

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Agency Theory

Teori Keagenan (*Agency Theory*) Teori keagenan mendeskripsikan hubungan antara pemegang saham (*shareholders*) sebagai principal dan manajemen sebagai agen. Manajemen merupakan pihak yang dikontrak oleh pemegang saham untuk bekerja demi kepentingan pemegang saham. Karena mereka dipilih, maka pihak manajemen harus mempertanggungjawabkan semua pekerjaannya kepada pemegang saham, (Michael C. Jensen dan William H.,1976).

Para pemegang saham berharap agen akan bertindak atas kepentingan mereka sehingga mereka mendelegasikan wewenang kepada agen. Untuk dapat melakukan fungsinya dengan baik, manajemen harus diberikan insentif dan pengawasan yang memadai. Pengawasan dapat dilakukan melalui cara-cara seperti pengikatan agen, pemeriksaan laporan keuangan dan pembatasan terhadap keputusan yang bisa diambil manajemen. Kegiatan pengawasan tentu saja membutuhkan biaya agensi.

Biaya agensi didefinisikan sebagai biaya yang ditanggung oleh pemegang saham untuk mendorong manajer dalam memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham daripada berperilaku mementingkan diri sendiri. Gagasan biaya agen mungkin dihubungkan dengan Jurnal pada makalah yang berjudul *Journal of Finance* pada tahun 1976 oleh Michael Jensen dan William Meckling, yang menyarankan bahwa tingkat utang perusahaan dan tingkat manajemen ekuitas baik dipengaruhi oleh keinginan untuk mengendalikan biaya kantor.

Ada tiga jenis utama dari biaya agen:

1. Pengeluaran untuk memantau kegiatan manajerial, seperti biaya audit.
2. Pengeluaran untuk struktur organisasi dengan cara yang membatasi perilaku manajerial yang tidak diinginkan, seperti menunjuk anggota luar dewan direksi atau restrukturisasi bisnis perusahaan unit dan hirarki manajemen.
3. Biaya kesempatan yang dapat terjadi ketika pemegang saham-dikenakan pembatasan, seperti persyaratan untuk suara pemegang saham pada permasalahan tertentu, membatasi kemampuan manajer untuk mengambil tindakan yang meningkatkan kekayaan pemegang saham.

Dengan tidak adanya upaya pemegang saham untuk mengubah perilaku manajerial, biasanya akan ada kehilangan sebagian kekayaan pemegang saham karena tindakan manajerial tidak pantas. Di sisi lain, biaya agen akan berlebihan jika pemegang saham berusaha untuk memastikan bahwa setiap tindakan manajerial sesuai dengan kepentingan pemegang saham. Oleh karena itu, jumlah optimal biaya agen yang harus ditanggung oleh pemegang saham ditentukan dalam "konteks biaya biaya-manfaat agen" harus ditingkatkan selama setiap dolar yang dihabiskan meningkatkan hasil setidaknya kenaikan dolar dalam kekayaan pemegang saham.

2.2 *Pecking Order Theory*

Teori *pecking order* menjelaskan bahwa perusahaan memiliki urutan-urutan preferensi dalam memilih sumber pendanaan perusahaan (Donalson, 1961). Perusahaan yang mempunyai tingkat keuntungan tinggi ternyata cenderung menggunakan utang yang lebih rendah. Namun, perusahaan-perusahaan dengan profitabilitas rendah cenderung mempunyai hutang yang lebih besar karena alasan dana internal yang tidak mencukupi.

