

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh penulis merujuk pada penelitian-penelitian terdahulu. Berikut ini merupakan beberapa penelitian terdahulu:

Andreani Caroline Barus dan Leliani (2013) dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Faktor yang Mempengaruhi *Profitabilitas* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI menunjukkan hasil pengujian secara simultan bahwa *CR*, *TATO*, *DER*, *DR*, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *Profitabilitas*. Secara parsial, hanya *TATO*, *DR* dan Ukuran Perusahaan yang berpengaruh signifikan terhadap *profitabilitas* sedangkan *CR*, *DER* dan Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Profitabilitas*. Hasil juga menunjukkan kecilnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yakni hanya sebesar 30,10% dan sisanya sebesar 69,90% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

A.A Wela Yulia Putra dan Ida Bagus Badjra (2015) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh *Leverage*, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Profitabilitas* menunjukkan *Leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *profitabilitas* pada perusahaan Industri Makanan dan Minuman di BEI. Ini berarti jika *leverage* meningkat maka *profitabilitas* perusahaan akan menurun. Pengaruh yang signifikan menunjukkan bahwa *leverage* merupakan faktor utama yang mempengaruhi *profitabilitas* perusahaan. Hasil ini sesuai dengan *pecking order theory* yang menyatakan bahwa perusahaan yang menghasilkan laba yang tinggi, akan menggunakan hutang yang relatif sedikit karena perusahaan akan cenderung menggunakan dana internalnya. Pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *profitabilitas* pada perusahaan Industri Makanan dan Minuman di BEI. Ini berarti

jika pertumbuhan penjualan semakin meningkat maka *profitabilitas* perusahaan akan menurun dan hasil ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan bukan merupakan faktor utama yang dapat mempengaruhi *profitabilitas*, karena pertumbuhan penjualan disertai dengan peningkatan biaya dan penambahan aktiva yang lebih besar sehingga peningkatan *profitabilitas* yang diharapkan tidak tercapai. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *profitabilitas* pada perusahaan Industri Makanan dan Minuman di BEI. Ini berarti jika ukuran perusahaan meningkat maka *profitabilitas* perusahaan akan menurun dan hasil ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan bukan merupakan faktor utama yang dapat mempengaruhi *profitabilitas*, sebab semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka perusahaan tersebut akan membutuhkan biaya yang semakin besar untuk menjalankan aktivitas operasionalnya sehingga akan mengurangi *profitabilitas* perusahaan.

Rinny Meidiyustiani (2016) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Modal Kerja, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Likuiditas Terhadap *Profitabilitas* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Periode 2010 – 2014 menunjukkan bahwa Modal kerja (*working capital turnover*) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap *profitabilitas* perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap *profitabilitas* perusahaan. Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap *profitabilitas* perusahaan. Likuiditas (*current ratio*) berpengaruh positif signifikan terhadap *profitabilitas* perusahaan.

Lucya Dewi Wikardi dan Natalia Titik Wiyani (2017) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh *Debt to Equity Ratio, Firm Size, Inventory Turnover, Assets Turnover*, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap *Profitabilitas* menunjukkan variabel *debt to equity ratio, firm size, inventory turnover* dan *assets turnover* secara parsial berpengaruh terhadap variabel *profitabilitas* sementara variabel pertumbuhan penjualan secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel *ROA*. Berdasarkan hasil uji t, maka: *Debt to equity ratio* berpengaruh negatif terhadap *profitabilitas*. *Firm size, inventory turnover, assets turnover* berpengaruh positif terhadap *profitabilitas*. Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap *profitabilitas*.

I Ketut Alit Sukadana dan Nyoman Triaryati (2018) dalam penelitiannya yang berjudul *Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, dan Leverage terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Food and Beverage di BEI* menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *profitabilitas* pada perusahaan Sektor *Food and Beverage* di BEI selama periode 2012-2016. Kedua, *Leverage (Debt to Equity Ratio)* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *profitabilitas* pada perusahaan Sektor *Food and Beverage* di BEI selama periode 2012-2016. Ketiga, ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *profitabilitas* pada perusahaan Sektor *Food and Beverage* di BEI selama periode 2012-2016.

