

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1. Review Hasil Penelitian Terdahulu**

Pantaw, Murni dan Trang (2015: 970) dengan judul “Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, *Retur On Asset* dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan yang Tercatat di Index LQ 45”. Tujuan Penelitian ini untuk menguji pengaruh Pertumbuhan Penjualan, ukuran Perusahaan, ROA, dan Struktur Modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang tercatat pada Indeks LQ 45. Teknik pemilihan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dan diperoleh 20 perusahaan sebagai sampel penelitian. Metode analisis data menggunakan uji regresi linier berganda. Hasil analisis data disimpulkan bahwa Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Ukuran Perusahaan berpengaruh Negatif tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan, sedangkan ROA dan Struktur Modal berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Bagi para investor diharapkan untuk dapat memperhatikan Return on Asset dan Struktur Modal sebelum berinvestasi.

Mandalika (2016: 216) dengan judul “Pengaruh Struktur Aktiva, Struktur Modal dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Studi Pada Sektor Otomotif)”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah stuktur aktiva, struktur modal dan pertumbuhan penjualan berpengaruh secara simultan dan secara parsial terhadap nilai perusahaan sektor otomotif. Teknik pemilihan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dan diperoleh 10 perusahaan sebagai sampel penelitian. Data dihitung menggunakan analisis rasio keuangan dan uji hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda, uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan yaitu secara simultan struktur aktiva, struktur modal dan pertumbuhan penjualan tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan nilai perusahaan pada perusahaan sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek

Indonesia. Secara parsial struktur aktiva, struktur modal, serta pertumbuhan penjualan tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan nilai perusahaan pada perusahaan sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Husaini (2012: 49) yang dimuat dalam Jurnal Profit Juni 2012, Vol. 6, No. 1 dengan judul “Pengaruh Variabel *Return On Assets*, *Return On Equity*, *Net Profit Margin* dan *Earning Per Share* Terhadap Harga Saham Perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti seberapa besar pengaruh variabel *return on assets*, *return on equity*, *net profit margin* dan *earning per share* secara simultan dan secara parsial terhadap harga saham perusahaan dan variabel mana yang memberikan pengaruh dominan terhadap harga saham perusahaan. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 10 perusahaan *Food and Beverages* yang tercatat dalam Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian dengan menggunakan uji F menunjukkan bahwa kinerja keuangan perusahaan yang diukur dari ROA, ROE, NPM dan EPS mempunyai pengaruh terhadap harga saham. Secara parsial dengan uji t disimpulkan bahwa secara parsial variabel ROA dan EPS yang berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham, sedangkan variabel ROE dan NPM tidak berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham. ROA mempunyai pengaruh dominan terhadap harga saham pada perusahaan yang termasuk dalam perusahaan *Food and Beverages*.

Hutami (2012: 120) dengan judul “Pengaruh *Dividend Per Share*, *Return On Equity* dan *Net Profit Margin* Terhadap Harga Saham Perusahaan Industri Manufaktur yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia Periode 2006-2010”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *dividen per share*, *return on equity* dan *net profit margin* terhadap harga saham perusahaan industri manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2006-2010. Penelitian ini merupakan penelitian *ex post facto*. Sampel diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel sebanyak 31 perusahaan dari 152 perusahaan industri manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2006-2010. Dengan demikian data yang dianalisis berjumlah 155. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda, uji t dan uji F. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa *Dividen per Share*, *Return On Equity* dan *Net Profit Margin* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Harga Saham Perusahaan Industri Manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia Periode 2006-2010.

Ngadiman & Theresia (2011: 213) dengan judul “Pengaruh Metode Penilaian Persediaan, Nilai Persediaan dan *Gross Profit Margin* Terhadap *Market Value* Perusahaan yang Terdaftar di BEI Tahun 2007 – 2009”. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris tentang pelaksanaan metode penilaian persediaan, nilai persediaan dan *gross profit margin* terhadap *market value* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2007 - 2009. Sampel diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengujian hipotesis menggunakan metode regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai persediaan berpengaruh secara signifikan terhadap *market value* sementara metode penilaian persediaan dan *gross profit margin* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *market value*.

Heikal, Khaddafi dan Ummah (2014: 112) dengan judul “*Influence Analysis of Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE), Net Profit Margin (NPM), Debt To Equity Ratio (DER) and Current Ratio (CR), Againsts Corporate Profit Growth In Automotive In Indonesia Stock Exchange*”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *Return On Asset*, *Return On Equity*, *Net Profit Margin*, *Debt To Equity Ratio* dan *Current Ratio* terhadap pendapatan pertumbuhan baik secara simultan maupun parsial pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder sebagai 55 sampel dengan *purposive sampling*. Metode yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara variable independen dan variable dependen adalah regresi linier dan uji asumsi klasik. Temuan penelitian ini mengidentifikasi bahwa variable secara bersamaan independen *Return On Asset*, *Return On Equity*, *Net Profit Margin*, untuk *Equity Ratio* dan *Current Ratio* dengan uji F, dilakukan bersama-sama untuk pertumbuhan pendapatan secara signifikan 0,000. Sementara hasil parsial dengan uji T, *Return On Asset*, *Return On Equity* dan *Net Profit Margin* terhadap pertumbuhan pendapatan secara

signifikan dan positif masing-masing adalah 0.029, 0.041, dan 0.008. Sedangkan *Debt To Equity Ratio* dan *Current Ratio* terhadap pertumbuhan pendapatan dengan signifikan dan negatif 0.008 dan 0.001. Perusahaan harus mampu menunjukkan kinerja yang baik, potensi pertumbuhan yang tinggi dan menyampaikan informasi perusahaan yang cukup kepada investor tentang perusahaan.