Teori *pecking order* merupakan suatu urutan keputusan pendanaan dimana para manajer pertama kali akan memilih menggunakan laba ditahan, kemudian hutang, dan modal sendiri eksternal sebagai pilihan terakhir (J. Fred Weston dan Thomas E. Copeland, 2010). Perusahaan-perusahaan yang *profitable* umumnya meminjam dalam jumlah yang sedikit. Hal tersebut disebabkan karena mereka memerlukan external financing yang sedikit, sedangkan perusahaan-perusahaan yang kurang *profitable* cenderung mempunyai hutang yang lebih besar karena alasan dana internal yang tidak mencukupi kebutuhan dan karena hutang merupakan sumber eksternal yang paling disukai dibanding dengan menerbitkan saham baru. Hal ini disebabkan karena untuk menerbitkan saham baru, perusahaan harus mengeluarkan biaya modal saham. Menurut Brealey, Myers, dan Allen (2008), beberapa argumen yang mendukung teori pecking order ini antara lain:

1. Perusahaan cenderung menyukai pendanaan secara internal karena beberapa alasan antara lain dapat dihasilkan dalam waktu relatif cepat, tidak ada kewajiban membayar beban bunga, tidak ada biaya akibat prosedur pengendalian kelayakan hutang, memiliki jangka waktu yang tidak terbatas, tidak ada campur tangan pihak ketiga

2. Perusahaan ingin menaikkan rasio pembayaran dividennya untuk menstimulus peningkatan jumlah kesempatan investasi yang mungkin dilakukan investor dengan menghindari adanya perubahan pembagian dividen secara tiba-tiba yang dapat timbul akibat penerbitan saham baru.

3. Karena adanya fluktuasi keuangan dan kesempatan investasi yang tidak terduga, aliran kas masuk yang bersumber dari pembiayaan internal perusahaan dapat lebih atau pun kurang dari aliran kas keluar (pengeluaran) perusahaan. Apabila aliran kas yang masuk lebih tinggi, maka perusahaan dapat menggunakan kas tersebut untuk membayar hutang ataupun membeli surat berharga yang diperjualbelikan. Apabila aliran kas yang keluar lebih tinggi, maka perusahaan dapat menjual surat berharga yang dimilikinya, daripada harus mengurangi jumlah dividen yang dibagikan pada pemegang saham.

4. Ketika pembiayaan eksternal dibutuhkan, maka perusahaan akan menerbitkan surat berharga dari urutan yang paling aman. Oleh karenanya, perusahaan akan memulai dari penerbitan surat hutang, kemudian surat berharga campuran seperti obligasi yang dapat dikonversi (*convertible bond*), kemudian pembiayaan dari ekuitas (penjualan saham) sebagai usaha terakhir. Lebih jauh lagi, pembiayaan internal membutuhkan biaya yang paling rendah, diikuti dengan penerbitan surat hutang yang memerlukan biaya cukup rendah, dan pembiayaan ekuitas yang memerlukan biaya paling besar. Sebagai tambahan, pada pasar saham, investor akan menangkap pasar sinyal negatif apabila sebuah perusahaan menerbitkan saham, dan menangkap sinyal positif apabila perusahaan menerbitkan surat hutang. Oleh karena itu, teori pecking order dapat menjelaskan alasan perusahaan meraih tingkat keuntungan yang tinggi dengan tingkat hutang yang lebih kecil. Tingkat hutang yang kecil tersebut tidak dikarenakan perusahaan yang menargetkan tingkat hutang yang kecil, tetapi karena mereka tidak memerlukan dana eksternal dalam jumlah yang banyak.

2.3 Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (profit) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu (Sartono, 2010). Profitabilitas merupakan hasil bersih dari sejumlah kebijakan keputusan perusahaan. Rasio Profitabilitas mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (Kasmir, 2013)

Rasio keuntungan digunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan aktiva perusahaan atau merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu untuk melihat kemampuan perusahaan dalam beroperasi secara efisien (Irawati, 2006).

Rasio profitabilitas akan menunjukkan efek dari likuiditas, manajemen aktiva, dan utang pada hasil operasi. Rasio ini digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau seberapa efektif pengelolaan perusahaan oleh manajemen. Untuk dapat melangsungkan hidupnya, perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan. Apabila perusahaan berada dalam kondisi yang tidak menguntungkan, maka akan sulit bagi perusahaan untuk memperoleh pinjaman dari kreditor maupun investasi dari pihak luar (Brigham dan Houston, 2011).

