabilitas.
17	Imran Hossain (2016) https://pdfs.semanticscholar.org/96bf/91393f42c651f045b1f65ffedc41677f7a1f.pdf	<i>Effects of Capital Structure and Managerial Ownership on Profitability: Experience from Bangladesh</i>	1. Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap profitabilitas (<i>managerial ownership positively affects profitability</i>).
18	Sri Laksmi Pardanawati (2021) https://annalsofscsb.ro/index.php/journal/article/view/6592	<i>Effect of Working Capital Turnover, Leverage and Sales Growth on Profitability of Consumption Industry Companies in IDX</i>	1. Pertumbuhan penjualan dalam penelitian ini tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. (<i>The sales growth in this study does not have a significant</i>)

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh Struktur Kepemilikan Manajerial terhadap Profitabilitas

Menurut Juliana Kadang, (2020) bahwa struktur kepemilikan manajerial adalah salah bentuk untuk memaksimalkan kepentingan pemegang saham dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan. Kepemilikan tersebut menggambarkan kinerja manajemen perusahaan untuk meningkatkan laba yang diperoleh. Mislanya, struktur kepemilikan manajerial yang baik akan berdampak pada profitabilitas perusahaan.

Menurut Wismandana (2015), bahwa:

“Semakin besar proporsi kepemilikan saham pada perusahaan maka manajemen cenderung berusaha lebih giat untuk kepentingan pemegang saham yang tidak lain adalah dirinya sendiri. Kepemilikan saham manajerial akan membantu penyatuan kepentingan antara manajer dan pemegang saham, sehingga manajer ikut merasakan secara langsung manfaat dari keputusan yang diambil dan ikut pula menanggung kerugian sebagai konsekuensi dari pengambilan keputusan yang salah. Karena

semakin besar kepemilikan manajerial dalam perusahaan akan memotivasi manajemen agar berusaha meningkatkan kinerja dan profitabilitas atau keuntungan perusahaan untuk kepentingan pemegang saham dan untuk kepentingannya sendiri”.

Menurut Nurkhin (2017), bahwa:

“Adanya kepemilikan manajerial dapat menjadi penyelaras sehingga benturan kepentingan akan berkurang. Manajemen yang dilibatkan dalam kepemilikan saham akan berusaha untuk meningkatkan kinerjanya agar laba perusahaan meningkat. Oleh karena itu, terkait semakin tingginya kepemilikan manajerial akan meningkatkan profitabilitas”.

Menurut Juliana kadang (2020), bahwa:

“Kepemilikan manajerial memiliki peran penting untuk menghasilkan profitabilitas yang diinginkan oleh perusahaan. selain itu peran manajerial juga dapat mempengaruhi profitabilitas sebab dapat mempengaruhi kegiatan operasional terutama penggunaan anggaran dalam kegiatan operasional, sehingga adanya peran serta manajerial dapat mempengaruhi laba atau profitabilitas. Hubungan manajerial dan profitabilitas sangat kuat sebab semakin besar penyertaan saham maka pihak manajer cenderung lebih giat untuk kepentingan dalam meningkatkan profitabilitas”.

Menurut Triyonowati (2019), bahwa:

“kepemilikan manajerial adalah tingkat kepemilikan saham pihak Manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan, diukur oleh proposi saham yang dimiliki manajer pada akhir tahun yang dinyatakan dalam persen. Kepemilikan manajerial berperan sangat penting bagi perusahaan bank untuk mendapatkan profitabilitas bagi perusahaan. Jika tidak ada kepemilikan manajerial perusahaan akan sulit mendapatkan profitabilitas untuk perusahaan”.

Hasil penelitian Wismandana (2015), Nurkhin (2017), Juliana kadang (2020), dan Triyonowati (2019) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap profitabilitas.

2.2.2 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas

Pertumbuhan penjualan merupakan manivestasi sebuah keberhasilan dari penanaman modal periode tahun lalu yang bisa dijadikan acuan untuk memprediksi

pertumbuhan dimasa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan merupakan sebuah permintaan produk dan daya saing perusahaan dalam ruang lingkup industri. Naik turunnya pertumbuhan pada perusahaan dapat mempengaruhi kemampuan untuk mempertahankan laba dalam mendanai perusahaan dimasa yang akan datang (Anggarsari dan Seno Aji, 2018).

Menurut Riny Meidiyustiani (2016), bahwa:

“Pertumbuhan penjualan yang tinggi menunjukkan peningkatan pendapatan yang diperoleh perusahaan dari penjualan produk dalam kegiatan operasional perusahaan. Pertumbuhan penjualan dari tahun sebelumnya secara berkala dapat digunakan untuk memprediksi pertumbuhan penjualan pada tahun yang akan datang agar dapat meningkatkan laba perusahaan”.

Menurut Tambunan (2013:214), bahwa:

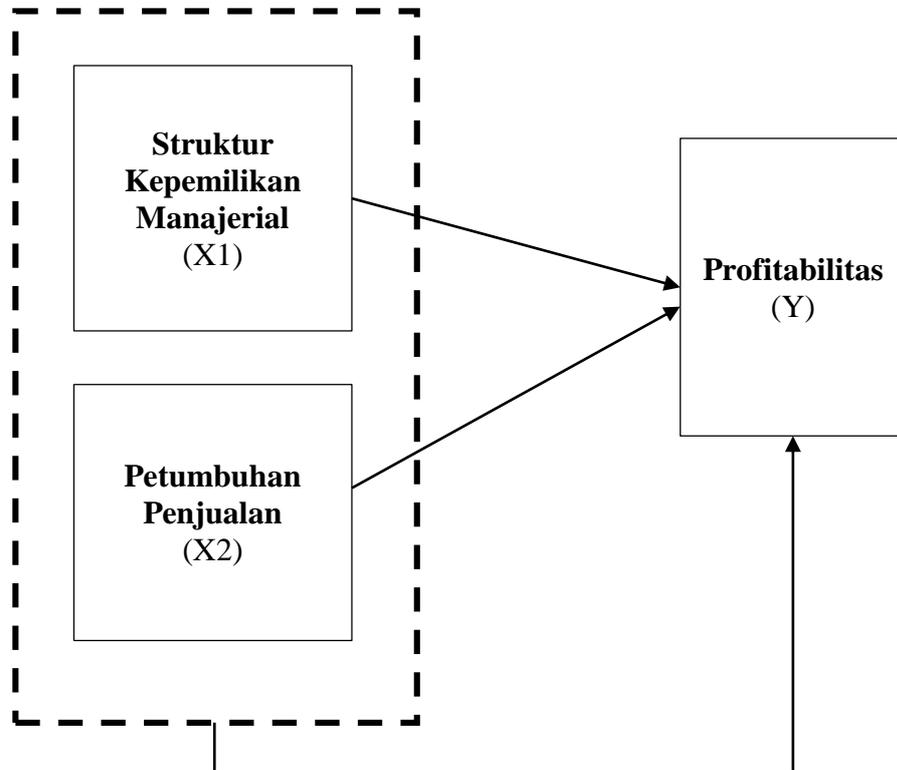
“Pertumbuhan penjualan mencerminkan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan profit. Pertumbuhan penjualan mencerminkan tingkat produktifitas terpasang siap beroperasi serta mencerminkan kapasitas saat ini yang dapat diserap pasar dan daya saing perusahaan dalam pasar. Pertumbuhan penjualan akan mempengaruhi kemampuan untuk mendapatkan laba dan mempertahankan laba untuk mendanai investasi dimasa yang akan datang. Apabila pertumbuhan penjualan meningkat dari tahun sebelumnya maka profitabilitas perusahaan menjadi lebih baik”.

Menurut Masta Sembiring (2020), bahwa:

“tingkat pertumbuhan suatu perusahaan dapat dilihat dari penambahan volume dan peningkatan harga khususnya dalam hal penjualan karena penjualan merupakan suatu aktivitas yang umumnya dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan tujuan yang ingin dicapai yaitu tingkat laba yang diharapkan”

Hasil penelitian Tambunan (2013:214), Riny Meidiyustiani (2016), dan Masta Sembiring (2020) pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas.

2.3 Paradigma Penelitian



Gambar 2.1
Paradigma Penelitian

2.4 Hipotesis Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2017:64), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dikatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.

Berdasarkan dari uraian-uraian kerangka pemikiran yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Struktur kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap profitabilitas (studi pada perusahaan *properti* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021).

H2 : Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas (studi pada perusahaan *properti dan real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021).

H3 : Kepemilikan manajerial dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas (studi pada perusahaan *properti dan real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021).