Yuanita, Missy, Budianto dan Slamet Riyadi (2016) dalam penelitiannya yang berjudul *Influence of Capital Structure, size and growth on Profitability and Corporate Value* menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara struktur modal, ukuran dan pertumbuhan terhadap *profitabilitas*, terdapat pengaruh yang signifikan antara struktur modal dan ukuran terhadap nilai perusahaan. Struktur modal berpengaruh signifikan terhadap *profitabilitas*, sehingga struktur modal yang optimal dapat meningkatkan *profitabilitas*. Artinya, keputusan dalam pemilihan sumber dana menjadi penting karena akan mempengaruhi struktur keuangan perusahaan, yang selanjutnya berpengaruh pada *profitabilitas*.

Dr. Ayad Shaker Sultan dan Dr. Mustafa Hasan Mohammad Adam (2015) dalam penelitiannya yang berjudul *The Effect of Capital Structure On Profitability : An Empirical Analysis of Listed Firms In Iraq* menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh positif, secara signifikan, pada *profitabilitas* perusahaan yang terdaftar di Irak. Selain itu, *profitabilitas*, dan aset (ukuran perusahaan) ditemukan berpengaruh negatif terhadap struktur modal dari perusahaan yang terdaftar. Temuan ini umumnya sesuai dengan prediksi teori *pecking order* dan efek pensinyalan keputusan struktur modal perusahaan. Partisipasi relatif ekuitas dalam struktur modal perusahaan, yang diwakili oleh indeks ekuitas dibagi total kewajiban, signifikan pada level 56% dan tandanya menunjukkan hubungan positif dengan *profitabilitas*. Fakta ini sejalan dengan pekerjaan yang disebutkan di atas dan menunjukkan opsi pembiayaan utama yang dipilih oleh perusahaan

Irak. Model teoritis struktur modal belum menunjukkan komposisi yang optimal, yang akan ideal untuk diterapkan oleh perusahaan sebagai upaya untuk memaksimalkan nilai sahamnya.

Amarjit Gill, Nahum Biger dan Neil Mathur (2011) dalam penelitiannya yang berjudul *The Effect of Capital Structure on Profitability: Evidence from The United States* menunjukkan bahwa struktur modal perusahaan berpengaruh terhadap *profitabilitas*. Itu karena bunga utang sudah bisa dipotong pajak di Amerika Serikat. Hasilnya menunjukkan bahwa perusahaan yang menguntungkan lebih bergantung pada hutang sebagai pilihan pembiayaan utama mereka. Meskipun bunga atas hutang dapat dikurangkan dari pajak, tingkat hutang yang lebih tinggi meningkatkan risiko gagal bayar, yang pada gilirannya meningkatkan kemungkinan kebangkrutan bagi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus mempertimbangkan penggunaan struktur modal yang optimal. Struktur modal yang optimal mencakup beberapa hutang, tetapi bukan hutang 100%. Dengan kata lain, ini adalah rasio hutang / ekuitas "terbaik" untuk perusahaan, yang pada gilirannya, akan meminimalkan biaya modal, yaitu biaya untuk mendanai operasi perusahaan. Selain itu, akan mengurangi kemungkinan terjadinya kebangkrutan.

Ratna Mappanyuki dan Meipita Sari (2017) dalam penelitiannya yang berjudul *The Effect of Sales Growth Ratio, Inventory Turnover Ratio, Growth Opportunity To Company's Profitability* menunjukkan bahwa secara Parsial *Sales Growth Ratio (SGR)* tidak berpengaruh signifikan terhadap *ROA* dan *NPM*, sedangkan *profitabilitas ROE* berpengaruh signifikan. Secara Parsial *Inventory Turnover Ratio (INVT)* tidak berpengaruh terhadap *ROA* dan *ROE*, sedangkan *profitabilitas NPM* berpengaruh signifikan. Secara Parsial *Growth Opportunity (GWOP)* berpengaruh tidak signifikan terhadap *ROA*, *NPM* dan *ROE*.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Profitabilitas

Menurut G. Sugiyarso dan F. Winarni (2005:118) *profitabilitas* adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungan dengan penjualan total aktiva maupun modal sendiri.