Suatu perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan (*profitable*). Tanpa adanya keuntungan (*profit*), maka akan sangat sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar. Para kreditor, pemilik perusahaan, dan terutama sekali dari pihak manajemen perusahaan akan berusaha meningkatkan keuntungan karena profitabilitas sangat penting untuk kelangsungan dan masa depan perusahaan.

Profitabilitas perusahaan adalah salah satu dasar penilaian kondisi suatu perusahaan, untuk itu dibutuhkan suatu alat analisis untuk bisa menilainya. Alat analisis yang dimaksud adalah rasio-rasio keuangan. Rasio profitabilitas mengukur efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang diperoleh dari penjualan dan investasi.

Rasio Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan (Kasmir, 2013). Dalam praktiknya, jenis-jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan, adalah:

1. *Net Profit Margin* (NPM)

Net Profit Margin (NPM) menggambarkan besarnya laba bersih yang diperoleh perusahaan pada setiap penjualan yang dilakukan. Dengan kata lain rasio ini mengukur laba bersih setelah pajak terhadap penjualan. *Net Profit Margin* (NPM), merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan, rasio ini akan menggambarkan penghasilan bersih perusahaan

berdasarkan total penjualan. Pengukuran rasio dapat dilakukan dengan cara membandingkan laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih (Kasmir, 2013)

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak} \times 100\%}{\text{Penjualan bersih}}$$

2. *Return on Equity* (ROE)

Return on Equity merupakan alat yang digunakan oleh investor dan pemimpin perusahaan untuk mengukur seberapa besar keuntungan yang didapat dari modal sendiri yang dimiliki oleh perusahaan. Bagi investor, analisis Return On Equity menjadi penting karena analisis tersebut dapat diketahui keuntungan yang dapat diperoleh dari investasi yang dilakukan. Bagi perusahaan, analisis ini menjadi penting karena merupakan faktor penarik bagi investor untuk melakukan investasi.

Menurut Hanafi dan Halim (2012:82) Return on Equity (ROE), rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan modal saham tertentu. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham.

Menurut Kasmir (2013:204) Return on Equity (ROE) merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya. Rumus untuk mencari Return on Equity (ROE) dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100 \%$$

3. *Return On Assets* (ROA)

Return On Asset (ROA) adalah rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan (Kasmir, 2013). Selain itu, ROA memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam

menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan. *Return On Asset* adalah sama dengan *Return On Investment* dalam analisa keuangan mempunyai arti yang sangat penting sebagai salah satu teknik analisa keuangan yang bersifat menyeluruh. Analisis ini sudah merupakan teknik analisa yang lazim di gunakan oleh pimpinan perusahaan untuk mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan (Munawir, 2010). *Return On Asset* merupakan rasio antar laba bersih yang berbanding terbalik dengan keseluruhan aktiva untuk menghasilkan laba.

Rasio ini menunjukkan berapa besar laba bersih yang diperoleh perusahaan diukur dari nilai aktivasnya. Analisis *Return On Assets* atau sering diterjemahkan dalam bahasa Indonesia sebagai rentabilitas ekonomi mengukur perkembangan perusahaan menghasilkan laba pada masa lalu. Analisis ini kemudian diproyeksikan ke masa mendatang untuk melihat kemampuan perusahaan menghasilkan laba pada masa-masa mendatang.

Return On Assets (ROA) menggambarkan perputaran aktiva diukur dari penjualan. Semakin besar rasio ini maka semakin baik dan hal ini berarti bahwa aktiva dapat lebih cepat berputar dan meraih laba. Dengan demikian semakin besar rasionya semakin bagus karena perusahaan dianggap mampu dalam menggunakan aset yang dimilikinya secara efektif untuk menghasilkan laba (Harahap, 2010).

