

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Profitabilitas

Nugroho (2011) mengemukakan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan profit (laba) pada periode tertentu. Salah satu untuk mengukur kinerja perusahaan yaitu dengan melihat laba perusahaan tersebut, apabila perusahaan memiliki laba yang tinggi maka dapat dikatakan perusahaan tersebut juga memiliki kinerja yang baik begitu sebaliknya. Profitabilitas juga dapat diinterpretasikan sebagai indikator kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang dimiliki oleh perusahaan tersebut, selain itu laba perusahaan menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang yang merupakan elemen dalam menciptakan nilai perusahaan. Rasio profitabilitas dapat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan pada modal saham tertentu dan tingkat penjualan aktiva. Selain itu profitabilitas dimaksudkan untuk mengukur efektifitas pengelolaan perusahaan, efisiensi penggunaan aktiva perusahaan, keputusan-keputusan dan hasil akhir dari sejumlah kebijaksanaan. (Husnan dan Pudjiastuti, 2004, Weston dan Brigham, 1998, Riyanto, 2013). Selain itu efisiensi juga memiliki keterkaitan dengan penjualan yang telah berhasil dicapai.

Ada beberapa rasio yang sering dipakai oleh berbagai lembaga keuangan maupun instansi terkait dalam menghitung tingkat profitabilitas perusahaan. Menurut Mamduh (2009) rasio-rasio tersebut adalah :

$$1) \text{ Gross Profit Margin} = \frac{\text{Pendapatan} - \text{Biaya Operasional}}{\text{Pendapatan}}$$

$$2) \text{ Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Pendapatan}}$$

$$3) \text{ Return on Equity} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal Saham}}$$

$$4) \text{ Return on Assets} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Dalam penelitian ini penulis menggunakan *return on assets* (ROA) untuk mengukur profitabilitas perusahaan. Alasan menggunakan *return on assets* (ROA) karena dapat menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba berdasarkan tingkat asset tertentu dan *return on asset* (ROA) yang tinggi menunjukkan efisiensi manajemen asset, yang berarti efisiensi manajemen (Mamduh, 2009).