Menurut Ririind (2013), faktor-faktor yang mempengaruhi *profitabilitas* adalah :

1. Struktur Modal

Perusahaan dengan *profitabilitas* yang tinggi tentu memiliki dana internal yang lebih banyak daripada dengan *profitabilitas* yang rendah. Perusahaan dengan tingkat pengembalian yang tinggi akan berinvestasi menggunakan utang yang relatif kecil dan tingkat pengembalian yang tinggi memungkinkan untuk membiayai sebagian besar kebutuhan pendanaan dengan dana yang dihasilkan secara internal.

2. Umur Perusahaan

Umur perusahaan dapat menunjukkan bahwa perusahaan tetap eksis dan mampu bersaing. Perusahaan yang berumur lebih tua memiliki pengalaman lebih banyak sehingga akan lebih mengetahui kebutuhan konstituennya akan kebutuhan dan informasi tentang perusahaan.

3. Besar Perusahaan

Dengan adanya sumber daya yang besar, maka perusahaan dapat melakukan investasi baik untuk aktiva lancar maupun aktiva tetap dan juga memenuhi permintaan produk. Hal ini akan semakin memperluas pangsa pasar. Dengan adanya penjualan yang semakin meningkat, perusahaan dapat menutup biaya yang keluar pada saat proses produksi. Dengan begitu, laba perusahaan akan meningkat.

4. Harga Produksi

Jumlah biaya/harga yang dikeluarkan untuk produksi akan menjadi pertimbangan dalam menentukan harga jual suatu produk. Dari selisih tersebut maka akan diperoleh laba maupun rugi.

5. Produksi yang dihasilkan

Jumlah produksi yang dihasilkan dan akan dijual atau volume penjualan merupakan hasil dari kegiatan penjualan yang dilakukan perusahaan dalam usahanya mencapai sasaran yaitu memaksimalkan laba.

Menurut Kasmir (2012:89), faktor-faktor yang mempengaruhi *profitabilitas (ROA)* antara lain, adalah :

1. Margin laba bersih

Rasio ini mengukur laba bersih setelah pajak terhadap penjualan. Semakin tinggi net profit margin semakin baik operasi suatu perusahaan.

2. Perputaran total aktiva

Rasio perputaran total aktiva mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan penjualan bergantung pada total aset yang dimilikinya.

3. Laba bersih

Laba adalah keuntungan yang didapat dari jumlah selisih pendapatan dan biaya-biaya yang sudah dikurangi pajak. Laba ini dihitung berdasarkan transaksi yang benar terjadi pada periode tertentu. Laba diperoleh dari aktivitas usaha seperti jual beli barang.

4. Penjualan

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.

5. Total aktiva

Total assets turnover dibutuhkan untuk mengukur efektivitas seluruh asset dalam menunjang penjualannya. Semakin tinggi rasionya maka semakin baik pula kinerja perusahaan tersebut dalam mengelola aktiva untuk aktivitas penjualan.

6. Aktiva tetap

Rasio *fixed assets turnover* digunakan untuk mengetahui seberapa optimal aktiva tetap menunjang penjualan perusahaan. Semakin tinggi nilainya maka semakin efektif penggunaan aktiva tetap tersebut.

7. Aktiva lancar

Current ratio menunjukkan sejauh mana aktiva lancar menutupi kewajiban-kewajiban lancar. Semakin besar perbandingan aktiva lancar dan kewajiban lancar semakin tinggi kemampuan perusahaan menutupi kewajiban jangka pendeknya. *Current ratio* yang rendah biasanya dianggap menunjukkan terjadinya masalah dalam likuidasi, sebaliknya *current ratio* yang terlalu tinggi juga kurang bagus, karena menunjukkan banyaknya dana menganggur yang pada akhirnya dapat mengurangi kemampuan perusahaan memperoleh laba.