Rasio ROA ini sering dipakai manajemen untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan dan menilai kinerja operasional dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki perusahaan, disamping perlu mempertimbangkan masalah pembiayaan terhadap aktiva tersebut. Nilai ROA yang semakin mendekati 1, berarti semakin baik profitabilitas perusahaan karena setiap aktiva yang ada dapat menghasilkan laba. Dengan kata lain semakin tinggi nilai ROA maka semakin baik kinerja keuangan perusahaan tersebut. Pengukuran kinerja keuangan perusahaan dengan ROA menunjukkan kemampuan atas modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba. ROA (*Return On Asset*) adalah rasio keuntungan bersih setelah pajak untuk menilai seberapa besar tingkat pengembalian dari asset yang dimiliki oleh perusahaan.

Return On Asset (ROA) adalah dimana rasio ini merupakan perbandingan antara pendapatan bersih (*net income*) dengan rata-rata aktiva. *Return On Asset* yaitu (ROA), laba atas aset mengukur tingkat laba terhadap aset yang digunakan dalam menghasilkan laba tersebut (Werner, 2012). Dimana persentase rasio ini dinyatakan oleh rumus sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Asset}} \times 100 \%$$

2.4 *Growth sales*

Pertumbuhan penjualan dihitung sebagai persentase perubahan penjualan pada saat tertentu terhadap tahun sebelumnya. Pertumbuhan dengan tingkat penjualan yang tinggi cenderung akan lebih banyak menggunakan hutang dibandingkan dengan perusahaan yang mempunyai pertumbuhan yang lambat (Meyulinda dan Yusfarita, 2010). Tingkat Pertumbuhan yang tinggi itu adalah tahap dimana adanya pencapaian perusahaan.

Perusahaan yang mempunyai *growth* tinggi maka perusahaan tersebut mempunyai nilai investasi yang cukup besar terutama dalam aktiva tetap yang umur ekonomisnya kurang dari satu tahun. Investasi tersebut dilakukan dengan adanya pembangunan pabrik baru, pembelian mesin baru, teknologi informasi yang paling utama dan harus adanya perluasan pasar. Semakin tinggi *growth* nya maka semakin tinggi pula profitabilitas perusahaanya.

Growth sales diukur dengan menggunakan Tingkat kenaikan penjualan dari tahun ketahun, dimana semakin tinggi pertumbuhan penjualan maka perusahaan akan semakin banyak mengandalkan modal eksternal (Elim dan Yusfarita, 2010). Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi lebih banyak membutuhkan dana di masa depan, terutama dana eksternal untuk memenuhi kebutuhan investasinya atau untuk memenuhi kebutuhan untuk membiayai pertumbuhannya. Secara sistematis *growth sales* dihitung dengan rumus :

$$Growth\ sales = \frac{(\text{Penjualan}_t - \text{Penjualan}_{t-1})}{\text{Penjualan}_{t-1}} \times 100\%$$

2.5 *Debt to Assets Ratio (DAR)* dan *Debt to Equity Ratio (DER)*

2.5.1 *Debt to Assets Ratio (DAR)*

Debt to Total Assets Ratio adalah salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat solvabilitas perusahaan. Rasio ini mengukur seberapa besar aktiva perusahaan yang dibiayai oleh kreditur. Semakin tinggi *debt ratio*, semakin besar jumlah modal pinjaman yang digunakan di dalam menghasilkan keuntungan bagi perusahaan (Kasmir,2013). Selain itu, rasio ini juga menunjukkan besarnya total hutang terhadap keseluruhan total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan dan merupakan persentase dana yang diberikan oleh kreditur bagi perusahaan. Rumus untuk mencari *debt to asset ratio* dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{Debt Asset Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}} \times 100 \%$$

2.5.2 *Debt to Equity Ratio (DER)*

Rasio ini merupakan rasio yang digunakan untuk menilai hutang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh hutang, termasuk hutang lancar dengan seluruh ekuitas (Kasmir, 2013). Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditur) dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan hutang.