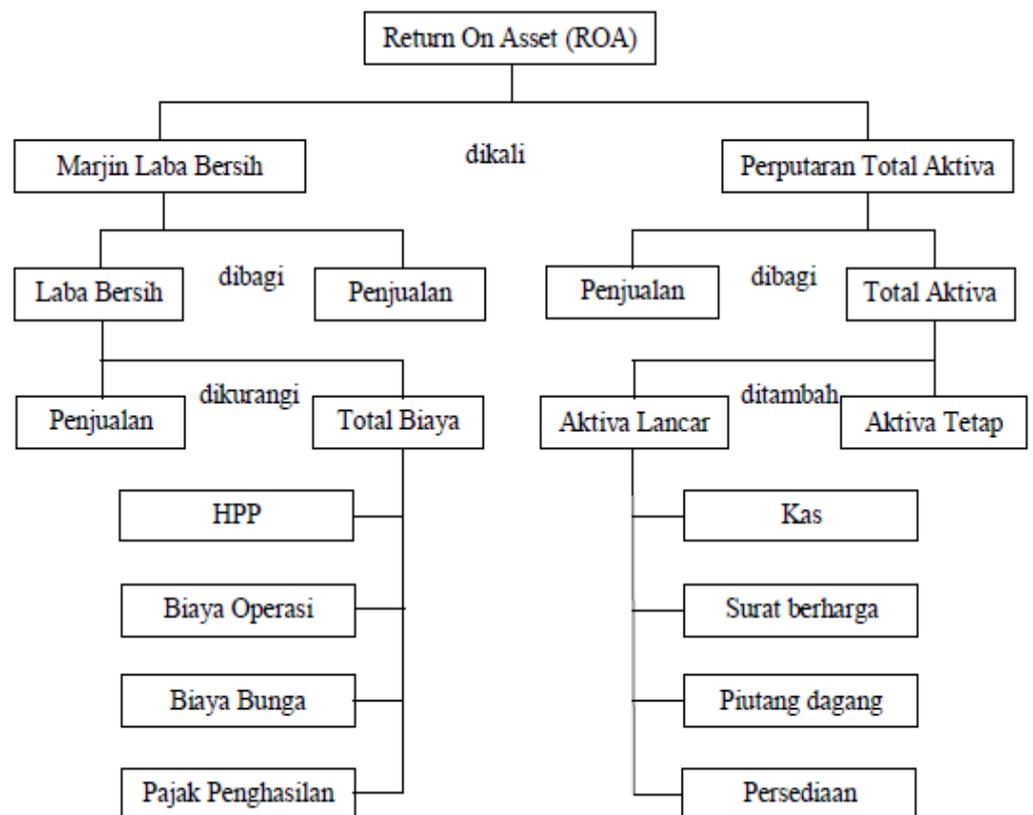
2. Pendekatan *Du Pont*

Du Pont System merupakan salah satu teori yang mengkaji tentang hubungan penjualan, total aset dan biaya yang digunakan oleh perusahaan. Menurut *Du Pont*, perubahan biaya, penjualan dan laba bersih serta total aset akan dapat mempengaruhi perubahan laba perusahaan. Namun karena adanya perbedaan dalam perkembangan biaya, maka perubahan penjualan belum tentu proporsional dengan perubahan laba. Selain itu perubahan perputaran aktiva juga dapat mempengaruhi perubahan laba, apabila semakin cepat perkembangan aktivitya maka hal tersebut berarti

perusahaan tersebut semakin efektif akibat adanya peningkatan laba yang diperoleh perusahaan.

Pada tahun 1919 perusahaan *Du Pont* dalam mengevaluasi efektivitas perusahaannya mulai menggunakan pendekatan tertentu terhadap analisa rasio. Satu variasi dari pendekatan *Du Pont* ini mempunyai hubungan khusus dalam pemahaman pengembalian investasi atau *Return On Investment (ROI)* yaitu melalui perkalian antara *Turnover of Operating Assets* dengan *profit margin*, sehingga dapat diketahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atas total aset. (Horne dan Wachowicz, 2009).

Gambar 2.1 Skema Analisis Du Pont



Sumber : Hanafi (2014)

Berdasarkan gambar 2.1, maka diperoleh elemen-elemen penyusun dari analisis *Du Pont* yaitu dapat dilihat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi profitabilitas (ROA) sebagai berikut :

1. Marjin laba bersih
2. Perputaran total aktiva
3. Laba bersih
4. Penjualan
5. Total aktiva
6. Aktiva tetap
7. Aktiva lancar
8. Total biaya

Menurut Weston (1997) dengan melalui pendekatan *Du Pont System* efisiensi perusahaan dalam menggunakan modal dapat diukur dalam tingkat ROA yaitu melalui penggabungan berbagai macam analisis. Berdasarkan analisis tersebut dapat mencakup semua rasio aktivitas dan margin keuntungan yang digunakan untuk menunjukkan bagaimana rasio-rasio ini saling mempengaruhi dalam meningkatkan profitabilitas. *Du Pont System* menyatakan bahwa profitabilitas ditentukan oleh :

$$\text{ROI} = \text{Margin Laba Bersih} \times \text{Perputaran Total Aktiva}$$

Margin laba bersih tidak memperhitungkan penggunaan aktiva, sementara rasio perputaran total aktiva tidak memperhitungkan profitabilitas dalam penjualan. Dengan begitu maka baik rasio perputaran

aktiva ataupun margin laba bersih tidak dapat memberikan pengukuran yang memadai atas efektifitas perusahaan. Rasio pengembalian atas investasi atau daya untuk dapat mendapatkan keuntungan perusahaan akan terjadi apabila margin laba bersih atau perputaran aktivasnya mengalami peningkatan, maupun terjadi peningkatan keduanya.