Aktiva lancar atau yang sering disebut dengan modal kerja terdiri atas kas, surat berharga, piutang dagang dan persediaan. Sedangkan biaya-biaya terdiri atas harga pokok penjualan, biaya operasi, biaya bunga dan pajak penghasilan. Melalui pendekatan sistem Du Pont, efisiensi penggunaan modal diukur dalam tingkat ROI melalui penggabungan berbagai macam analisis. Analisis tersebut mencakup seluruh rasio aktivitas dan margin keuntungan untuk menunjukkan bagaimana rasio-rasio ini saling mempengaruhi, dan menentukan *profitabilitas* harta.

Menurut Kasmir (2012:197-198) tujuan penggunaan rasio *profitabilitas* bagi perusahaan yaitu :

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu;
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; dan
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa *profitabilitas* dalam penelitian ini diproksikan dengan *ROA*, *ROA* adalah mengukur perbandingan antara laba bersih setelah dikurangi beban bunga dan pajak (*Earning After Taxes / EAT*) yang dihasilkan dari kegiatan pokok perusahaan dengan total aset (*assets*) yang dimiliki perusahaan untuk melakukan aktivitas perusahaan secara keseluruhan dan dinyatakan dalam persentase.

Selain faktor yang mempengaruhi *profitabilitas* diatas, dalam indikator pengaruh antar variabel tersebut dapat menggunakan perhitungan rasio *profitabilitas*. Menurut (Syafri, 2008:304), rasio *profitabilitas* merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya. Rasio yang termasuk rasio *profitabilitas* antara lain:

1. *Gross Profit Margin*

Menurut Syamsuddin (2009:61), *gross profit margin* merupakan persentase laba kotor dibandingkan dengan *sales*. Semakin besar *gross profit margin* semakin baik keadaan operasi perusahaan, karena hal ini menunjukkan bahwa harga pokok penjualan relatif lebih rendah dibandingkan dengan *sales*, demikian pula sebaliknya, semakin rendah *gross profit margin* semakin kurang baik operasi perusahaan. Berikut rumusnya :

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Sales} - \text{Cost Of Goods Sold}}{\text{Sales}}$$

2. *Net Profit Margin*

Rasio ini mengukur laba bersih setelah pajak terhadap penjualan. Semakin tinggi *net profit margin* semakin baik operasi suatu perusahaan. Berikut Rumusnya :

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

3. *Operating Profit Margin*

Menurut Syamsuddin (2009:61) *operating profit margin* merupakan perbandingan antara laba usaha dan penjualan. *Operating profit margin* merupakan rasio yang menggambarkan apa yang biasanya disebut profit murni yang diterima atas setiap rupiah dari penjualan yang dilakukan. Berikut rumusnya :

$$\text{Operating Profit Margin} = \frac{\text{Earning Before Interest and Tax}}{\text{Sales}}$$

4. *Return on Equity*

Return on equity merupakan perbandingan antara laba bersih sesudah pajak dengan total ekuitas. Menurut Syafri (2008:305), *Return on equity* merupakan suatu pengukuran dari penghasilan (*income*) yang tersedia bagi para pemilik perusahaan (baik pemegang saham biasa maupun pemegang saham preferen) atas modal yang mereka investasikan di dalam perusahaan. ROE menunjukkan rentabilitas modal sendiri atau yang sering disebut rentabilitas usaha. Berikut rumusnya :

$$\text{ROE} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Equity}}$$

5. *Earning Per Share*

Menurut Syamsuddin, (2009:66), *Earning per share* merupakan rasio yang menggambarkan jumlah rupiah yang diperoleh untuk setiap lembar saham biasa. Oleh karena itu pada umumnya manajemen perusahaan, pemegang saham biasa dan calon pemegang saham sangat tertarik akan *earning per share* yang merupakan suatu indikator keberhasilan perusahaan. Berikut rumusnya :

$$\text{EPS} = \frac{\text{Earning After Tax} - \text{Dividends on Preferred Stock}}{\text{Average Outstanding Shares}}$$

6. *Return On Assets*

Menurut Fahmi (2012:98), *Return On Assets* melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian

keuntungan sesuai dengan yang diharapkan dan investasi tersebut sebenarnya sama dengan aset perusahaan yang ditanamkan atau ditempatkan. Berikut rumusnya :

$$ROA = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Assets}}$$

2.2.2. *Leverage*

Leverage adalah penggunaan aset dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap dengan maksud untuk meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham (Sartono, 2008:257). *Leverage* adalah suatu tingkat kemampuan perusahaan dalam menggunakan aktiva dan atau dana yang mempunyai beban tetap (hutang dan atau saham istimewa) dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan untuk memaksimalkan kekayaan pemilik perusahaan.

Jenis *leverage* ada tiga macam yaitu *Operating Leverage*, *Financial Leverage* dan *Combination Leverage*. Berikut penjelasan dari masing-masing *leverage* tersebut:

1. *Operating Leverage*

Adalah seberapa besar perusahaan menggunakan beban tetap operasional (Hanafi, 2004:327). Menurut Syamsuddin (2001:107), *leverage* operasi adalah kemampuan perusahaan di dalam menggunakan *fixed operating cost* untuk memperbesar pengaruh dari perubahan volume penjualan terhadap *earning before interest and taxes* (EBIT). Dengan kata lain pengaruh perubahan volume penjualan terhadap laba sebelum bunga dan pajak (EBIT). Besar kecilnya *leverage* operasi dihitung dengan DOL (*Degree of operating leverage*) yang dirumuskan sebagai berikut:

$$DOL = \frac{\% \text{Perubahan EBIT}}{\% \text{Perubahan Penjualan}}$$

Analisis *leverage* operasi dimaksudkan untuk mengetahui seberapa peka laba operasi terhadap perubahan hasil penjualan dan berapa penjualan minimal yang harus diperoleh agar perusahaan tidak menderita kerugian.

2. *Financial Leverage*

Adalah penggunaan sumber dana yang memiliki beban tetap dengan beranggapan bahwa akan memberikan tambahan keuntungan yang lebih besar dari pada beban tetapnya sehingga akan meningkatkan keuntungan yang tersedia bagi pemegang saham (Sartono, 2008:263). *Financial Leverage* timbul karena adanya kewajiban-kewajiban finansial yang sifatnya tetap (*fixed financial charges*) yang harus dikeluarkan oleh perusahaan. Kewajiban-kewajiban finansial yang tetap ini tidaklah berubah dengan adanya perubahan tingkat EBIT dan harus di bayar tanpa melihat sebesar apa pun tingkat EBIT yang dicapai perusahaan. Besar kecilnya *leverage* finansial dihitung dengan DFL. DFL menunjukkan seberapa jauh perubahan EPS karena perubahan tertentu dari EBIT. Makin besar DFL nya, maka makin besar risiko finansial perusahaan tersebut. Dan perusahaan yang mempunyai DFL yang tinggi adalah perusahaan yang mempunyai utang dalam proporsi yang lebih besar. DFL dirumuskan sebagai berikut:

$$DFL = \frac{\% \text{ Perubahan EPS}}{\% \text{ Perubahan EBIT}}$$

DFL yang besar menunjukkan bahwa perubahan tingkat EBIT akan menghasilkan perubahan yang besar pada laba bersih (EAT) atau pendapatan per lembar saham (EPS). Beban tetap bunga ini pada kenyataannya dapat berupa beban seluruh utang atau obligasi yang ada dan biaya deviden untuk saham preferen yang mempunyai beban pembayaran tetap setelah perhitungan sebelum pajak.

3. *Combination Leverage*

Combination leverage terjadi apabila perusahaan memiliki baik baik *operating leverage* maupun *financial leverage* dalam usahanya untuk meningkatkan keuntungan bagi pemegang saham biasa (Sartono, 2008:267). *Combination Leverage* adalah pengaruh perubahan penjualan terhadap

perubahan laba setelah pajak untuk mengukur secara langsung efek perubahan penjualan terhadap perubahan laba rugi pemegang saham dengan *Degree of Combine Leverage* (DCL) yang didefinisikan sebagai persentase perubahan pendapatan per lembar saham sebagai akibat persentase perubahan dalam unit yang terjual.

Terdapat tiga jenis rasio solvabilitas :

1. *Debt to equity ratio* (rasio hutang terhadap ekuitas)

Debt to Equity Ratio (DER) membandingkan antara total kewajiban (*liabilities*) dengan ekuitas (*equity*). Utang tidak boleh lebih besar dari modal supaya beban perusahaan tidak bertambah. Tingkat rasio yang rendah berarti kondisi perusahaan semakin baik karena porsi utang terhadap modal semakin kecil.

$$DER = \frac{\text{Total Debt} \times 100\%}{\text{Equity}}$$

Semakin kecil rasio ini berarti kondisi perusahaan semakin baik karena modal untuk menjamin utang lancar masih cukup (besar). Batas terendah dari rasio ini adalah 100% atau 1 : 1.

2. *Debt to assets ratio* (rasio hutang terhadap aktiva)

Rasio ini membandingkan total utang (*total liabilities*) dengan total aset yang dimiliki. Rasio ini juga memperlihatkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh pinjaman baru sebagai tambahan modal dengan jaminan aktiva tetap yang dimiliki oleh perusahaan.

$$DAR = \frac{\text{Total Debt} \times 100\%}{\text{Total Assets}}$$

Jika tingkat rasio ini semakin tinggi maka jaminan berupa asset yang ada dan uang yang diberikan oleh kreditor dalam jangka panjang semakin terjamin. Besaran presentasi rasio ini minimum 100% atau 1 : 1 artinya Rp 1 utang jangka panjang bisa dijamin oleh Rp 1 aktiva tetap yang dimiliki oleh perusahaan. Utang yang dihitung dalam hal ini adalah semua utang perusahaan baik jangka pendek maupun jangka panjang. Kreditor biasanya lebih memilih

debt ratio yang rendah karena kondisi perusahaan aman (tidak akan bangkrut). Tingkat rasio yang rendah maka kondisi perusahaan semakin aman (solvable).

3. *Times interest earned ratio* (rasio perolehan bunga)

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk melunasi beban bunga pada masa yang akan datang. Rasio ini membandingkan laba sebelum pajak dan bunga terhadap Biaya Bunga.

$$TIE \text{ Ratio} = \frac{\text{Earning Before Interest and Tax} \times 100\%}{\text{Interest Expense}}$$

2.2.3. Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Laju pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan dalam menandai kesempatan-kesempatan pada masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan tinggi, maka akan mencerminkan pendapatan meningkat sehingga pembayaran dividen cenderung meningkat.

Menurut Swastha dan Handoko (2001), “Pertumbuhan atas penjualan merupakan indikator penting dari penerimaan pasar dari produk dan atau jasa perusahaan tersebut, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjual”.

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”.

Tingkat pertumbuhan penjualan dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$g = \frac{S1 - S0}{S0} \times 100\%$$

Keterangan :

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

$S1$ = *Total Current Sales* (total penjualan selama tahun berjalan)

$S0$ = *Total Sales for Last Period* (total penjualan periode lalu)

2.2.4. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang dapat dihitung dengan tingkat total aset dan penjualan yang dapat menunjukkan kondisi perusahaan dimana perusahaan lebih besar akan mempunyai kelebihan dalam sumber dana yang diperoleh untuk membiayai investasinya dalam memperoleh laba. Ukuran perusahaan dapat digunakan untuk mewakili karakteristik keuangan perusahaan. Perusahaan besar akan lebih mudah memperoleh modal di pasar modal dibanding dengan perusahaan kecil. Karena kemudahan akses tersebut berarti perusahaan besar memiliki fleksibilitas yang lebih besar.

Menurut Ibrahim (2008), ukuran perusahaan adalah gambaran besar kecilnya perusahaan yang ditentukan berdasarkan ukuran nominal, misalnya jumlah kekayaan dan total penjualan perusahaan dalam satu periode penjualan, maupun kapitalisasi pasar. Pengelompokan perusahaan atas dasar skala operasi (besar dan operasi) dapat dipakai oleh investor sebagai salah satu variabel dalam menentukan keputusan.

Menurut Brigham dan Houston (2006), ukuran perusahaan adalah rata-rata total penjualan bersih untuk tahun bersangkutan sampai beberapa tahun. Dalam hal ini penjualan lebih besar dari pada biaya variabel dan biaya tetap, maka akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak. Sebaliknya jika penjualan lebih kecil dari pada biaya variabel dan biaya tetap maka perusahaan akan menderita kerugian.

Ukuran perusahaan dapat ditentukan dengan berbagai nilai seperti total aktiva, penjualan, modal, laba dan yang lainnya, nilai tersebut dapat menentukan besar kecilnya perusahaan. Indikator ukuran perusahaan dapat dilakukan menggunakan dua cara, yaitu:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln Total Asset}$$

Aset adalah harta kekayaan atau sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Semakin besar aset yang dimiliki, perusahaan dapat melakukan investasi dengan baik dan memenuhi permintaan produk. Hal ini semakin memperluas pangsa pasar yang dicapai dan akan mempengaruhi *profitabilitas* perusahaan.

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln Total Penjualan}$$

Penjualan adalah fungsi pemasaran yang sangat penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu mendapatkan laba. Penjualan yang terus meningkat dapat menutup biaya yang keluar pada saat proses produksi. Hal ini laba perusahaan akan meningkat yang kemudian akan mempengaruhi *profitabilitas* perusahaan.

Menurut Setiyadi (2007), ukuran perusahaan juga dapat ditentukan oleh beberapa indikator sebagai berikut:

1. Tenaga kerja, merupakan jumlah pegawai tetap dan honorer yang terdaftar atau bekerja di perusahaan pada suatu saat tertentu.
2. Tingkat penjualan, merupakan volume penjualan suatu perusahaan pada suatu periode tertentu.
3. Total hutang, merupakan jumlah hutang perusahaan pada periode tertentu.
4. Total aktiva, yang merupakan keseluruhan aktiva yang dimiliki perusahaan pada saat tertentu.

2.3. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian

2.3.1. Pengaruh *Leverage* terhadap *Profitabilitas*

Halim (2005:42) mengemukakan pengaruh *leverage* terhadap *profitabilitas* sebagai berikut : *Debt-to-total-asset* rasio merupakan rasio yang menggambarkan tingkat sumber dana utang dalam stuktur modal perusahaan yang digunakan untuk membiayai aset perusahaan. Penggunaan utang yang relatif tinggi akan menimbulkan biaya tetap berupa beban bunga dan angsuran pokok pinjaman yang harus dibayar, yang semakin besar biaya tetap dapat berakibat menurunnya laba perusahaan. Perusahaan yang mendanai assetnya dengan hutang, *profitabilitasnya* akan menurun karena perusahaan harus memenuhi beban yang harus dibayar dari penggunaan hutang tersebut (bunga). Selain itu, perusahaan memiliki risiko keuangan yang tinggi karena perusahaan terlalu banyak melakukan pendanaan aktiva dari hutang. Seperti adanya risiko gagal bayar, maka biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk mengatasi masalah ini semakin besar.

Rasio *leverage* menekankan pentingnya pendanaan hutang bagi perusahaan untuk meningkatkan *profitabilitas*. Semakin besar persentase pendanaan berasal dari ekuitas pemegang saham maka dari sudut kreditur bermakna makin besar perlindungan bagi pemberi pinjaman. *Leverage* akan berdampak positif terhadap *profitabilitas* jika penggunaan hutang dapat mencapai target penjualan dan laba perusahaan yang meningkat, sehingga akan meningkatkan *profitabilitas* perusahaan. Sebaliknya jika penggunaan hutang tidak dapat mencapai target penjualan dan laba perusahaan menurun, maka akan menurunkan *profitabilitas* perusahaan (Arista, 2016). Maka Hipotesis pertama, diduga *Leverage* berpengaruh negatif terhadap *Profitabilitas*.

H1 : *Leverage* berpengaruh negatif terhadap *Profitabilitas*.

2.3.2. Pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap *profitabilitas*

Semakin tinggi pertumbuhan penjualan perusahaan maka perusahaan akan semakin banyak mengandalkan modal. 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. Menurut Andrayani (2013) penjualan merupakan kriteria penting untuk menilai profitabilitas perusahaan dan merupakan indikator utama atas aktivitas perusahaan. Pertumbuhan penjualan adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu.

Menurut Horne dan Wachowicz (2013:79) menyatakan pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh yang strategis bagi perusahaan karena pertumbuhan penjualan ditandai dengan peningkatan *market share* yang akan berdampak pada peningkatan penjualan dari perusahaan sehingga akan meningkatkan profitabilitas dari perusahaan. Sedangkan menurut Brigham dan Houston (2011:168) menyatakan bahwa penjualan harus dapat menutupi biaya sehingga dapat meningkatkan keuntungan. Penelitian I Ketut Alit Sukadana dan Nyoman Triaryati (2018) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap *profitabilitas*.

H2 : Pertumbuhan penjualan perusahaan berpengaruh positif terhadap *profitabilitas*.

2.3.3. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap *profitabilitas*

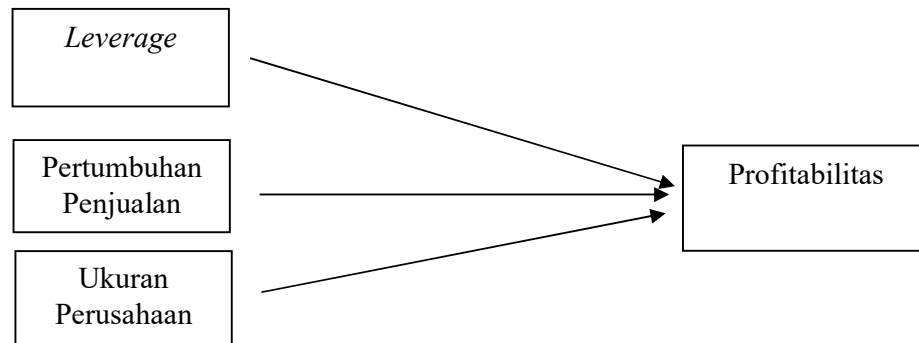
Menurut Suryamis (2014), semakin besar skala perusahaan maka *profitabilitas* juga akan meningkat, di dukung dengan pengelolaan yang baik dari pihak perusahaan. Seperti, total aset, teknologi, dan kekayaan intelektual. Dengan adanya sumber daya yang besar, maka perusahaan dapat melakukan investasi baik untuk aktiva lancar maupun aktiva tetap dan juga memenuhi permintaan produk. Hal ini akan semakin memperluas pangsa pasar. Dengan adanya penjualan yang semakin meningkat, perusahaan dapat menutup biaya yang keluar pada saat proses produksi.

Menurut Heru (2010:62) dalam memprediksi profitabilitas perusahaan sangat bergantung pada ukuran perusahaan, makin besar ukuran usaha, proses estimasi penjualan dan biaya juga akan semakin kompleks. Kemudian menurut Sawir (2014:101-102) ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan memperoleh dana dari pasar modal, perusahaan yang lebih besar dapat memperoleh laba yang lebih banyak. Dengan begitu, laba perusahaan akan meningkat. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Purnamasari (2015) mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *profitabilitas*.

H3 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *profitabilitas*.

2.5. Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan uraian pada hubungan antar variable sebelumnya, gambaran menyeluruh yang merupakan kerangka konseptual mengenai pengaruh *leverage*, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap *profitabilitas* dalam penelitian ini dapat dilihat dalam gambar diagram 2.1 berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Dari gambar di atas diuraikan bahwa *leverage*, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan berperan dalam meningkatkan profitabilitas. *Leverage* dapat digunakan untuk meningkatkan profitabilitas, tetapi dengan risiko akan meningkatkan kerugian pada masa suram. Jadi keuntungan dan kerugian akan diperbesar oleh *leverage*, makin besar *leverage* yang digunakan oleh suatu

perusahaan makin besar pula ketidak tepatan atau naik turunnya profitabilitas. Pada saat penjualan hasil produksi perusahaan meningkat maka dapat meningkatkan profitabilitas. Selain itu besar kecilnya ukuran perusahaan cukup mempengaruhi tingkat profitabilitas suatu perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang lebih besar cenderung mempunyai pengaruh terhadap peningkatan profitabilitas dan nilai perusahaan.