Rasio hutang modal/ DER adalah bagian dari rasio solvabilitas. Hal ini merupakan cara cepat untuk memilih metode solvabilitas keuangan yang digunakan oleh perusahaan. Dengan kata lain dapat diketahui seberapa besar perusahaan menggunakan hutang untuk mendanai kegiatan operasional. Perhitungan ratio diatas juga bisa memberikan informasi peningkatan bunga atau tingkat kemampuan perusahaan dalam membayar hutang/ kewajibannya.

Para investor dan analisis sering menggunakan rasio ini untuk mengetahui berapa besar hutang modal dari luar perusahaan jika dibandingkan dengan asset bernilai uang yang dimiliki oleh pemegang saham atau perusahaan. Jika nilai DER semakin tinggi maka dapat diasumsikan perusahaan memiliki resiko yang semakin tinggi terhadap kemampuan melunasi hutang jangka pendeknya.

Rasio ini menunjukkan hubungan antara jumlah pinjaman jangka panjang yang diberikan oleh para kreditur dengan jumlah modal sendiri yang diberikan oleh pemilik perusahaan. Hal ini biasanya digunakan untuk mengukur financial leverage dari suatu perusahaan.

Rumus untuk mencari *debt to equity ratio* dapat digunakan perbandingan antara total hutang dengan total ekuitas sebagai berikut (Kasmir, 2013) :

$$\text{Debt to equity ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Ekuitas}} \times 100 \%$$

2.6 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya asset yang dimiliki oleh perusahaan yang di-proxy dengan nilai logaritma natural dari total asset (*natural logaritma of asset*). Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan. Besar kecilnya usaha tersebut ditinjau dari lapangan usaha yang dijalankan. Penentuan skala besar kecilnya perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total penjualan, total asset, rata-rata tingkat penjualan (Seftianne, 2011). Semakin besar aktiva suatu perusahaan, maka akan semakin besar pula modal yang ditanam, semakin besar total penjualan suatu perusahaan maka akan semakin banyak juga perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula perusahaan di kenal oleh masyarakat (Hilmi dan Ali, 2008).

Perusahaan dengan ukuran besar memiliki akses lebih besar dan luas untuk mendapat sumber pendanaan dari luar, sehingga untuk memperoleh pinjaman akan menjadi kesempatan lebih besar untuk bertahan. Semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka kecenderungan menggunakan modal asing juga semakin besar. Hal ini disebabkan karena perusahaan besar membutuhkan dana yang besar pula untuk menunjang operasionalnya, dan salah satu alternatif pemenuhannya adalah dengan modal asing apabila modal sendiri tidak mencukupi (Setiadi, 2007). Ukuran perusahaan yang bisa dipakai untuk menentukan tingkatan perusahaan adalah :

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 utang , merupakan jumlah utang perusahaan pada periode tertentu.
4. Total asset, merupakan keseluruhan asset yangdimilik perusahaan pada saat tertentu.

Penelitian ukuran perusahaan dapat menggunakan tolak ukur asset. Karena total assets perusahaan bernilai besar maka hal ini dapat disederhanakan degan mentransformasikan ke dalam logaritma natural,sehingga ukuran perusahaan juga dapat dihitung dengan :

$$Firm\ Size = Ln_{total\ assets}$$

2.7 Penetitian Terdahulu

Berikut adalah penelitian terdahulu yang digunakan penulis sebagai bahan referensi dalam melakukan penelitian ini :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