Sesuai dengan penelitian ini, maka dilakukan pengembangan terhadap profitabilitas yang terdapat pada teori diatas sebagai berikut ;

$$\text{ROA} = \text{Margin laba bersih} \times \text{Perputaran total aktiva}$$

Berdasarkan rumus tersebut, didapatkan rumus turunan sebagai berikut :

$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih total setelah pajak/aktiva}}$	$\text{Margin laba bersih} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak/} \times \text{Penjualan bersih}}$	$\text{Perputaran aktiva} = \frac{\text{total Penjualan bersih/Total aktiva}}$
---	---	--

Return on Assets merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur profitabilitas yang juga sering digunakan oleh para manajer keuangan untuk mengetahui efektifitas keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan perusahaan dengan aset yang tersedia (Horne dan Wachowicz, 2009). Sesuai dengan hal ini, maka faktor-faktor yang dapat mempengaruhi profitabilitas adalah total aset, penjualan bersih dan laba bersih setelah pajak. Persamaan *Du Pont* dalam membagi rasio pengembalian atas investasi dibagi menjadi 3 komponen yang mengevaluasi manajemen biaya, manajemen aset dan

manajemen hutang. Untuk dapat memaksimalkan nilai dari bisnis maka tiga area ini harus diatur dengan baik. (Di Pietre, *et al*, 1997).

3. *Inventory Turnover*

Persediaan merupakan sejumlah barang atau bahan yang disediakan oleh perusahaan, baik berupa bahan mentah, barang jadi ataupun barang dalam proses yang akan disediakan guna menjaga kelancaran kegiatan operasional perusahaan yang bertujuan untuk memenuhi permintaan konsumen. Manajemen persediaan bertujuan untuk mengelola maupun mengatur perputaran persediaan seefektif mungkin tanpa menimbulkan adanya resiko kekurangan persediaan yang memiliki kemungkinan akan berpengaruh pada hilangnya penjualan (Gitman, 2012). Ketika akan menentukan persediaannya maka perusahaan harus memperkirakan penjualannya terlebih dahulu agar dapat mengoptimalkan tingkat persediaan. Hal tersebut bertujuan untuk menghindari kesalahan sebelum menentukan persediaan yang kemungkinan akan menyebabkan adanya penambahan beban biaya untuk penyimpanan atau bahkan kehilangan penjualan. Persediaan merupakan aktiva lancar yang mempunyai kuantitas yang cukup besar untuk perusahaan. Perputaran persediaan merupakan waktu yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk menahan persediaan barang digudang dalam suatu periode tertentu. Apabila semakin lama perusahaan dalam menahan persediaan barangnya, maka hal tersebut akan menurunkan kas yang dihasilkan dari penjualan persediaan tersebut, sehingga akan berdampak pada menurunnya kegiatan operasional

perusahaan serta pengurangan dana untuk modal kerja. Kemudian hal tersebut akan dapat menurunkan volume penjualan yang juga akan berpengaruh pada menurunnya laba pada perusahaan. Dengan begitu maka dapat disimpulkan bahwa semakin cepat *inventory turnover*, maka akan semakin tinggi juga laba yang dihasilkan oleh perusahaan.

4. Growth

Salah satu sumber pendapatan perusahaan yaitu dapat dilihat pada tingkat penjualan. Setiap perusahaan selalu menginginkan pertumbuhan penjualannya meningkat dari tahun ke tahun atau tetap stabil. Apabila pertumbuhan penjualan perusahaan meningkat ataupun tetap stabil serta biaya-biaya dapat dikendalikan, maka perusahaan akan dapat meningkatkan labanya. Selanjutnya apabila laba perusahaan dapat meningkat, maka para investor juga akan memperoleh tingkat keuntungan yang tinggi.

Menurut Lundholm dan Sloan (2007) mengemukakan bahwa :

“The analysis of growth is relatively straightforward. Growth rates are commonly reported for a variety of performance metrics, including sales, earnings, and cash flows. But growth in sales is the key long-term driver of growth in all other metrics”.

Sesuai dengan pernyataan Lundholm dan Sloan, diketahui bahwa tingkat pertumbuhan penjualan pada umumnya digunakan untuk berbagai aspek kinerja, yaitu termasuk laba, penjualan serta arus kas, selain itu pertumbuhan penjualan merupakan pengemudi jangka panjang utama didalam semua aspek. Di dalam pertumbuhan penjualan mencakup

perkembangan harga jual produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan dan pertumbuhan volume. Pertumbuhan penjualan adalah suatu pengukuran untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam meningkatkan pertumbuhan penjualan dari tahun ke tahun. Higgins (2003) mengemukakan bahwa :

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

Menurut pernyataan Higgins, yang menjelaskan bahwa pertumbuhan volume dan peningkatan harga khususnya dalam hal penjualan merupakan faktor yang menentukan tingkat pertumbuhan penjualan, hal tersebut dikarenakan penjualan merupakan suatu aktivitas yang pada umumnya dilakukan oleh perusahaan ketika akan mencapai tujuan yang diinginkan yaitu mendapatkan laba yang diharapkan oleh perusahaan.