Anwaar (2016: 38) dengan judul "*Impact Of Firms' Performance On Stock Returns (Evidence from Listed Companies of FTSE-100 Index London, UK) from the University of Lahore, Pakistan*". Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji dampak dari kinerja perusahaan terhadap return saham, bukti dari perusahaan yang terdaftar di FTSE – 100 Index, London Stock Exchange selama periode 2005 sampai 2014. Pada penelitian ini peneliti menggunakan lima variabel independen dan satu variabel dependen. Laba per saham, rasio cepat, pengembalian asset, *return on equity* dan margin laba bersih digunakan sebagai variabel independen sedangkan return saham digunakan sebagai variabel dependen. Metode analisis regresi panel digunakan untuk analisis data. Hasil menunjukkan bahwa *net profit margin*, *return on assets* telah mendapat dampak positif yang signifikan terhadap return saham sedangkan laba per saham telah mendapat dampak negatif yang signifikan terhadap return saham. Laba per saham akan meningkat, dari semua yang ingin keuntungan jangka pendek dan sadar untuk dividen menjual saham mereka ke pasar karena dalam waktu jangka pendek return saham akan menurun karena kelebihan pasokan saham, sementara *return on equity* dan *current ratio* menunjukkan dampak yang signifikan terhadap return saham.

Antwi, Mills dan Zhao (2012: 108) dengan judul "*Capital Structure and Firm Value: Empirical Evidence from Ghana*". Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti tentang dampak struktur modal terhadap nilai perusahaan. Analisis diimplementasikan pada 34 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Ghana (GSE) untuk tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2010. Metode regresi kuadrat terkecil yang biasa digunakan dalam melaksanakan analisis ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam ekonomi yang sedang berkembang seperti Ghana, modal ekuitas sebagai komponen modal struktur relevan dengan nilai perusahaan dan utang jangka panjang juga ditemukan sebagai penentu utama nilai perusahaan. Sesuai dengan temuan penelitian ini, dalam mengambil keputusan keuangan perusahaan disarankan untuk menggunakan lebih banyak hutang jangka panjang daripada modal ekuitas dalam membiayai operasional karena lebih berdampak pada nilai perusahaan.

## **2.2. Nilai Persediaan**

### **2.2.1. Pengertian Persediaan**

Salah satu aktiva yang sangat penting bagi perusahaan yaitu persediaan. Persediaan juga mempunyai peranan yang sangat besar untuk perusahaan, seperti memperlancar jalannya operasi perusahaan yang dilakukan mulai dari bahan baku, barang setengah jadi dan barang jadi yang selanjutnya akan didistribusikan kepada konsumen. Persediaan adalah unsur utama dari modal kerja suatu perusahaan, baik perusahaan dagang maupun perusahaan industri. Bagi perusahaan yang berjalan dalam bidang bisnis grosiran menganggap persediaan merupakan aktiva yang paling besar yang dimiliki oleh perusahaan apabila dibandingkan dengan unsur nilai aktiva lancar lainnya. Tanpa adanya persediaan, para pengusaha akan dihadapkan pada risiko bahwa perusahaannya pada suatu waktu tidak dapat memenuhi permintaan pelanggan.

Pengertian persediaan dalam beberapa pustaka pada dasarnya mengemukakan pengertian atau definisi yang berbeda – beda, namun memiliki maksud yang sama. Berikut ini akan dikemukakan beberapa pendapat mengenai persediaan dari beberapa literatur yang diperoleh untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mengenai definisi dan pengertian dari persediaan :

Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 14 tahun 2014 menurut Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), persediaan diartikan sebagai berikut :

- a. Tersedia untuk di jual dalam kegiatan usaha biasa,
- b. Dalam proses produksi untuk penjualan tersebut; atau

- c. Dalam bentuk bahan atau perlengkapan untuk digunakan dalam proses produksi atau pemberian jasa.

Menurut Kieso, Weygandt and Warfield (2015 : 444), persediaan adalah pos-pos aktiva yang dimiliki untuk dijual dalam operasi bisnis normal atau barang yang akan digunakan atau dikonsumsi dalam memproduksi barang yang akan dijual sedangkan menurut Ristono (2013: 1), persediaan diartikan sebagai barang-barang yang disimpan untuk digunakan atau dijual pada periode yang akan datang. Menurut Mulya (2010: 214) adalah persediaan yang tersedia siap untuk dijual dalam kegiatan usaha normal perusahaan, persediaan dalam proses produksi atau dalam bentuk bahan baku yang digunakan untuk proses produksi.

Pengertian persediaan menurut Harrison, Hongren, Thomas dan Suwardi (2012:339) yang diterjemahkan oleh Gina Gania adalah persediaan sebagai aset yang disimpan untuk dijual dalam operasi rutin perusahaan, dalam perusahaan produksi untuk penjualan atau dalam bentuk bahan atau perlengkapan yang akan dikonsumsi selama proses produksi atau penyerahan jasa.

Berdasarkan definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian persediaan suatu perusahaan dapat diartikan sebagai barang yang dibeli dan disimpan untuk dijual kembali pada periode yang akan datang. Persediaan juga mencakup barang jadi yang sedang diproduksi oleh perusahaan dan termasuk bahan baku dan perlengkapan yang akan digunakan dalam proses produksi atau dengan kata lain bahan baku untuk produksi.

### **2.2.2. Tujuan Penilaian Persediaan**

Tujuan utama dari penilaian persediaan digunakan untuk proses penandingan antara pendapatan dengan biaya – biaya yang dikeluarkan selama proses produksi yang akan menghasilkan pendapatan bersih. Proses penandingan ini dilakukan dalam menentukan besarnya biaya dari barang yang tersedia untuk dijual, untuk kemudian dikurangi dengan pendapatan pada periode berjalan, sehingga dari proses penandingan ini akan diperoleh besarnya laba perusahaan. Berdasarkan pendapatan tersebut dapat disimpulkan bahwa tujuan yang paling

utama dari penilaian persediaan adalah untuk menentukan laba perusahaan dengan cara membandingkan antara pendapatan yang diterima dengan biaya yang dikeluarkan.

### 2.2.3. Klasifikasi Persediaan

Sesuatu barang yang dapat dikatakan sebagai persediaan harus memiliki syarat-syarat sebagai berikut: (a). Barang berwujud; (b). Barang siap untuk dijual, baik langsung maupun tidak langsung (melalui proses produksi terlebih dahulu); (c). Barang sebagai bahan pembantu (*supplies*) yang akan digunakan dalam aktivitas non produksi; (d). Surat-surat berharga yang dimiliki untuk dijual kembali tetapi bersifat insidental bagi aktivitas perusahaan; (e). Aset perusahaan yang bisa disusutkan.

Persediaan diklasifikasikan sesuai dengan bidang usaha dari perusahaan yang bersangkutan karena jenis barang yang dikelompokkan sebagai persediaan berbeda-beda bagi setiap perusahaan bergantung dari jenis usahanya. Imam Santoso (2010:240), bagi perusahaan (*merchandise enterprise*) dimana persediaan merupakan barang yang langsung tanpa mengalami proses lanjutan maka, persediaan disebut sebagai persediaan barang dagang (*merchandise inventory*), sedangkan pada perusahaan manufaktur dimana persediaan dikelompokkan sebagai berikut:

#### 1. Bahan Baku (*Raw Material*)

Barang-barang yang diperoleh dalam keadaan yang harus dikembangkan atau diproses lebih lanjut dalam proses produksi yang akan menjadi bagian utama dari barang jadi. Bahan baku dikelompokkan menjadi bahan baku langsung dan bahan baku tidak langsung.

- a. Bahan Baku Langsung (*Direct Material*) adalah semua bahan baku yang merupakan bagian dari barang jadi yang dihasilkan. Biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku langsung ini mempunyai hubungan erat dan sebanding dengan jumlah barang jadi yang dihasilkan.

- b. Bahan Baku Tidak Langsung (*Indirect Material*) adalah bahan baku yang ikut berperan dalam proses produksi tetapi tidak secara langsung tampak pada barang jadi yang dihasilkan.
2. Barang dalam proses (*work in process/goods in process*) yaitu bahan baku yang sedang di proses dimana nilainya merupakan akumulasi biaya bahan baku (*raw material cost*), biaya tenaga kerja (*direct labor cost*), dan biaya overhead (*factory overhead cost*).
3. Barang jadi (*finished goods*) yaitu barang jadi yang berasal dari barang yang telah selesai di proses dan telah siap untuk dijual sesuai dengan tujuannya.
4. Bahan pembantu (*factory/manufacturing supplies*) yaitu bahan pembantu yang dibutuhkan dalam proses produksi namun tidak secara langsung dapat dilihat secara fisik pada produk yang dihasilkan.

Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa suatu aktiva diklasifikasikan sebagai persediaan tergantung pada jenis perusahaan. Pada perusahaan property, properti yang dimiliki seperti perumahan, apartement dan gedung yang dijual diklasifikasikan sebagai persediaan karena properti tersebut merupakan aktiva yang dijual untuk kegiatan usahanya yang bergerak di bidang penjualan properti. Namun bagi perusahaan lain yang kegiatan usahanya bukan penjualan properti, kepemilikan atas properti tersebut tidak diklasifikasikan sebagai persediaan, melainkan dapat sebagai aktiva tetap atau properti investasi atau aktiva tidak lancar yang dipegang untuk dijual tergantung pada tujuan kepemilikannya.

#### **2.2.4 Penilaian Persediaan**

Salah satu pengelolaan persediaan barang dagang adalah dengan melakukan penilaian persediaan barang dagang. Perusahaan dapat mengetahui nilai persediaan barang dagang dalam periode tertentu dan dapat mengetahui besarnya harga pokok penjualan barang dagang dengan melakukan penilaian terhadap persediaan barang dagang. Terdapat dua komponen yang harus diketahui terlebih dahulu untuk melakukan penilaian persediaan barang dagang. Komponen

yang pertama dalam penilaian persediaan barang dagang adalah menghitung jumlah fisik barang dagang baik dihitung pada akhir periode berjalan maupun dihitung secara berkala. Komponen yang kedua yaitu harga barang per unit berdasarkan asumsi yang digunakan perusahaan, asumsi dasar tersebut antara lain FIFO (*First In First Out*), LIFO (*Last In First Out*) dan Rata-Rata (*Average*).

Metode penilaian persediaan dalam Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) Nomor 11 tahun 2013 (2013:41) sebagai berikut :

1. Entitas harus mengukur biaya persediaan untuk jenis persediaan yang normalnya tidak dapat dipertukarkan, dan barang atau jasa yang dihasilkan dan dipisahkan untuk proyek tertentu dengan menggunakan identifikasi khusus atas biayanya secara individual.
2. Entitas harus menentukan biaya persediaan, selain yang terakut dengan paragraf dengan menggunakan rumus biaya FIFO atau masuk-pertama keluar-pertama (MPKP) dan metode average atau rata-rata tertimbang. Rumus biaya yang sama harus digunakan untuk seluruh persediaan dengan sifat dan pemakaian yang serupa. Untuk persediaan dengan sifat atau pemakaian yang berbeda, penggunaan rumus biaya yang berbeda dapat dibenarkan. Metode masuk terakhir keluar pertama (MTKP) tidak diperkenankan oleh SAK ETAP.

Metode penilaian persediaan yang biasa digunakan menurut Stice (2011:667), antara lain:

1. Identifikasi Khusus

Pada metode ini, biaya dikelompokkan ke barang dagang yang terjual selama periode tahun berjalan dan ke barang yang tersedia di perusahaan pada akhir periode berdasarkan biaya aktual dari unit tersebut.

2. Metode Masuk Pertama, Keluar Pertama (FIFO)

Metode FIFO dalam persediaan yaitu pencatatan barang persediaan yang mengasumsikan persediaan yang pertama masuk akan dikeluarkan dan

persediaan yang masuk terakhir akan dikeluarkan terakhir. Metode ini sangat baik untuk menghindari persediaan yang rusak akibat penyimpanan dalam gudang yang terlalu lama, juga sangat relevan untuk pencatatan persediaan yang disajikan berdasarkan harga terkini atau didasarkan pada harga baru atau harga urutan yang terakhir sehingga biaya yang dilaporkan akan mendekati atau sama dengan biaya penggantian diakhir periode.

### 3. Metode Masuk Terakhir, Keluar Pertama (LIFO)

Metode LIFO merupakan pencatatan barang persediaan yang mengasumsikan unit persediaan yang terakhir dibeli dikeluarkan terlebih dahulu, dan unit persediaan yang pertama dibeli akan dikeluarkan dikemudian hari. Metode LIFO cenderung memberikan pengaruh yang stabil terhadap margin laba kotor, karena pada saat terjadi kenaikan harga LIFO mengaitkan biaya yang tinggi saat ini dalam perolehan barang-barang dengan harga jual yang meningkat, dengan menggunakan LIFO, persediaan dilaporkan dengan menggunakan biaya dari pembelian awal. Jika LIFO digunakan dalam waktu yang lama, maka perbedaan antara nilai saat ini dengan biaya LIFO akan semakin besar.

### 4. Metode Biaya Rata-Rata (*Average*)

Metode ini membebankan biaya rata-rata yang sama ke setiap unit. Metode ini didasarkan pada asumsi bahwa barang-barang yang terjual seharusnya dibeli pada tiap harga. Metode rata-rata mengutamakan yang mudah terjangkau untuk dilayani, tidak peduli apakah barang tersebut masuk pertama atau masuk terakhir.

Penerapan metode akuntansi persediaan akan ditanggapi oleh investor. Investor akan lebih menyukai metode akuntansi yang menghasilkan laba yang relatif stabil, karena informasi ini dapat digunakan untuk memprediksi kemungkinan arus kas dimasa yang akan datang dan *return* bagi investor. Selain itu, kemampuan deviden yang tinggi dan laporan keuangan yang prediktif juga akan ditanggapi oleh para investor dengan menginvestasikan dananya pada

perusahaan. Investasi ini berdampak pada naiknya harga saham perusahaan. Kenaikan harga saham mencerminkan kenaikan nilai perusahaan.

### **2.3. Pertumbuhan Penjualan**

Pertumbuhan penjualan adalah salah satu faktor penting untuk menentukan kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan mendapatkan dana untuk kelangsungan hidup dan berkembang selain dari hutang dan modal sendiri, juga dari penjualan produk perusahaan baik berupa barang atau jasa (Suweta dan Dewi, 2016:6). Manajemen perusahaan berusaha untuk dapat meningkatkan penjualan produknya karena pertumbuhan penjualan yang tinggi atau stabil saling berkaitan dengan keuntungan perusahaan (Priambodo, 2014:2).

Pertumbuhan penjualan menurut Armstrong (2012:327) adalah perubahan penjualan per tahun. Semakin meningkat penjualan suatu perusahaan, maka laba yang diperoleh juga meningkat. Pertumbuhan penjualan suatu produk sangat tergantung dari daur hidup produk. Menurut Swastha dan Handoko (2011:98) pertumbuhan atas penjualan merupakan indikator penting dari penerimaan pasar dari produk dan/atau jasa perusahaan tersebut, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan. Perusahaan yang memiliki penjualan relatif stabil akan memiliki aliran kas yang relatif stabil pula, maka dapat menggunakan hutang lebih besar lebih besar daripada perusahaan dengan penjualan yang tidak stabil (Sartono, 2008 dalam Khaldun, 2017: 43).

Metode pengukuran pertumbuhan penjualan adalah dengan membandingkan penjualan pada tahun bersangkutan setelah dikurang dengan penjualan tahun sebelumnya terhadap penjualan tahun sebelumnya. Horne (2013:122) 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 periode berjalan)  
 S0 = Total Sales For Last Period (total penjualan periode yang lalu)

Hasil yang positif menunjukkan bahwa terjadi kenaikan penjualan dari tahun sebelumnya, begitu pula sebaliknya hasil yang negatif menunjukkan bahwa terjadi penurunan penjualan dari tahun sebelumnya. Pertumbuhan penjualan yang positif merupakan sinyal bagi para kreditur untuk memberikan kredit kepada perusahaan.

#### **2.4. Net Profit Margin (NPM)**

Setiap perusahaan selalu berusaha untuk dapat meningkatkan keuntungan atau laba. Laba terbagi menjadi dua yaitu laba usaha dan laba bersih. Laba usaha dapat diketahui dengan cara mengurangi total penjualan dengan biaya-biaya dalam proses produksi dan operasionalnya. Laba bersih dapat diketahui dengan cara mengurangi laba usaha dengan pajak. Dengan adanya laba usaha maka perusahaan dapat mengukur tingkat keuntungan yang dicapai dihubungkan dengan penjualan atau yang dikenal dengan istilah *Profit Margin*.

*Net profit margin* mengindikasikan kemampuan suatu badan usaha untuk menghasilkan laba pada tingkat penjualan tertentu. Menurut Werner R. Murhadi (2013:64) *Net Profit Margin* mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba neto dari setiap penjualannya. Perusahaan yang memiliki *profit margin* yang besar berarti perusahaan tersebut efisien dan produknya lebih menguntungkan dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki *profit margin* lebih kecil.

Gitman (2012: 80) berpendapat bahwa *net profit margin* adalah

*“The net profit margin measures the percentage of each sales dollar remaining after all cost and expenses, including interest, taxes and preferred stock dividends, have been deducted”.*

Artinya *net profit margin* mengukur persentase dari setiap penjualan dollar yang tersisa setelah semua biaya dan pengeluaran, termasuk bunga, pajak dan dividen saham preferen, telah dikurangi.

Pengertian *Profit Margin* menurut Munawir (2010: 89), *Profit margin* ini mengukur tingkat keuntungan yang dapat dicapai oleh perusahaan dihubungkan dengan penjualannya, sedangkan menurut Riyanto (2010: 37) *Profit margin* yaitu perbandingan antara *net operating income* dengan *net sales*. *Net Profit Margin* sangat penting bagi manager operasi karena dapat mencerminkan strategi penetapan harga penjualan yang diterapkan perusahaan dan kemampuannya dalam mengendalikan beban usaha.

Perbedaan-perbedaan nilai persediaan di neraca akan diikuti oleh perbedaan *net profit margin* dalam perhitungan laba rugi periode bersangkutan. Penggunaan FIFO dalam suatu periode harga-harga meningkat maka akan menandingkan persediaan terlama yang memiliki harga pokok rendah dengan harga jual yang meningkat, sehingga dapat memperbesar *net profit margin*. Suatu periode dimana terjadi penurunan harga-harga, persediaan terlama yang berharga pokok tinggi ditandingkan dengan harga jual yang menurun, sehingga dapat menurunkan *net profit margin*. Menggunakan metode rata-rata (*average*), *net profit margin* cenderung mengikuti pola yang sama dalam menanggapi perubahan harga.

*Net profit margin* (NPM) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan, rasio ini akan menggambarkan penghasilan bersih perusahaan berdasarkan total penjualan. *Net profit margin* (NPM) dapat diukur dengan cara membandingkan laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih.

Adapun rumus *Profit Margin* menurut Gitman (2012: 81) adalah sebagai berikut:

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

#### 2.4.1 Faktor-Faktor Penentu *Net Profit Margin*

Besar kecilnya laba usaha atau *net operating income* tergantung kepada pendapatan dari penjualan dan besarnya biaya usaha. Berdasarkan jumlah *operating expenses* tertentu *profit margin* dapat diperbesar dengan memperbesar penjualan, atau dengan jumlah penjualan tertentu *profit margin* dapat diperbesar dengan memeperkecil *operating expenses*.

Terdapat dua alternatif dalam usaha untuk memperbesar *profit margin*:

1. Menambah biaya usaha (*operating expenses*) sampai tingkat tertentu diusahakan tercapainya tambahan penjualan yang sebesar-besarnya atau dengan kata lain tingkat penjualan harus lebih besar daripada jumlah *operating expenses*. Perubahan besarnya penjualan dapat disebabkan karena perubahan harga penjualan per unit apabila volume penjualan dalam unit sudah tetap, atau disebabkan karena bertambahnya luas penjualan dalam unit jika tingkat harga penjualan produk sudah tertentu. Dapatlah dikatakan bahwa pengertian menaikkan tingkat sales disini dapat berarti memperbesar pendapatan dari sales dengan cara:
  - a. Memperbesar volume penjualan pada tingkat harga tertentu, atau
  - b. Menaikan harga penjualan per unit produk pada luas penjualan dalam unit tertentu.
2. Mengurangi pendapatan dari penjualan sampai tingkat tertentu diusahakan adanya pengurangan *operating expenses* yang sebesar-besarnya, atau dengan kata lain mengurangi biaya usaha relatif lebih besar daripada

berkurangnya pendapatan dari penjualan. Meskipun jumlah penjualan selama periode tertentu berkurang, tetapi oleh karena disertai dengan berkurangnya *operating expenses* yang lebih sebanding maka akibatnya ialah *profit margin* akan semakin besar.

## **2.5. Nilai Perusahaan**

### **2.5.1. Pengertian Nilai Perusahaan**

Tujuan didirikannya perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Perusahaan harus melakukan segala aktivitasnya dengan efektif dan efisien agar mendapatkan laba yang maksimal dan tentunya diharapkan pula dapat memaksimalkan kemakmuran para investornya. Nilai perusahaan itu sendiri, khususnya bagi perusahaan yang sudah *go public* tercermin dari harga sahamnya. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi dan meningkatnya kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan dimasa mendatang.

Definisi nilai perusahaan menurut Sartono (2010: 487) adalah nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Adanya kelebihan nilai jual atas nilai likuidasi adalah nilai dari organisasi manajemen yang menjalankan perusahaan. Nilai perusahaan menurut Noerirawan (2012: 26) merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan sejak perusahaan didirikan sampai dengan saat ini. Meningkatnya nilai perusahaan merupakan suatu prestasi yang diinginkan oleh para investor karena dengan meningkatnya nilai perusahaan maka kesejahteraan para investornya juga akan meningkat.

Menurut Fama dalam Pakpahan (2010:214) nilai perusahaan dapat dilihat dari harga sahamnya. Harga saham terbentuk atas permintaan dan penawaran investor, sehingga harga saham tersebut dapat dijadikan proksi nilai perusahaan. Nilai perusahaan mencerminkan nilai dari harga sahamnya yang stabil dan mengalami kenaikan dalam jangka panjang. Harga saham tinggi membuat nilai

perusahaan juga tinggi. Harga saham dipasar modal terbentuk berdasarkan kesepakatan antara permintaan dan penawaran investor, sehingga harga saham merupakan *fair price* yang dapat dijadikan sebagai proksi nilai perusahaan.

Nilai yang diinginkan oleh para investor apabila nilai bersifat positif yang artinya memberikan keuntungan dan memudahkan pihak yang mendapatkannya untuk memenuhi kepentingan-kepentingan yang berkaitan dengan nilai tersebut. Sebaliknya, nilai yang tidak diinginkan oleh para investor apabila nilai bersifat negatif yang artinya memberikan kerugian serta menyulitkan pihak yang mendapatkannya untuk mempengaruhi kepentingan pihak tersebut sehingga nilai tersebut di jauhi oleh para investor (Tika, 2012: 40).

Kesimpulan dari beberapa definisi yaitu nilai perusahaan yang ditetapkan berdasarkan perbandingan hasil kinerja perusahaan yang terdapat dalam laporan keuangan dan nilai perusahaan dapat dilihat dari harga sahamnya. Memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan kemakmuran para investornya serta dapat meningkatkan kepercayaan pasar yang tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan dimasa mendatang.

### **2.5.2. Jenis-Jenis Nilai Perusahaan**

Terdapat beberapa konsep nilai untuk menjelaskan nilai perusahaan menurut Yulius dan Tarigan (2007: 3) yang dikutip oleh Sari (2015: 8), yaitu:

#### **1. Nilai Nominal**

Nilai Nominal adalah nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan dan juga ditulis jelas dalam surat saham kolektif.

## 2. Nilai Pasar

Nilai pasar sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.

## 3. Nilai Intrinsik

Nilai intrinsik merupakan konsep yang paling abstrak, karena mengacu kepada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekedar harga dari sekumpulan aset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di masa mendatang.

## 4. Nilai Buku

Nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi. Secara sederhana dihitung dengan membagi selisih antar total aset dan total utang dengan jumlah saham yang beredar.

## 5. Nilai Likuidasi

Nilai likuidasi adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai likuidasi dapat dihitung dengan cara yang sama dengan menghitung nilai buku, yaitu berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan dilikuidasi.

Nilai perusahaan mencerminkan seberapa baik atau buruknya perusahaan dalam mengatur kekayaannya, hal ini dapat dilihat dari pengukuran kinerja keuangan yang diperoleh. Meningkatnya nilai perusahaan ditandai dengan naiknya harga saham di pasar saham dalam jangka panjang dan harga saham yang stabil. Harga saham tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi.

### **2.5.3. Pengukuran Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan harga saham menggunakan rasio yang disebut dengan rasio penilaian. Rasio penilaian adalah

suatu rasio yang berhubungan dengan penilaian kinerja saham perusahaan yang telah diperdagangkan di pasar modal (*go public*) (Sudana, 2011: 23).

Rasio penilaian, dimana rasio ini memberikan ukuran kemampuan manajemen untuk menciptakan nilai pasar usahanya diatas biaya investasinya. Rasio ini merupakan ukuran kegiatan yang paling lengkap karena rasio ini mencerminkan rasio resiko (likuiditas dan solvabilitas) dan rasio pengembalian (aktifitas, profitabilitas dan pertumbuhan). Rasio penilaian ini sangat penting untuk manajemen karena berkaitan dengan tujuan manajemen untuk memaksimalkan nilai perusahaan dan kemakmuran investor.

Menurut Weston dan Copeland yang dikutip oleh Sari (2015: 9), rasio penilaian terdiri dari:

a. *Price Earning Ratio* (PER)

PER adalah fungsi dari perubahan kemampuan laba yang diharapkan di masa yang akan datang. Semakin besar PER, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Rasio ini mencerminkan apresiasi pasar terhadap kinerja perusahaan dalam menghilangkan keuntungan bagi pemilik perusahaan.

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga Pasar per Saham}}{\text{Laba per Saham}}$$

b. *Price to Book Value* (PBV)

PBV mencerminkan seberapa besar masyarakat menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Semakin tinggi rasio PBV, maka masyarakat mempercayai prospek perusahaan tersebut dimasa yang akan datang. PBV juga menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan dapat menghasilkan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan.

Suatu perusahaan yang berjalan dengan baik, pada umumnya rasio ini melebihi diatas satu, yang menunjukkan bahawa nilai saham pasar lebih besar dari nilai bukunya. Semakin besar rasio PBV maka semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para investor relative dibandingkan dengan dana yang telah diinvestasikan ke perusahaan.

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

c. Rasio Tobin's Q

Cara lain yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah dengan menggunakan metode Tobin's Q yang dikembangkan oleh James Tobin. Rasio Tobin's Q lebih baik apabila dibandingkan dengan rasio nilai pasar terhadap nilai buku karena rasio ini hanya berfokus pada beberapa nilai perusahaan saat ini secara relatif terhadap biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya saat ini. Menurut Smithers dan Wright (2008: 40) dalam Asmarani (2014), keunggulan rasio Tobin's Q adalah sebagai berikut:

- a. Tobin's Q menggambarkan aset perusahaan secara keseluruhan.
- b. Tobin's Q menggambarkan sentiment pasar, misalnya analisis dilihat dari prospek perusahaan atau spekulasi.
- c. Tobin's Q menggambarkan modal intelektual perusahaan
- d. Tobin's Q dapat menyelesaikan masalah dalam memperkirakan tingkat keuntungan.

Kelemahan Tobin's Q adalah Tobin's Q dapat menyesatkan dalam mengukur kekuatan pasar karena sulitnya dalam memperkirakan biaya atas penggantian harta, biaya yang dikeluarkan untuk iklan dan penelitian serta pengembangan menciptakan aset tidak berwujud (Margaretha, 2011: 27). Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham

perusahaan dengan nilai buku ekuitas, Tobin's Q dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{ME} + \text{DEBT}}{\text{Total Aktiva}}$$

Keterangan:

ME = Jumlah Saham Beredar x Harga Penutupan

DEBT = Total Hutang + Persediaan – Aktiva Lancar

## 2.6. Kerangka Pemikiran

Sugiyono (2014:93) menyatakan bahwa kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Penelitian ini dilakukan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh antara nilai persediaan, pertumbuhan penjualan dan *net profit margin* terhadap nilai perusahaan.

### 2.6.1. Pengaruh Nilai Persediaan Terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan yang bisa mengatur persediaan dengan baik, maka kegiatan produksi perusahaan dapat berjalan dengan lancar, kegiatan produksi yang lancar dapat memberikan dampak yang positif pada laba yang diperoleh perusahaan. Berbagai metode arus biaya persediaan telah dicoba untuk mengatur persediaan dengan maksud untuk menyeimbangkan antara biaya yang akan muncul karena mempunyai persediaan dan kerugian yang mungkin akan terjadi jika persediaan kosong. Sudaryono dan Hilda (2007) dalam Sumiyati (2015: 5) mengungkapkan bahwa keberhasilan perusahaan dalam menentukan ukuran investasi atau alokasi modal dalam persediaan akan memberikan pengaruh terhadap keuntungan perusahaan yang akan direspon oleh para investor. Respon investor biasanya berupa keinginan investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut, sehingga akan menaikkan harga saham perusahaan (Situmorang, 2011: 19). Kenaikan harga saham perusahaan mencerminkan kenaikan nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat diajukan hipotesis yaitu:

H<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh antara nilai persediaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan & minuman di Bursa Efek Indonesia.

### **2.6.2. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan**

Pertumbuhan penjualan merupakan peningkatan total penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu. Meningkatnya tingkat penjualan perusahaan nantinya akan memberikan dampak positif pada keuntungan yang diperoleh perusahaan. Kenaikan jumlah penjualan dan kenaikan keuntungan perusahaan akan terlihat dalam informasi keuangan yang terdapat dalam laporan keuangan. Informasi keuangan akan direspon positif oleh investor, jika informasi tersebut memiliki kemampuan untuk memprediksi kemungkinan arus kas dimasa depan dan *return* bagi investor (Wiyati, 2016: 33).

Bagi perusahaan dengan tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi selalu diikuti dengan peningkatan dana yang digunakan untuk pembiayaan ekspansi (Ambarsari, 2017: 5). Pertumbuhan penjualan dicerminkan dengan pencapaian tingkat penjualan yang dihasilkan perusahaan, pertumbuhan perusahaan dapat dikatakan sebagai pertumbuhan penjualan (*Growth of sales*) yaitu kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu (Susanti dan Agustin, 2015: 7). Perusahaan yang tumbuh dengan pesat lebih banyak menggunakan hutang untuk membiayai kegiatan usahanya. menurut *agency theory* semakin tinggi pertumbuhan penjualan, maka dana yang dihasilkan perusahaan akan semakin besar sehingga akan meminimalkan resiko perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang relatif stabil dapat lebih mudah untuk mendapatkan lebih banyak pinjaman dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi daripada perusahaan yang memiliki tingkat penjualan yang tidak stabil (Brigham dan Houston dalam Susanti, 2015: 6).

Berdasarkan uraian di atas maka dapat diajukan hipotesis yaitu:

H<sub>2</sub> : Terdapat pengaruh antara pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan & minuman di Bursa Efek Indonesia.

### **2.6.3. Pengaruh *Net Profit Margin* Terhadap Nilai Perusahaan**

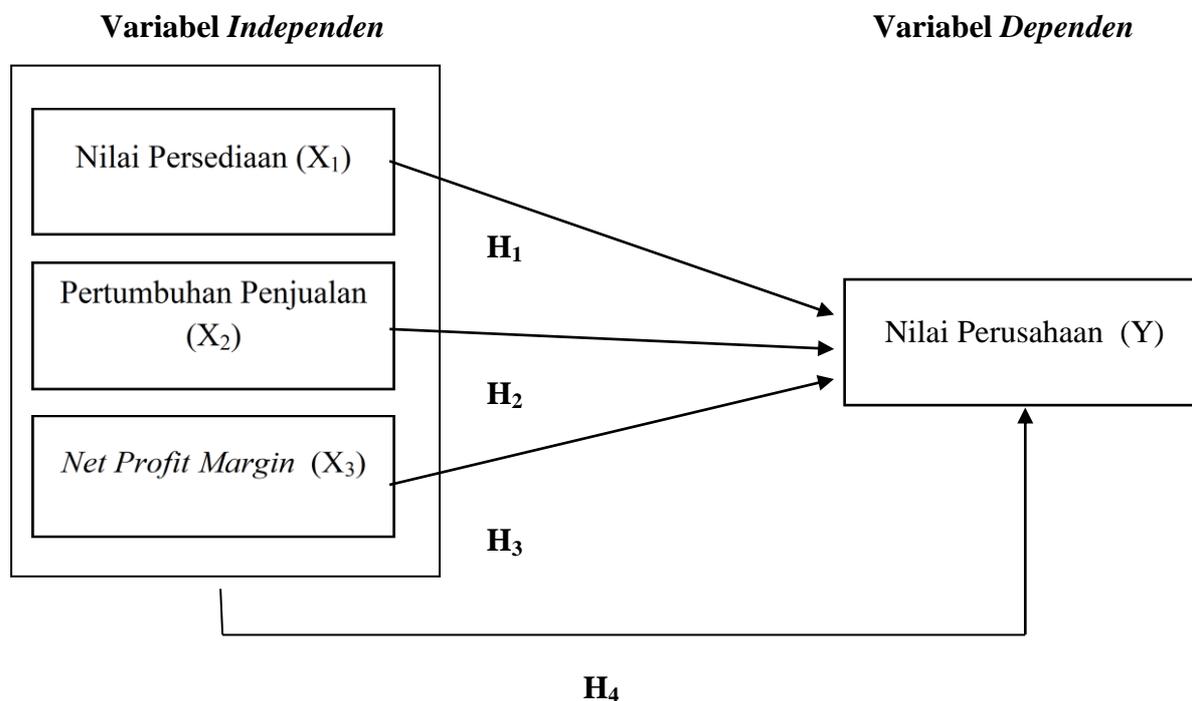
*Profit margin* berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena *profit margin* mengindikasikan kemampuan suatu badan usaha untuk menghasilkan laba pada tingkat penjualan tertentu dan juga menilai kemampuan manajemen perusahaan untuk mengontrol berbagai pengeluaran yang langsung digunakan dalam menghasilkan penjualan yaitu pengeluaran untuk pembelian bahan baku, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik (Sumiyati, 2015: 5). Investor lebih menyukai perusahaan yang melaporkan laba yang lebih besar (dengan asumsi besaran perusahaan sama dan berada dalam satu industri) dalam mengambil keputusan investasi.

Laba perusahaan merupakan indikator kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban investor dan sebagai elemen dalam menciptakan nilai perusahaan yang dapat memprediksi prospek perusahaan dimasa yang akan datang (Riana, 2017: 23). Baik kreditur maupun investor akan selalu memantau rasio laba perusahaan sebelum mengambil keputusan. Perusahaan yang memiliki tingkat *profit margin* yang tinggi akan diminati sahamnya oleh investor sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan (Mardiyanti, 2012: 2).

Berdasarkan uraian di atas maka dapat diajukan hipotesis yaitu:

H<sub>3</sub> : Terdapat pengaruh antara *net profit margin* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan & minuman di Bursa Efek Indonesia.

**Gambar 2.1**  
**Bagan Kerangka Pemikiran**



Berdasarkan gambar 2.1 maka hipotesa yang ingin dibuktikan melalui penelitian ini diformulasikan sebagai berikut:

- $H_1$  : Nilai persediaan ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan & minuman di Bursa Efek Indonesia.
- $H_2$ : Pertumbuhan penjualan ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan & minuman di Bursa Efek Indonesia.
- $H_3$  : *Net profit margin* ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan & minuman di Bursa Efek Indonesia.
- $H_4$  : Nilai persediaan ( $X_1$ ), pertumbuhan penjualan ( $X_2$ ) dan *net profit margin* ( $X_3$ ) secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan & minuman di Bursa Efek Indonesia.