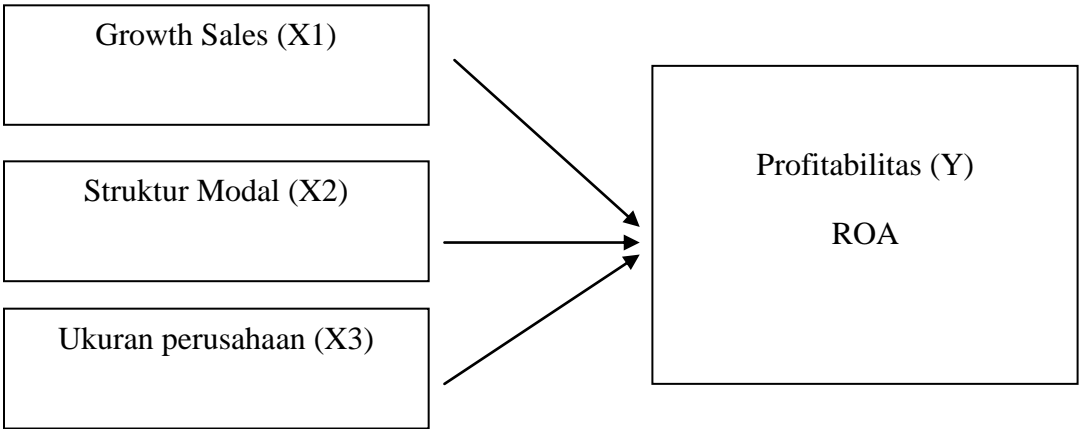
No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Setiawan (2009)	Pengaruh <i>Growth Opportunity</i> , Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas Perusahaan Industri Manufaktur di Indonesia	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa <i>growth opportunity</i> mempunyai pengaruh positif terhadap profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.
2	Hastuti (2010)	Analisis Pengaruh Periode Perputaran Persediaan, Periode Perputaran Hutang Dagang, Rasio Lancar, Leverage, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan terhadap	Hasil peneltitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

		Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI	
3	Kusuma (2011)	Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia.	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Struktur modal dan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif terhadap Profitabilitas.
4	Nugroho (2011)	Analisis Pengaruh Likuiditas ,Pertumbuhan Penjualan , Perputaran Modal Kerja , Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI	Hasil penelitiannya Menunjukkan bahwa Pertumbuhan Penjualan berpengaruh negatif ,dan Ukuran Perusahaan berpengaruh Positif terhadap Profitabilitas.
5	Nurchayani (2014)	Analisis pengaruh struktur Modal terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur di BEI tahun 2010-2012.	Menunjukkan bahwa <i>Debt To Equity Ratio / DER</i> memberikan pengaruh negatif terhadap Profitabilitas.
6	Rifai (2015)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Profitabilitas (Studi Empiris pada Perusahaan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas, Sedangkan Pertumbuhan Perusahaan dan Struktur

		Manufaktur diBursa Efek Indonesia periode 2010-2011)	Modal berpenaruh negatif terhadap Profitabilitas.
--	--	--	---

2.8 Kerangka Pemikiran

Tujuan perusahaan didirikan adalah untuk memeperoleh laba atau keuntungan, meningkatkan kinerja perusahaan, serta memberikan penilaian kondisi keuangan dan perkembangan perusahaan dapat dilihat dalam laporan keuangan yang berguna bagi perencanaan dan pengambilan keputusan jangka pendek maupun jangka panjang. Penilaian tersebut dapat dilakukan dengan menganalisis laporan keuangan dengan menggunakan rasio-rasio keuangan.



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran

2.9 Bangunan Hipotesis

2.9.1 Pengaruh *Growth Sales* Terhadap Profitabilitas

Pertumbuhan dinyatakan sebagai pertumbuhan total aset dimana pertumbuhan aset masa lalu akan menggambarkan profitabilitas dan pertumbuhan yang datang. *Growth* dapat berupa peningkatan maupun penurunan total aset yang dialami oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu. Pertumbuhan penjualan dihitung sebagai persentase perubahan aset pada saat tertentu terhadap tahun sebelumnya. Perusahaan yang mempunyai *growth sales* tinggi maka perusahaan tersebut mempunyai nilai investasi yang cukup besar terutama dalam aktiva tetap yang umur ekonomisnya kurang dari satu tahun. Investasi tersebut dilakukan dengan adanya pembangunan pabrik baru, pembelian mesin baru, teknologi informasi yang paling utama dan harus adanya perluasan pasar. Dampak adanya investasi yang besar tersebut maka perusahaan yang mempunyai pertumbuhan penjualan yang tinggi maka akan mempunyai profitabilitas yang tinggi pula.