Menurut Kasmir (2010) mengemukakan bahwa rasio pertumbuhan bertujuan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan juga pada sektor usahanya. Rasio ini menganalisis tentang pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pendapatan per saham, pertumbuhan dividen per saham, dan pertumbuhan laba bersih.

Berdasarkan dari beberapa pernyataan tersebut, pertumbuhan pendapatan atas penjualan merupakan indikator yang sangat penting dari

barang dan jasa perusahaan tersebut, karena ketika pendapatan yang dihasilkan dari penjualan baik itu barang maupun jasa akan digunakan alat ukur tingkat pertumbuhan penjualan. Selain itu perusahaan juga harus menentukan tingkat pertumbuhan penjualan yang konsisten dengan realita perusahaan dan pasar keuangan dan mengimplementasikannya dalam bentuk rencana keuangan. Pertumbuhan penjualan mencerminkan manifestasi keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai produksi pertumbuhan masa yang akan datang. Perhitungan tingkat pertumbuhan penjualan adalah dengan membandingkan antara penjualan akhir periode dengan penjualan yang dijadikan tahun dasar (penjualan akhir periode sebelumnya). Apabila persentase perbandingannya semakin besar, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan semakin baik atau lebih baik dari periode sebelumnya.

5. Size

Ukuran perusahaan merupakan penetapan besar kecilnya suatu perusahaan. Semakin tinggi total aset yang menunjukkan aset atau kekayaan yang dimiliki perusahaan menggambarkan bahwa perusahaan tersebut tergolong perusahaan besar. Begitu sebaliknya, jika semakin rendah *total asset* mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut tergolong perusahaan kecil. Semakin besar *total asset* menunjukkan bahwa semakin besar pula kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat membuat para investor akan semakin tertarik dalam berinvestasi ke perusahaan tersebut.

Ukuran perusahaan diukur menggunakan Ln total asset. Menurut Suryaputri dan Astuti (2003), bahwa ukuran perusahaan diproksikan dengan *total aktiva* perusahaan setiap tahun. Ukuran perusahaan yang diukur dengan asset perusahaan menunjukkan seberapa besar harta yang dimiliki perusahaan. Perusahaan dengan asset yang besar maka akan menggunakan sumber daya yang ada semaksimal mungkin untuk menghasilkan keuntungan usaha yang maksimal dan perusahaan dengan asset yang kecil tentunya juga menghasilkan keuntungan sesuai dengan asset yang dimilikinya yang relatif kecil.

6. *Leverage*

Leverage merupakan penggunaan aktiva atau dana dimana untuk penggunaan tersebut harus menutup atau membayar beban tetap. *Leverage* tersebut menunjukkan proporsi atas penggunaan utang untuk membiayai investasinya. Menurut Agus Sartono (2010) mengemukakan bahwa *leverage* adalah penggunaan assets dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham. Menurut Sjahrian (2009) mendefinisikan *leverage* adalah penggunaan aktiva dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) berarti dari sumber dana yang berasal dari pinjaman karena memiliki bunga sebagai beban tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham.

Berdasarkan beberapa definisi di atas maka dapat diketahui bahwa *leverage* adalah penggunaan *asset* dan sumber dana yang memiliki biaya atau beban tetap yang berasal dari pinjaman dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham sehingga dapat menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap utang maupun *asset*. Dalam penelitian ini penulis menggunakan *debt to assets ratio* untuk menilai tingkat leverage perusahaan. Alasan digunakannya *debt to assets ratio* ini karena dapat mengukur seberapa besar total aktiva yang dimiliki perusahaan dibiayai dengan hutang Agus Sartono (2010).

B. Hubungan Antar Variabel Dan Perumusan Hipotesis

1. Pengaruh *Inventory Turnover* Terhadap Profitabilitas

Informasi mengenai tingkat perputaran persediaan dapat digunakan sebagai dasar untuk menentukan apakah suatu persediaan lambat dalam proses penjualan atau pemakaiannya dalam kegiatan perusahaan. *Inventory turnover* menunjukkan berapa kali perputaran persediaan selama satu tahun. Semakin lambat perusahaan menahan persediaan barangnya, maka akan menurunkan kas yang dihasilkan dari penjualan persediaan tersebut, dimana hal ini akan berdampak pada pengurangan dana untuk modal kerja, dan menurunkan kegiatan operasional perusahaan. Selanjutnya hal ini akan berdampak pada turunnya volume penjualan perusahaan yang akan menurunkan laba perusahaan.

Adanya investasi dalam *inventory* yang terlalu besar dibandingkan dengan kebutuhan akan memperbesar beban bagi perusahaan yaitu

memperbesar biaya penyimpanan dan pemeliharaan digudang, memperbesar kemungkinan kerugian karena kerusakan, turunnya kualitas, keusangan, sehingga akan memperkecil keuntungan perusahaan. Semakin lama periode rata-rata persediaan barang yang belum terjual menunjukkan semakin lama barang bisa terjual dan akan menyebabkan biaya persediaan yang tinggi sehingga akan menurunkan profitabilitas perusahaan.

Munawir (2004) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat perputaran persediaan akan memperkecil resiko terhadap kerugian yang disebabkan karena penurunan harga atau karena perubahan selera konsumen, disamping itu akan menghemat ongkos penyimpanan dan pemeliharaan terhadap persediaan tersebut.

Jika semakin singkat periode perputaran persediaan maka semakin tinggi profitabilitas perusahaan tanpa menimbulkan resiko kekurangan persediaan yang akan berpengaruh pada hilangnya penjualan, hal ini disebabkan karena perusahaan dapat menyediakan produk tetap stabil di pasar sehingga konsumen dapat menikmati produknya tanpa adanya hambatan. Tingkat penjualan yang tinggi akan membuat volume persediaan ikut meningkat seiring dengan tingginya tingkat penjualan perusahaan, hal ini dapat membuat perusahaan akan mendapatkan laba yang tinggi pula.

Tingkat persediaan yang optimal tergantung pada penjualan, jadi penjualan harus diperkirakan sebelum menentukan persediaan.

Kesalahan dalam menentukan persediaan akan menyebabkan kehilangan penjualan atau menambah beban biaya untuk penyimpanan. Raharjaputra (2009) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat perputaran persediaan, kemungkinan semakin besar perusahaan akan memperoleh keuntungan, begitu pula sebaliknya, jika tingkat perputaran persediaannya rendah maka kemungkinan semakin kecil perusahaan akan memperoleh keuntungan.

Hal ini sesuai dengan *du pont system* yang mengkaji tentang hubungan penjualan, biaya, dan total aktiva yang digunakan oleh perusahaan, menurut *du pont system* perubahan laba juga dipengaruhi perubahan perputaran persediaan yaitu dengan cara mengurangi atau mempersingkat periode konversi persediaan dengan memproses dan menjual barang secara lebih cepat, semakin cepat perputaran persediaan berarti semakin efektif perusahaan dalam meningkatkan laba yang diperoleh, karena jika semakin kecil tingkat perputaran persediaan barangnya, maka akan meningkatkan kas yang dihasilkan dari penjualan persediaan tersebut, kemudian hal ini akan berdampak pada meningkatnya kegiatan operasional perusahaan dan volume penjualan perusahaan sehingga perusahaan dapat mengoptimalkan profitabilitas perusahaan.

H₁ : *Inventory Turnover* berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas.

2. Pengaruh *Growth* Terhadap Profitabilitas

Penjualan perusahaan dari waktu ke waktu tentu mengalami perubahan. Perusahaan manufaktur tidak akan berjalan tanpa adanya sistem penjualan yang baik, karena penjualan merupakan ujung tombak dari sebuah perusahaan. Ramalan penjualan yang tepat sangatlah diperlukan untuk proses produksi. Dengan menggunakan rasio pertumbuhan penjualan, perusahaan dapat mengetahui trend penjualan produknya dari tahun ke tahun.

Pertumbuhan penjualan merupakan kenaikan penjualan perusahaan dari waktu ke waktu. Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Menurut skema *Du Pont system*, pertumbuhan penjualan akan meningkatkan profitabilitas perusahaan karena dengan adanya pertumbuhan penjualan akan meningkatkan perputaran aktiva, hal tersebut dikarenakan perputaran aktiva menunjukkan bagaimana efektivitas perusahaan menggunakan keseluruhan aktiva untuk menciptakan penjualan dan mendapatkan laba, jadi dapat disimpulkan bahwa jika semakin cepat tingkat perputaran aktiva maka laba yang dihasilkan akan meningkat, karena perusahaan dapat memanfaatkan aktiva tersebut untuk meningkatkan penjualan yang berpengaruh terhadap pendapatan, sedangkan kenaikan pendapatan dapat meningkatkan laba perusahaan.

Sebagaimana pernyataan Brigham dan Houston yang telah dialihbahasakan oleh Ali Akbar Yulianto (2010) menyatakan bahwa

penjualan harus dapat menutupi biaya sehingga dapat meningkatkan keuntungan.

Pendapat Van Horne dan Wachowicz yang telah dialihbahasakan oleh Dewi Fitriyani dan Deny Arnos Kwary (2009) mengenai pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas adalah “Bila penjualan ditingkatkan, maka aktiva pun harus ditambah sedangkan di sisi lain, jika perusahaan tahu dengan pasti permintaan penjualannya di masa mendatang, hasil dari tagihan piutangnya, serta jadwal produknya, perusahaan akan dapat mengatur jadwal jatuh tempo utangnya agar sesuai dengan arus kas bersih di masa mendatang. Akibatnya, laba akan dapat dimaksimalkan”.

Menurut Pagano dan Schlvardi (dikutip oleh Verati Hansen dan Juniarti, 2014), pertumbuhan penjualan ditandai dengan peningkatan *market share* yang akan berdampak pada peningkatan penjualan dan profitabilitas perusahaan akan meningkat. Pertumbuhan penjualan akan memberikan sinyal kepada perusahaan untuk menambah aktivanya. Penambahan aktiva mungkin akan meningkatkan biaya, namun penambahan aktiva tersebut akan meningkatkan profitabilitas perusahaan yang berasal dari piutang yang dimiliki perusahaan.

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan dapat meningkatkan keuntungan perusahaan. Selain itu, jika perusahaan dapat mengestimasi tingkat permintaan penjualan di masa

mendatang dan mengalokasikan pembayaran utangnya, maka perusahaan akan mendapatkan laba yang maksimal.

Dari uraian tersebut, dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H₂ : *Growth* berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.

3. Pengaruh *Size* Terhadap Profitabilitas

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan. Besar kecilnya usaha tersebut ditinjau dari lapangan usaha yang dijalankan. Seftianne (2011) mengemukakan bahwa penentuan skala besar kecilnya perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total asset, total penjualan, rata-rata tingkat penjualan. Rajan dan Zingales (2001) dalam Hadri kusuma (2005) menyebutkan bahwa menurut teori *critical*, semakin besar skala perusahaan maka profitabilitas juga akan meningkat, tetapi pada titik atau jumlah tertentu ukuran perusahaan akhirnya akan menurunkan laba (*profit*) perusahaan. Beaver, Kettler dan Scholes (1970) menyatakan bahwa semakin besar nilai yang dihasilkan suatu perusahaan, yang tercermin dari nilai aset yang dimilikinya, maka akan mempengaruhi prospek perusahaan di masa depan. Perusahaan yang mempunyai prospek baik dalam jangka waktu yang lama akan menyebabkan saham perusahaan menarik bagi investor. Ukuran perusahaan juga dapat dijadikan sebagai *proxy* atas tingkat ketidakpastian saham, perusahaan dengan skala besar cenderung dikenal oleh masyarakat sehingga informasi mengenai prospek perusahaan berskala besar relatif lebih mudah diperoleh investor daripada

perusahaan dengan skala kecil. Tingkat ketidakpastian yang akan dihadapi oleh calon investor mengenai masa depan perusahaan akan dapat diperkecil dengan semakin banyaknya informasi yang diperoleh. Selain itu Short dan Keasey (1999) menyatakan bahwa perusahaan berukuran skala besar akan semakin mampu mencapai skala ekonomisnya yang akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan.

Dari pernyataan diatas, sesuai dengan teori *critical* yang menekankan pada pengendalian oleh pemilik perusahaan terhadap sumber daya perusahaan seperti aset, teknologi, kekayaan intelektual sebagai faktor-faktor yang menentukan ukuran 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.

Hal ini sesuai dengan *du pont system* yang mengkaji tentang hubungan penjualan, biaya, dan total aktiva yang digunakan oleh perusahaan. Menurut *du pont system*, perputaran total aktiva merupakan hasil dari penjualan dibagi dengan total aktiva, apabila perusahaan memiliki total aktiva yang besar dan diikuti dengan tingkat penjualan yang tinggi maka akan semakin kecil tingkat perputaran aktiva yang dihasilkan, sedangkan semakin cepat tingkat perputaran aktivanya maka perusahaan

dapat memanfaatkan aktiva tersebut untuk meningkatkan penjualan, sehingga hal tersebut berpengaruh pada meningkatnya laba perusahaan (ROA). Selanjutnya besar kecilnya suatu ukuran perusahaan dapat ditentukan dengan beberapa hal antara lain yaitu total penjualan, total aktiva, rata-rata tingkat penjualan dan rata-rata total aktiva. Sehubungan dengan total aktiva, apabila perusahaan memiliki total aset yang besar maka dapat menunjukkan bahwa perusahaan telah mencapai tahap kedewasaan (*maturity*) atau *well established*. Oleh karena itu perusahaan yang mempunyai total aktiva yang relatif besar maka akan dapat beroperasi dengan tingkat efisiensi yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang total aktivanya rendah, jadi dapat disimpulkan bahwa perusahaan dengan total aktiva yang besar akan lebih mampu untuk menghasilkan tingkat keuntungan yang lebih tinggi. Apabila total penjualan dalam perusahaan besar maka akan berdampak pada meningkatnya profitabilitas perusahaan karena perusahaan besar lebih mudah untuk memproduksi dan menghasilkan produk dengan biaya yang rendah.

Dari uraian tersebut, maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut :

H₃ : *Size* berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.

4. Pengaruh *Leverage* Terhadap Profitabilitas

Leverage adalah penggunaan assets dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) dengan maksud agar

meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham. Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa leverage adalah penggunaan *asset* dan sumber dana yang memiliki biaya atau beban tetap yang berasal dari pinjaman dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham. Atau, *leverage* merupakan jumlah utang yang digunakan untuk membiayai/membeli aset-aset perusahaan.

Pengaruh leverage terhadap profitabilitas menurut Van Horne dan Wachowicz (2009) adalah “*The higher the debt-to-total-assets ratio, the greater the financial risk; the lower this ratio, the lower the financial risk*”.

Menurut Van Horne dan Wachowicz dapat diketahui bahwa semakin tinggi *debt-to-total-assets* rasio, semakin besar resiko keuangan. Semakin rendah rasio ini, semakin rendah resiko keuangan. Resiko keuangan ini dapat menunjukkan bahwa semakin besar biaya yang harus ditanggung perusahaan untuk memenuhi kewajiban yang dimilikinya. Hal ini dapat menurunkan profitabilitas yang dimiliki oleh perusahaan.

Halim (2005) mengemukakan pengaruh *leverage* terhadap profitabilitas yaitu *debt-to-total-asset* rasio merupakan rasio yang menggambarkan tingkat sumber dana utang dalam struktur 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.

Dari pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa 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.

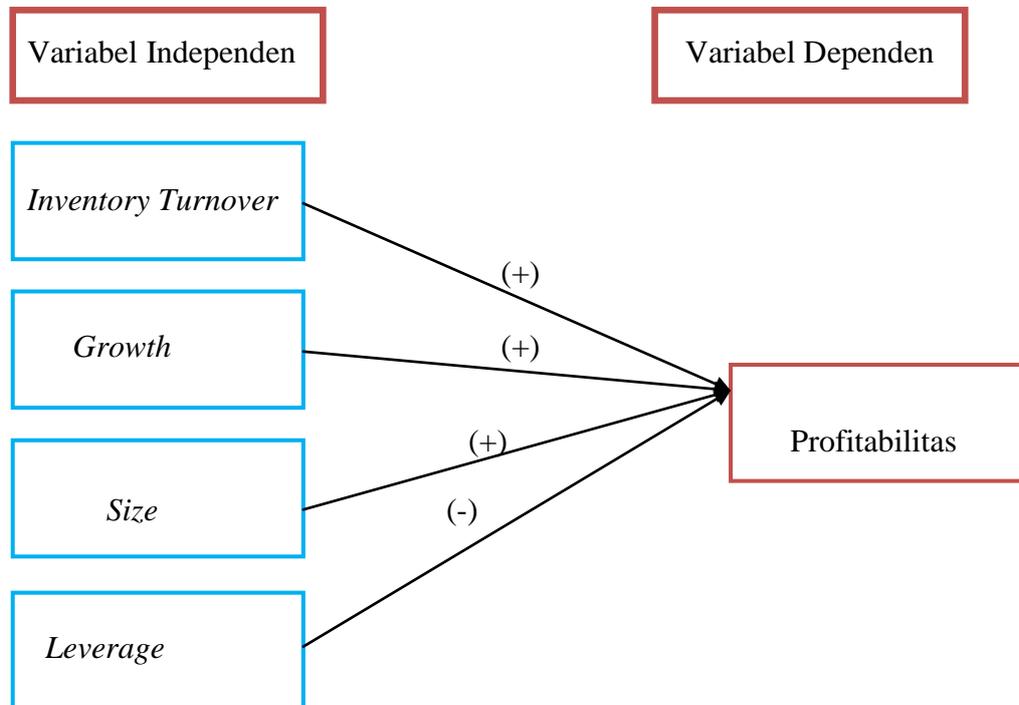
Sesuai dengan *du pont system* yang mendefinisikan tentang hubungan penjualan, total biaya, dan total aktiva yang digunakan oleh perusahaan dan berdasarkan skema *du pont* terdapat laba bersih yang merupakan hasil dari pengurangan antara penjualan dengan total biaya yang terdiri dari harga pokok penjualan, biaya operasi, biaya bunga, dan pajak penghasilan. Sehubungan dengan biaya bunga yang berasal dari penggunaan hutang oleh perusahaan, dimana jika perusahaan menggunakan hutang yang relatif tinggi maka profitabilitas perusahaan akan menurun, hal tersebut disebabkan karena jika semakin tinggi penggunaan hutang maka akan semakin besar beban yang harus dibayar dari penggunaan hutang tersebut (bunga).

Dari uraian tersebut, dapat ditarik hipotesis sebagai berikut :

H₄ : Leverage berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.

C. Model Penelitian

Peneliti melakukan penelitian fundamental, causal, data kuantitatif dan melakukan penelitian replikasi ekstensi pada penelitian terdahulu :



Gambar 2.2 Kerangka Pikir

Dari penjelasan tersebut, penulis menduga bahwa variabel *inventory turnover* memiliki hubungan yang positif dengan profitabilitas (ROA) yang berarti jika semakin singkat periode perputaran persediaan maka semakin tinggi profitabilitas perusahaan, hal ini disebabkan karena perusahaan dapat menyediakan produk tetap stabil di pasar sehingga konsumen dapat menikmati produknya tanpa adanya hambatan. *Growth* memiliki hubungan yang positif dengan profitabilitas, hal ini disebabkan pertumbuhan penjualan akan meningkatkan profitabilitas perusahaan karena dengan adanya pertumbuhan penjualan akan meningkatkan perputaran aktiva yang nantinya akan meningkatkan profitabilitas

perusahaan juga. *Size* juga memiliki hubungan positif terhadap profitabilitas (ROA) karena ketika perusahaan dapat melakukan investasi baik untuk aktiva lancar maupun aktiva tetap dan juga memenuhi permintaan produk, maka penjualan akan meningkat dan dapat menutup biaya yang keluar saat produksi sehingga laba ikut meningkat. *Leverage* memiliki hubungan negatif dengan profitabilitas (ROA) yang berarti perusahaan yang mendanai assetnya dengan hutang (*leverage*) profitabilitasnya akan menurun karena perusahaan harus memenuhi beban yang harus dibayar dari penggunaan hutang tersebut (bunga).