Dengan menggunakan rasio Pertumbuhan Penjualan, perusahaan dapat mengetahui trend penjualan dari produknya dari tahun ke tahun. Penjualan harus dapat menutupi biaya sehingga dapat meningkatkan keuntungan. Maka perusahaan dapat menentukan langkah yang akan diambil untuk mengantisipasi kemungkinan naik atau turunnya penjualan pada tahun yang akan datang

Penelitian oleh Setiawan (2009) menemukan bahwa *Growth* memberikan pengaruh positif terhadap profitabilitas. Penelitian dilakukan pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia yang *listing* di Bursa Efek Jakarta (BEJ) untuk periode lima tahun. Hastuti (2010) menemukan bahwa Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas, penelitiannya dilakukan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI untuk periode dua tahun. Sari (2012) menemukan hubungan positif antara *Growth Sales* dengan Profitabilitas.. Hal ini menunjukkan bahwa Semakin tinggi peluang pertumbuhan dalam perusahaan maka semakin tinggi pula profitabilitas perusahaannya. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Growth Opportunity Berpengaruh terhadap Profitabilitas.

2.9.2 Pengaruh Struktur Modal Terhadap Profitabilitas

Struktur modal merupakan bagian dari struktur keuangan yang dapat diartikan sebagai pembelanjaan permanen yang mencerminkan perimbangan antara hutang jangka panjang dengan modal sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menggunakan lebih banyak pinjaman akan mengurangi laba. Pada Variabel profitabilitas, hasil temuan (Mai, 2006) menyatakan bahwa struktur modal mempunyai pengaruh terhadap profitabilitas. Selain itu struktur modal juga menilai hutang yang ada di perusahaan dengan menggunakan Debt to Equity Ratio (DER) . dan Debt Asset Ratio (DAR) .

Dalam penelitian Kusuma (2011) menunjukan bahwa struktur modal memberikan pengaruh positif terhadap profitabilitas. Penelitian dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Kemudian Penelitian yang dilakukan Nurcahyani (2014) menemukan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap profitabilitas, penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur di Indonesia yang listing pada Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk periode dua tahun. Maka dalam penelitian ini pengaruh struktur modal terhadap profitabilitas akan diuji kembali.

H2 : Struktur Modal berpengaruh terhadap Profitabilitas.

2.9.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan dengan Profitabilitas

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan. Besar kecilnya usaha tersebut ditinjau dari lapangan usaha yang dijalankan. Penentuan skala besar kecilnya perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total penjualan, total asset, rata-rata tingkat penjualan (Seftianne,2011). Semakin besar skala perusahaan maka profitabilitas juga akan meningkat, tetapi pada titik atau jumlah tertentu ukuran perusahaan akhirnya akan menurunkan laba (profit) perusahaan. Ukuran perusahaan Perusahaan dengan ukuran besar memiliki akses lebih besar dan luas untuk mendapat sumber pendanaan dari luar, sehingga untuk memperoleh pinjaman akan menjadi lebih mudah karena dikatakan bahwa perusahaan dengan ukuran besar memiliki kesempatan lebih besar untuk bertahan. Dengan adanya pinjaman, perusahaan dapat menutup biaya yang keluar pada saat proses produksi. Dengan begitu, laba perusahaan akan meningkat.

Penelitian dilakukan pada perusahaan manufaktur di Indonesia yang *listing* di BEI untuk periode lima tahun. Penelitian yang dilakukan Nograho (2011) yang terdaftar di BEI perusahaan manufaktur menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh terhadap profitabilitas. Sari (2012) menemukan pengaruh antara ukuran perusahaan dengan profitabilitas. Kemudian penelitian yang dilakukan Rifai (2015) dalam penelitiannya Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan pada Profitabilitas, dikatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Maka dalam uraian ini ditetapkan hipotesis yaitu :

H3 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas