

BAB II

TELAAH LITERATUR

2.1 Signalling Theory

Menurut Scott (2015), teori sinyal menyatakan bahwa terdapat kandungan informasi pada pengumuman suatu informasi yang dapat menjadi sinyal bagi investor dan pihak potensial lainnya dalam mengambil keputusan ekonomi. Teori pensinyalan menurut Brigham dan Houston (2006) dalam Dharma, Yuesti dan Sudiartana (2019) merupakan suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan untuk masa mendatang. Menurut Lisdawati dkk., (2016), teori sinyal menyatakan bahwa perusahaan yang berkualitas baik dengan sengaja akan memberikan sinyal pada pasar dalam bentuk informasi, dengan demikian pasar diharapkan dapat membedakan perusahaan yang berkualitas baik dan buruk. Secara garis besar *signalling theory* erat kaitanya dengan ketersediaan informasi.

Laporan keuangan dapat digunakan untuk mengambil keputusan bagi para investor, laporan keuangan merupakan bagian terpenting dari analisis fundamental perusahaan (Nurjanah dan Hakim, 2018). Informasi dalam laporan keuangan adalah informasi yang menentukan respons investor. Informasi yang diberikan perusahaan kepada investor akan diberikan sinyal positif atau sinyal negatif (Kristanti dan Almilia, 2019). Profitabilitas merupakan salah satu informasi yang

penting bagi para investor dimana mereka dapat menganalisis perkembangan pemerolehan keuntungan perusahaan. Semakin tinggi profit perusahaan, maka akan memberikan sinyal positif bagi para investor bahwa mereka juga mendapatkan keuntungan dari investasinya (Ningtyas dan Triyanto, 2019). Menurut Permanasari (2016) Jika investor mempercayai sinyal tersebut, harga saham perusahaan akan meningkat dan manajer akan bertindak untuk kepentingan para pemegang saham sehingga para pemegang saham tersebut akan mendapatkan keuntungan. Penggunaan teori signalling, informasi berupa *ROA* atau tingkat pengembalian terhadap aset atau juga seberapa besar laba yang didapat dari aset yang digunakan, dengan demikian jika *ROA* tinggi maka akan menjadi sinyal yang baik bagi para investor, karena dengan *ROA* tinggi menunjukkan kinerja perusahaan tersebut baik maka investor akan tertarik untuk menginvestasikan dananya yang berupa surat berharga atau saham (Nurjanah dan Hakim, 2018).

2.2 Laporan Keuangan

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia dalam PSAK 1 (2018), laporan keuangan adalah suatu penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas. Menurut pendapat Fahmi (2012) dalam Masruroh, Ermawati, dan Dimiyati (2018), laporan keuangan merupakan suatu informasi yang menggambarkan kondisi keuangan suatu perusahaan. Menurut Anita dan Anggraini (2019), laporan keuangan mengandung informasi yang dapat dijadikan sebagai gambaran kinerja keuangan perusahaan tersebut. Menurut pendapat

Fahmi (2015) dalam Wikardi dan Wiyani (2017), tujuan laporan keuangan adalah untuk memberikan informasi kepada pihak yang membutuhkan tentang kondisi suatu perusahaan dari sudut angka-angka dalam satuan moneter.

Laporan keuangan ini dibuat oleh manajemen dengan tujuan untuk mempertanggungjawabkan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya oleh para pemilik perusahaan. Laporan keuangan dapat juga digunakan untuk memenuhi tujuan-tujuan lain yaitu sebagai laporan kepada pihak-pihak di luar perusahaan Thomas *et al.*, (2016). Menurut Ikatan Akuntan Indonesia dalam PSAK 1 (2018) tentang penyajian laporan keuangan, komponen laporan keuangan lengkap terdiri dari:

- a) laporan posisi keuangan pada akhir periode;
- b) laporan laba rugi dan penghasilan komprehensif lain selama periode;
- c) laporan perubahan ekuitas selama periode;
- d) laporan arus kas selama periode;
- e) catatan atas laporan keuangan, berisi ringkasan kebijakan akuntansi yang signifikan dan informasi penjelasan lain;
 - e.a) informasi komparatif mengenai periode terdekat sebelumnya sebagaimana ditentukan dalam paragraf 38 dan 38A; dan
- f) laporan posisi keuangan pada awal periode terdekat sebelumnya ketika entitas menerapkan suatu kebijakan akuntansi secara retrospektif atau membuat penyajian kembali pos-pos laporan keuangan, atau ketika entitas mereklasifikasi pos-pos dalam laporan keuangannya sesuai dengan paragraf 40A-40D.

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2018) dalam kerangka konseptual pelaporan keuangan, tujuan pelaporan keuangan bertujuan untuk menyediakan informasi keuangan tentang entitas pelapor yang berguna untuk investor saat ini dan investor potensial, pemberi pinjaman, dan kreditor lainnya dalam membuat keputusan tentang penyediaan sumber daya kepada entitas. Keputusan tersebut termasuk keputusan mengenai:

- a) Pembelian, penjualan, atau kepemilikan instrumen ekuitas dan instrumen utang.
- b) Penyediaan atau penyelesaian pinjaman dan bentuk kredit lainnya.
- c) Menggunakan hak untuk memilih, atau memengaruhi tindakan manajemen yang memengaruhi penggunaan sumber daya ekonomik entitas.

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2018) dalam kerangka konseptual pelaporan keuangan, agar informasi keuangan menjadi berguna, informasi tersebut harus relevan dan mempresentasikan secara tepat apa yang akan direpresentasikan. Kegunaan informasi keuangan dapat ditingkatkan jika informasi tersebut terbanding (*comparable*), terverifikasi (*verifiable*), tepat waktu (*timely*), dan terpahami (*understandable*). Karakteristik kualitatif informasi keuangan yang berguna terdiri dari:

A. Karakteristik Kualitatif Fundamental

Karakteristik kualitatif fundamental meliputi relevansi dan representasi tepat.

a. Relevansi

Informasi keuangan mampu membuat perbedaan dalam keputusan yang diambil oleh pengguna. Informasi mungkin mampu membuat perbedaan

dalam keputusan bahkan jika sebagian pengguna memilih untuk mengambil keuntungan atas informasi tersebut atau telah menyadari informasi tersebut dari sumber lainnya. Informasi keuangan mampu membuat perbedaan dalam keputusan jika memiliki nilai prediktif, nilai konfirmatori, atau keduanya. Informasi keuangan memiliki nilai prediktif jika informasi tersebut dapat digunakan sebagai input yang digunakan oleh pengguna untuk memprediksi hasil (*outcomes*) masa depan. Informasi keuangan memiliki nilai konfirmatori jika menyediakan umpan balik tentang (mengkonfirmasi atau mengubah) evaluasi sebelumnya. Nilai prediktif dan nilai konfirmatori informasi keuangan memiliki hubungan yang saling terkait. Informasi yang memiliki nilai prediktif sering juga memiliki nilai konfirmatori.

b. Representasi tepat

Laporan keuangan merepresentasikan fenomena ekonomik dalam kata dan angka. Agar dapat menjadi informasi yang berguna, selain merepresentasikan fenomena yang relevan, informasi keuangan juga harus merepresentasikan secara tepat substansi dari fenomena yang akan direpresentasikan. Agar dapat menunjukkan representasi tepat dengan sempurna, tiga karakteristik harus dimiliki yaitu lengkap, netral, dan bebas dari kesalahan. Semua penggambaran lengkap mencakup seluruh informasi yang diperlukan pengguna agar dapat memahami fenomena yang digambarkan, termasuk seluruh deskripsi dan penjelasan yang diperlukan. Sebuah penjabaran yang netral adalah tanpa bias dalam pemilihan atau

penyajian informasi keuangan. Representasi tepat tidak berarti akurat dalam segala hal. Bebas dari kesalahan berarti tidak ada kesalahan atau kelalaian dalam mendeskripsikan fenomena, dan proses yang digunakan untuk menghasilkan informasi yang dilaporkan telah dipilih dan diterapkan tanpa ada kesalahan dalam prosesnya. Dalam hal ini, bebas dari kesalahan tidak berarti akurat secara sempurna dalam segala hal.

B. Karakteristik Kualitatif Peningkat

a. Keterbandingan

Keterbandingan adalah karakteristik kualitatif yang memungkinkan pengguna untuk mengidentifikasi dan memahami persamaan dalam, dan perbedaan antara, pos-pos. Berbeda dengan karakteristik kualitatif lainnya, keterbandingan tidak berhubungan dengan satu pos. Sebuah perbandingan mensyaratkan paling tidak dua pos. Keterbandingan bukan berarti seragam. Agar informasi dapat dibandingkan, hal yang serupa harus terlihat serupa dan hal yang berbeda harus terlihat berbeda. Keterbandingan informasi keuangan tidak akan meningkat dengan membuat pos-pos berbeda terlihat serupa dan juga tidak dapat meningkat karena membuat pos-pos serupa menjadi terlihat berbeda.

b. Keterverifikasian

Keterverifikasian membantu meyakinkan pengguna bahwa informasi merepresentasikan fenomena ekonomik secara tepat sebagaimana hasilnya. Keterverifikasian berarti bahwa berbagai pengobservasi independen dengan pengetahuan berbeda-beda dapat mencapai konsensus, meskipun

tidak selalu mencapai kesepakatan, bahwa penggambaran tertentu merupakan representasi tepat. Verifikasi dapat terjadi secara langsung atau tidak langsung. Verifikasi langsung berarti pemverifikasian jumlah atau representasi lain melalui secara langsung. Verifikasi tidak langsung berarti pemeriksaan *input* pada satu model, rumus, atau teknik lain dan pengalkulasian ulang hasil dengan menggunakan metodologi yang sama.

c. Ketepatanwaktuan

Ketepatanwaktuan berarti tersedianya informasi bagi pembuat keputusan pada waktu yang tepat sehingga dapat mempengaruhi keputusan mereka. Secara umum, semakin lawas suatu informasi maka semakin kurang berguna informasi tersebut. Akan tetapi, beberapa informasi dapat terus tepat waktu bahkan jangka panjang setelah akhir dari periode pelaporan, misalnya, beberapa pengguna perlu mengidentifikasi dan menilai tren.

d. Keterpahaman

Pengklasifikasian, pengarakteristikan dan penyajian informasi secara jelas dan ringkas dapat membuat informasi tersebut terpaham. Laporan keuangan disusun untuk pengguna yang memiliki pengetahuan memadai tentang aktivitas bisnis dan ekonomik serta pengguna meninjau dan menganalisis informasi dengan tekun. Terkadang bahkan pengguna yang telah terinformasikan dengan baik dan tekun juga perlu mencari bantuan dari seorang penasihat untuk memahami informasi tentang fenomena ekonomik yang kompleks.

Informasi laporan keuangan yang digunakan oleh pengguna bergantung pada keputusan apa yang akan dibuat oleh pengguna. Pengguna informasi keuangan dibagi menjadi dua kelompok umum Weygandt *et al.*, (2019), yaitu:

1) *Internal Users* (Pengguna Internal)

Pengguna internal laporan keuangan adalah manajer-manajer yang merencanakan, mengatur dan menjalankan sebuah bisnis dimana terdiri dari manajer pemasaran, supervisor produksi, direkur keuangan, dan pegawai perusahaan.

2) *External Users* (Pengguna Eksternal)

Pengguna eksternal adalah individu dan organisasi diluar perusahaan yang menginginkan informasi keuangan perusahaan. Pengguna eksternal adalah sebagai berikut:

- i) Investor (pemilik) menggunakan informasi keuangan untuk membuat keputusan dalam membeli, menahan, atau menjual kepemilikan atas saham dari sebuah perusahaan.
- ii) Kreditor (seperti pemasok dan bank) menggunakan informasi keuangan untuk mengevaluasi risiko dari pemberlian kredit atau peminjaman uang.
- iii) Otoritas perpajakan yang ingin mengetahui apakah perusahaan mematuhi peraturan perpajakan.
- iv) Badan pengatur yang ingin mengetahui apakah perusahaan beroperasi sesuai dengan aturan yang berlaku.

- v) Pelanggan yang tertarik apakah perusahaan akan terus menerima apakah perusahaan akan terus menerima garansi-garansi produk dan mendukung lini produknya.
- vi) Serikat buruh yang ingin mengetahui apakah perusahaan memiliki kemampuan dalam membayar kenaikan gaji dan manfaat kepada anggota serikat buruh.

Pengguna eksternal dapat melihat laporan keuangan perusahaan *go-public* melalui www.idx.com yang merupakan website resmi Bursa Efek Indonesia. Dari laporan keuangan, seseorang dapat menilai kinerja perusahaan dengan menggunakan analisis rasio keuangan. Analisis ini dilakukan untuk mempermudah interpretasi terhadap laporan keuangan yang telah disajikan oleh manajemen (Nurjanah dan Hakim, 2018). Menurut Hery (2015) dalam Wikardi dan Wiyani (2017), rasio keuangan merupakan suatu perhitungan rasio dengan menggunakan laporan keuangan yang berfungsi sebagai alat ukur dalam menilai kondisi keuangan dan kinerja perusahaan. Manfaat yang dapat diperoleh perusahaan ketika bergabung di Bursa Efek Indonesia atau melakukan *go public* (gopublic.idx.go.id, 2020), yaitu:

1. Membuka akses perusahaan terhadap sarana pendanaan jangka panjang.

Pemodal yang diperoleh dari pasar modal dapat digunakan untuk meningkatkan modal kerja dalam rangka membiayai pertumbuhan perusahaan, untuk membayar utang, untuk melakukan investasi, atau melakukan akuisisi. Dengan menjadi perusahaan publik yang sahamnya diperdagangkan di Bursa, kalangan perbankan atau institusi keuangan lainnya

akan dapat lebih mengenal dan percaya kepada perusahaan. Selain itu, dengan menjadi perusahaan publik yang sahamnya diperdagangkan di Bursa, akan mempermudah akses perusahaan untuk menerbitkan surat utang, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

2. Meningkatkan nilai perusahaan.

Dengan menjadi perusahaan publik yang sahamnya diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia, setiap saat publik dapat memperoleh data pergerakan nilai perusahaan. Setiap peningkatan kinerja operasional dan kinerja keuangan umumnya akan mempunyai dampak terhadap harga saham di Bursa, yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan.

3. Meningkatkan *image* perusahaan.

Dengan pencatatan saham perusahaan di Bursa Efek Indonesia, informasi dan berita tentang perusahaan akan sering diliput oleh media, penyedia data dan analis di perusahaan sekuritas. Publikasi secara cuma-cuma tersebut akan meningkatkan *image* perusahaan serta meningkatkan eksposur pengenalan atas produk-produk yang dihasilkan perusahaan. Hal ini akan menciptakan peluang-peluang baru dan pelanggan baru dalam bisnis perusahaan.

4. Menumbuhkan loyalitas karyawan perusahaan.

Dengan lebih melibatkan karyawan dalam proses pertumbuhan perusahaan, diharapkan dapat menimbulkan rasa memiliki, yang pada akhirnya dapat meningkatkan profesionalisme dan kinerja karyawan.

5. Kemampuan untuk mempertahankan kelangsungan usaha.

Salah satu permasalahan yang menjadi pemicu kejatuhan bisnis yang dikelola suatu keluarga adalah perpecahan dalam keluarga tersebut. Dengan menjadi perusahaan publik, setiap pihak dalam keluarga dapat memiliki saham perusahaan dalam porsinya masing-masing dan sewaktu-waktu dapat melakukan penjualan atau pembelian melalui Bursa Efek Indonesia. Pemegang saham pendiri juga dapat mempercayakan pengelolaan perusahaan kepada pihak profesional yang kompeten dan dapat dengan mudah mengawasi perusahaan melalui laporan keuangan atau keterbukaan informasi perusahaan yang diwajibkan oleh otoritas.

6. Insentif pajak.

Untuk mendorong perusahaan melakukan *go public*, pemerintah memberikan insentif pajak melalui penerbitan peraturan pemerintah yang terakhir diubah dalam Peraturan Pemerintah No. 56 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 77 Tahun 2013 Tentang Penurunan Tarif Pajak Penghasilan Bagi Wajib Pajak Badan Dalam Negeri Yang Berbentuk Perseroan Terbuka. Wajib Pajak badan dalam negeri yang berbentuk Perseroan Terbuka yang dapat memperoleh penurunan tarif Pajak Penghasilan (PPh) sebesar 5% lebih rendah dari tarif PPh Wajib Pajak badan dalam negeri, sepanjang 40% sahamnya tercatat dan diperdagangkan di Bursa dan memiliki minimal 300 pemegang saham.

2.3 Profitabilitas

Profitabilitas suatu perusahaan dapat dilihat dari laporan keuangan. Jika perusahaan berhasil meningkatkan profitabilitasnya, dapat dikatakan bahwa perusahaan tersebut mampu mengelola sumber daya yang dimilikinya secara efektif dan efisien sehingga mampu menghasilkan laba yang tinggi (Werdiningtyas & Sam'ani, 2018). Bagi pimpinan perusahaan, profitabilitas digunakan sebagai tolak ukur berhasil atau tidaknya perusahaan yang dipimpinnya, sedangkan bagi karyawan perusahaan semakin tinggi profitabilitas yang diperoleh perusahaan, maka ada peluang untuk meningkatkan gaji karyawan. Profitabilitas yang tinggi akan dapat mendukung kegiatan operasional perusahaan secara maksimal (Eksandy dan Dewi, 2018).

Profitabilitas mempunyai arti penting bagi perusahaan karena merupakan salah satu dasar untuk menilai kondisi suatu perusahaan (Wikardi dan Wiyani, 2017). Menurut Sartono (2010) dalam Masrurroh, Ermawati, dan Dimiyati (2018), menyatakan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam perolehan laba yang hubungannya berkaitan pada penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Menurut Thomas *et al.*, (2016), dengan kata lain, profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan dapat dihitung menggunakan rasio profitabilitas.

Menurut Kieso *et al.*, (2018), rasio profitabilitas adalah rasio yang mengukur tingkat kesuksesan atau kegagalan suatu perusahaan atau divisi untuk jangka waktu tertentu. Menurut Kasmir (2012) dalam Maulita dan Tania (2018), rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam

mencari keuntungan. Menurut Kamal (2016), rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan dari penjualan atau dari investasi. Menurut Weygandt *et al.*, (2019), rasio-rasio yang digunakan untuk mengukur rasio profitabilitas terdiri atas:

1. *Profit margin*

Mengukur laba bersih yang dihasilkan oleh setiap unit penjualan.

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Net income}}{\text{Net sales}}$$

Keterangan:

Net income = laba bersih

Net sales = penjualan bersih

2. *Asset turnover*

Mengukur seberapa efisien aset yang digunakan untuk menghasilkan penjualan.

$$\text{Asset turnover} = \frac{\text{Net sales}}{\text{Average total assets}}$$

Keterangan:

Net sales = penjualan bersih

Average total assets = rata-rata dari total aset

3. *Return on assets*

Mengukur profitabilitas keseluruhan dari aset.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Net income}}{\text{Average total assets}}$$

Keterangan:

Net income = laba bersih

Average total assets = rata-rata dari total aset

4. *Return on ordinary shareholder's equity*

Mengukur profitabilitas dari investasi investor.

$$\text{Return on ordinary shareholder's equity} = \frac{\text{Net income - preference dividends}}{\text{Average ordinary shareholder's equity}}$$

Keterangan:

Net income = laba bersih

Preference dividends = dividen preferen

Average ordinary shareholder's equity = rata-rata ekuitas pemegang saham biasa

5. *Earning per share (EPS)*

Mengukur laba bersih yang diterima pada setiap saham biasa.

$$\text{EPS} = \frac{\text{Net Income - Preference dividends}}{\text{Weighted-average ordinary shares outstanding}}$$

Keterangan:

Net income = laba bersih

Preference dividends = dividen preferen

Weighted-average ordinary shares outstanding = rata-rata ekuitas pemegang saham biasa

6. *Price-earnings(P-E) ratio*

Mengukur rasio harga pasar per lembar saham dengan laba per lembar saham.

$$\text{P-E ratio} = \frac{\text{Market price per share}}{\text{Earning per share}}$$

Keterangan:

Market price per share = harga pasar per lembar saham

Earning per share = laba per lembar saham

7. *Payout ratio*.

Mengukur persentase laba yang didistribusikan dalam bentuk dividen kas.

$$\text{Payout ratio} = \frac{\text{Cash dividends declared on ordinary shares}}{\text{Net income}}$$

Keterangan:

Cash dividends declared on ordinary shares = dividen tunai

Net income = laba bersih

Menurut Gustika dan Yeni (2019), *Return on Asset (ROA)* merupakan rasio yang terpenting diantara rasio profitabilitas yang ada. Dalam penelitian ini, profitabilitas perusahaan di ukur dengan *Return on Assets (ROA)*. Menurut Kieso *et al.*, (2018), *ROA* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Net income}}{\text{Average total assets}}$$
$$\text{Average Total Assets} = \frac{\text{Assets}_t + \text{Assets}_{t-1}}{2}$$

Keterangan:

Return on Assets = Pengembalian aset

Net income = laba bersih setelah pajak tahun berjalan

Assets_t = total aset pada tahun t

Assets_{t-1} = total aset 1 tahun sebelum tahun t

Menurut Kieso *et al.*, (2018), laba terdiri dari empat jenis yaitu:

1) *Gross profit*

Dihitung dengan mengurangi harga pokok penjualan dari penjualan bersih.

Memberikan angka yang berguna untuk mengevaluasi kinerja dan memprediksi penghasilan di masa depan.

2) *Income from operation*

Ditentukan dengan mengurangi biaya penjualan dan administrasi serta pendapatan dan beban lain dari laba kotor. Menyoroti item yang memengaruhi aktivitas bisnis reguler. Digunakan untuk memprediksi jumlah, waktu, dan ketidakpastian arus kas masa depan.

3) *Income before income tax*

Total *income* perusahaan sebelum pajak

4) *Net income for the year*

Merupakan pendapatan setelah semua pendapatan dan biaya untuk periode tersebut dianggap. Dilihat oleh banyak orang sebagai ukuran terpenting dari keberhasilan atau kegagalan perusahaan untuk periode waktu tertentu.

Menurut Kieso *et al.*, (2018), *net income* atau laba bersih adalah hasil bersih performa perusahaan terhadap periode waktu tertentu. Menurut Ikatan Akuntan Indonesia dalam PSAK 1 (2018) mengenai kerangka dasar penyusunan dan penyajian laporan keuangan, laba merupakan kenaikan manfaat ekonomik selama satu periode akuntansi dalam bentuk pemasukan atau penambahan aset atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal. Penyajian laba bersih terdapat pada laporan keuangan laba rugi (*income statement*). Umumnya dalam *income* perusahaan terdapat seluruh pendapatan, biaya dan keuntungan dan kerugian yang diakui selama periode tersebut, agar pembaca laporan keuangan dapat lebih memahami berbagai komponen laba bersih (*net income*) (Kieso *et al.*, 2018).

Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan nilai wajar untuk mengukur aset dan liabilitas semakin meningkat. Selain itu, kemungkinan pelaporan keuntungan dan kerugian terkait dengan perubahan nilai wajar telah membebani laporan keuangan laba rugi. Karena nilai yang terus berubah, beberapa orang berpendapat bahwa mengakui keuntungan dan kerugian ini dalam laba bersih menyesatkan. IASB menyetujui dan telah mengidentifikasi sejumlah transaksi yang harus dicatat langsung ke ekuitas. Salah satu contoh adalah *unrealized gains and losses on non-trading equity securities*. Keuntungan dan kerugian ini dikeluarkan dari laba bersih, sehingga mengurangi volatilitas (berubah-ubah) laba bersih akibat fluktuasi nilai wajar. Pada saat yang sama pengungkapan (*disclosure*) keuntungan atau kerugian potensial disediakan (Kieso *et al.*, 2018).

Perusahaan memasukkan *item yang bypass* (melewati) laporan laba rugi dalam ukuran yang disebut dengan laba rugi komprehensif (*comprehensive income*). Laba rugi komprehensif mencakup semua perubahan ekuitas selama suatu periode kecuali yang dihasilkan dari investasi oleh pemilik dan distribusi kepada pemilik. Laba rugi komprehensif, oleh karena itu, mencakup seluruh pendapatan dan keuntungan, pengeluaran dan kerugian yang dilaporkan dalam laba bersih, dan semua keuntungan dan kerugian yang melewati laba bersih tetapi mempengaruhi ekuitas (Kieso *et al.*, 2018).

Menurut Weygandt *et al.*, (2019), aset adalah sumber daya yang dimiliki suatu bisnis. Menurut Ikatan Akuntan Indonesia dalam PSAK 1 (2018) mengenai kerangka konseptual pelaporan keuangan, aset adalah sumber daya yang dikuasai oleh entitas sebagai akibat dari peristiwa masa lalu dan dari mana manfaat

ekonomik masa depan diharapkan akan mengalir ke entitas. Menurut Kieso *et al.*, (2018), aset diklasifikasikan sebagai berikut:

a) *Current assets* (Aset Lancar)

Aset lancar merupakan kas dan aset lainnya yang perusahaan perkirakan dapat dikonversikan ke uang tunai, jual, atau pergunakan selama satu tahun atau dalam siklus operasi, manapun yang lebih lama. Aset lancar pada umumnya terdiri dari:

i) *Cash* (Kas atau Uang Tunai)

Kas pada umumnya terdiri dari mata uang dan rekening giro (uang tersedia sesuai permintaan di lembaga keuangan). Setara kas adalah investasi jangka pendek dan sangat likuid yang akan jatuh tempo dalam kurun waktu ≤ 3 bulan.

ii) *Short-Term Investments* (Investasi Jangka Pendek)

Perusahaan harus melaporkan *trading securities* dalam investasi jangka pendek sebagai aset lancar. Perusahaan mengklasifikasikan *non-trading investments* sebagai aset lancar atau tidak lancar tergantung kondisi. Perusahaan melaporkan sekuritas *held-for-collection* dalam *amortized cost*.

iii) *Prepaid Expenses* (Biaya dibayar di muka)

Perusahaan memasukkan biaya dibayar di muka dalam aset lancar apabila perusahaan akan menerima manfaat (biasanya jasa) dalam kurun waktu satu tahun atau dalam siklus operasional, manapun yang lebih lama.

iv) *Receivables* (Piutang)

Perusahaan harus secara jelas mengidentifikasi kerugian yang

diantisipasikan karena tidak dapat tertagih, jumlah dan sifat dari *non-trade receivables* dan piutang manapun yang digunakan sebagai jaminan.

v) *Inventories* (Persediaan Barang Dagang)

Untuk menampilkan persediaan secara baik, perusahaan mengungkapkan basis valuasi (*lower-of cost-or net realizable value*) dan biaya asumsi arus barang yang digunakan (*FIFO* atau rata-rata).

b) *Non-current assets* (Aset Tidak Lancar)

Aset tidak lancar merupakan aset yang tidak memenuhi definisi aset lancar.

Aset tidak lancar biasanya terdiri dari:

i) *Long-Term Investments* (Investasi Jangka Panjang)

Terdiri dari empat investasi:

1. Investasi pada sekuritas, seperti obligasi, saham, atau wesel jangka panjang.
2. Investasi pada aset berwujud yang tidak digunakan dalam kegiatan operasional, seperti tanah yang dimiliki untuk spekulasi.
3. Investasi yang disisihkan pada dana khusus, seperti *sinking fund*, dana pensiun, atau pengembangan pabrik.
4. Investasi dalam perusahaan anak non-konsolidasi atau asosiasi.

ii) *Property, Plant, and Equipment* (Aset Tetap)

Aset tetap merupakan aset berwujud yang berumur panjang yang dapat digunakan untuk kegiatan reguler operasional bisnis. Aset-aset ini terdiri dari properti berwujud seperti tanah, gedung, mesin, furnitur, peralatan, dan *wasting resources (minerals)*. Dengan pengecualian tanah,

perusahaan melakukan depresiasi, atau depleksi pada aset tersebut.

iii) *Intangible Assets* (Aset Tidak Berwujud)

Aset tidak berwujud merupakan aset yang tidak memiliki unsur fisik dan bukan merupakan instrumen keuangan, termasuk paten, hak cipta, waralaba, dan daftar pelanggan. Perusahaan melakukan amortisasi pada aset tidak berwujud terbatas sesuai dengan umur penggunaannya. Perusahaan secara berkala menilai aset tidak berwujud dengan umur tidak terbatas (seperti *goodwill*) untuk di-*impairment* (melakukan penurunan nilai).

iv) *Other Assets* (Aset Lainnya)

Dapat terdiri dari dana khusus, properti yang dimiliki untuk dijual, dan kas atau sekuritas yang dibatasi penggunaannya.

Menurut *Weygandt et al.*, (2019), *ROA* adalah yang mengukur profitabilitas keseluruhan dari aset. *Return On Asset (ROA)* merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. Semakin rendah (kecil) rasio ini semakin kurang baik, demikian pula sebaliknya semakin tinggi (besar) rasio ini semakin baik. Menurut Masruroh, Ermawati dan Dimiyati (2018), *ROA* adalah salah satu jenis yang ada pada perhitungan rasio profitabilitas yang fungsinya untuk melihat seberapa banyak laba bersih yang bisa diperoleh dari semua kekayaan milik perusahaan.

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi profitabilitas adalah perputaran piutang (*account receivable turnover*), perputaran persediaan (*inventory turnover*), pertumbuhan penjualan dan *leverage*.

2.4 Perputaran Piutang

Nilai piutang perusahaan diketahui melalui laporan keuangan perusahaan atau tepatnya laporan posisi keuangan pada akhir periode. Menurut Eksandy dan Dewi (2018), piutang merupakan harta perusahaan atau koperasi yang timbul karena terjadinya transaksi penjualan secara kredit atas barang dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Menurut *Weygandt et al.*, (2019), perputaran piutang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$\text{Account receivable turnover} = \frac{\text{Net sales}}{\text{Average net accounts receivable}}$
$\text{Average net accounts receivable} = \frac{AR_t + AR_{t-1}}{2}$

Keterangan:

Account receivable turnover = perputaran piutang

AR_t (*Account Receivable t*) = piutang usaha pada tahun t

AR_{t-1} (*Account Receivable t-1*) = piutang usaha 1 tahun sebelum tahun t

Net sales = penjualan bersih yang dihasilkan perusahaan selama tahun berjalan

Menurut *Weygandt et al.*, (2019), piutang pada umumnya dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1) *Account Receivable* (Piutang)

Piutang adalah jumlah utang pelanggan. Merupakan hasil dari penjualan barang dan jasa. Perusahaan umumnya berharap untuk menagih piutang dalam waktu 30 sampai 60 hari. Ini biasanya merupakan jenis klaim paling signifikan yang dimiliki oleh sebuah perusahaan.

2) *Notes Receivable* (Piutang Wesel)

Piutang wesel adalah janji tertulis (dibuktikan dengan instrumen formal) untuk jumlah untuk diterima. Wesel tersebut biasanya memerlukan pengumpulan bunga dan diperpanjang untuk jangka waktu 60–90 hari atau lebih. Piutang wesel dan piutang yang dihasilkan dari transaksi penjualan sering disebut piutang dagang (*trade receivables*).

3) *Others Receivables* (Piutang Lain-lain)

Piutang lain-lain termasuk piutang non-usaha seperti piutang bunga, pinjaman kepada pejabat perusahaan, uang muka karyawan, dan pajak penghasilan dapat dikembalikan. Ini umumnya tidak dihasilkan dari operasi bisnis. Oleh karena itu, mereka umumnya demikian diklasifikasikan dan dilaporkan sebagai pos terpisah dalam laporan posisi keuangan.

Menurut Masruroh, Ermawati dan Dimiyati (2018), perputaran piutang adalah rasio yang dipergunakan dalam pengukuran berapa lama kegiatan tagih piutang selama dalam masa periode atau berapa sering dana yang ditanam dalam piutang ini berputar pada masa satu periode. Menurut Ermaya, Iqbal dan Putri (2016), *account receivable turnover* adalah untuk mengukur perputaran piutang selama satu periode tertentu (biasanya setahun), dan hasilnya merupakan gambaran tentang jangka waktu rata-rata yang dibutuhkan untuk mengubah piutang menjadi uang tunai. Semakin tinggi tingkat perputaran piutang semakin baik pengelolaan piutangnya menandakan modal yang diinvestasikan dalam piutang semakin rendah. Kas yang masuk dari hasil penagihan piutang akan

mempengaruhi laba perusahaan dan akhirnya akan meningkatkan profitabilitas (Nurjanah dan Hakim, 2018).

Menurut Sari (2017), pengelolaan piutang juga mempengaruhi efektivitas operasi perusahaan, karena jangka waktu untuk menerima pelunasan piutang dan estimasi piutang tak tertagih akan mempengaruhi jumlah keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan. Perputaran piutang berpengaruh secara langsung terhadap penghasilan yang diperoleh perusahaan. Rasio perputaran piutang memberikan pemahaman tentang kualitas piutang dan kesuksesan dalam penagihan piutang. Putang diharapkan perusahaan mampu meningkatkan pendapatan sehingga akan menghasilkan profitabilitas yang maksimal (Jannah dan Yuli, 2019).

Menurut Kamal (2016), perputaran piutang yang dimiliki suatu perusahaan mempunyai hubungan yang erat dengan jumlah penjualan kredit, sehingga didalam usaha pengendalian piutang dilakukan oleh perusahaan adalah melalui kebijakan kredit yaitu harus memperhatikan tentang besarnya kebijakan penjualan kredit yang dilakukan oleh perusahaan terhadap hasil produksinya. Terdapat situasi dimana piutang tidak dapat tertagih. Menurut *Weygandt et al.*, (2019), terdapat 2 metode dalam pencatatan piutang tak tertagih, yaitu:

a) *Direct Write-off Method*

Dalam metode *direct write-off*, ketika perusahaan menetapkan bahwa piutang tak tertagih, perusahaan menanggung kerugian pada akun *Bad Debt Expense* dimana menunjukkan kerugian yang sesungguhnya dari piutang tak tertagih.

b) *Allowance Method*

Dalam metode *allowance*, estimasi piutang tak tertagih dibuat di akhir setiap periode. Hal ini memastikan bahwa perusahaan mencatat piutang dalam laporan posisi keuangan pada *cash (net) realizable value*. *Cash (net) realizable value* adalah jumlah bersih yang diharapkan oleh perusahaan untuk diterima secara tunai. Metode ini mengurangi piutang dengan *allowance of doubtful accounts* (estimasi piutang yang tidak tertagih). Estimasi piutang usaha yang tidak tertagih menunjukkan estimasi jumlah klaim pada pelanggan yang diperkirakan oleh perusahaan akan menjadi tidak tertagih di masa mendatang. Perusahaan harus melakukan estimasi atas jumlah piutang tak tertagih jika menggunakan metode *allowance* yaitu *Percentage of Receivables basis*, manajemen menetapkan hubungan persentase antara jumlah piutang dan perkiraan kerugian dari piutang tidak tertagih. Perusahaan akan menyiapkan *schedule* untuk memperkirakan saldo akhir akun secara lebih akurat yang disebut *aging the accounts receivable*, dimana mengklasifikasikan saldo pelanggan berdasarkan lamanya waktu piutang yang belum dibayarkan oleh pelanggan. Semakin lama suatu piutang telah lewat jatuh tempo, semakin kecil kemungkinannya untuk ditagih. Akibatnya, diperkirakan persentase utang yang tidak dapat tertagih meningkat seiring dengan peningkatan jumlah hari jatuh tempo.

Tingkat perputaran piutang mempengaruhi rentabilitas perusahaan karena dengan adanya peningkatan perputaran piutang maka volume penjualan juga akan meningkat sehingga laba yang diterima perusahaan akan bertambah (Kamal,

2016). Semakin tinggi tingkat perputaran piutang semakin baik pengelolaan piutangnya menandakan modal yang diinvestasikan dalam piutang semakin rendah. Kas yang masuk dari hasil penagihan piutang akan mempengaruhi laba perusahaan dan akhirnya akan meningkatkan profitabilitas (Nurjanah dan Hakim, 2018). Hal ini didukung oleh Nurahman (2017), Masrurroh, Ermawati dan Dimiyati (2018), dan Nurjanah dan Hakim (2018) yang menyatakan variabel perputaran piutang berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Nurafika dan Almadany (2018) yang menyatakan variabel perputaran piutang berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap profitabilitas dan Kustinah dan Indriawati (2017) yang menyatakan variabel perputaran piutang tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

Hipotesis alternatif penelitian mengenai perputaran piutang terhadap profitabilitas dapat dinyatakan sebagai berikut:

Ha₁: Perputaran piutang memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas yang diproksikan dengan ROA.

2.5 Perputaran Persediaan

Nilai persediaan perusahaan diketahui melalui laporan keuangan atau tepatnya laporan posisi keuangan pada akhir periode. Menurut Gade dan Khaerulwasid (2010) dalam Sari (2017), persediaan adalah aset yang tersedia untuk dijual dalam kegiatan usaha normal, dalam proses produksi dalam perjalanan, atau dalam bentuk bahan atau perlengkapan (*supplies*) untuk digunakan dalam proses produksi dan pemberian jasa. Menurut Wikardi dan Wiyani (2017), persediaan

adalah sejumlah barang yang dimiliki oleh perusahaan untuk diolah kembali atau siap untuk dijual. Menurut Kieso *et al.*, (2018), perputaran persediaan dapat dirumuskan sebagai berikut:

<i>Inventory turnover</i>	=	$\frac{\text{Cost of goods sold}}{\text{Average inventory}}$
<i>Average inventory</i>	=	$\frac{\text{Inventory}_t + \text{inventory}_{t-1}}{2}$

Keterangan:

Inventory turnover = perputaran persediaan

Cost of goods sold = harga pokok penjualan

Inventory_t = persediaan pada tahun t

Inventory_{t-1} = persediaan 1 tahun sebelum tahun t

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia dalam PSAK 14 (2018), persediaan adalah aset:

- 1) Tersedia untuk dijual dalam kegiatan usaha biasa;
- 2) Dalam proses produksi untuk penjualan tersebut; atau
- 3) Dalam bentuk bahan atau perlengkapan untuk digunakan dalam proses produksi atau pemberian jasa.

Menurut Weygandt *et al.*, (2019), perusahaan dapat menggunakan salah satu dari dua sistem dasar akuntansi persediaan:

- 1) *Perpetual inventory system*

Sistem persediaan di mana perusahaan menyimpan catatan rinci tentang biaya setiap pembelian dan penjualan persediaan, dan catatan terus menerus menunjukkan persediaan yang seharusnya tersedia. Sistem perpetual secara langsung menyesuaikan akun persediaan untuk setiap transaksi yang

mempengaruhi persediaan atau *inventory* (seperti biaya pengiriman, pengembalian, dan diskon). Perusahaan yang menggunakan sistem perpetual membuat entri untuk mencatat harga pokok penjualan dan mengurangi persediaan setiap kali penjualan dilakukan.

2) *Periodic inventory system*

Sistem persediaan di mana perusahaan tidak menyimpan catatan persediaan rinci selama periode akuntansi tetapi menentukan harga pokok penjualan hanya pada akhir periode akuntansi. Dalam sistem periodik, perusahaan mencatat pembelian barang dagangan pada akun pembelian (*purchases*) daripada akun persediaan (*inventory*). Sistem periodik menciptakan akun yang berbeda untuk pembelian, biaya pengiriman, pengembalian, dan diskon. Perusahaan yang menggunakan sistem periodik tidak menentukan harga pokok penjualan sampai akhir periode.

Menurut *Weygandt et al.*, (2019), terdapat dua metode arus biaya yang diasumsikan:

1) *First-in, first-out (FIFO)*

Metode first-in, first-out (*FIFO*) mengasumsikan bahwa barang yang paling awal dibeli adalah barang yang pertama dijual. *FIFO* sering kali paralel dengan arus fisik barang dagangan yang sebenarnya. Artinya, umumnya merupakan praktik bisnis yang baik untuk menjual unit tertua terlebih dahulu. Oleh karena itu, menurut metode *FIFO*, biaya perolehan barang paling awal yang pertama kali diakui untuk menentukan harga pokok penjualan.

2) *Average-cost*

Average-cost method mengalokasikan harga pokok barang tersedia untuk dijual berdasarkan biaya rata-rata tertimbang per unit (*weighted-average unit cost*). *Weighted-average unit cost* didapatkan dengan membagi *cost of goods available for sale* dengan *total units available for sale*.

Gambar 2.1 menunjukkan cara untuk menghitung *Cost of Goods Sold* (COGS) perusahaan manufaktur.

Gambar 2. 1
Income Statement and Schedule of Cost of Goods Manufactured of a Manufacturing Sector Company

		A	B	C	D
PANEL A: INCOME STATEMENT					
Cellular Products					
Income Statement					
For the Year Ended December 31, 2011 (in thousands)					
	Revenues			\$210,000	
	Cost of goods sold:				
	Beginning finished goods inventory, January 1, 2009	\$ 22,000			
	Cost of goods manufactured (see Panel B)	104,000			
	Cost of goods available for sale	126,000			
	Ending finished goods inventory, December 31, 2009	18,000			
	Cost of goods sold			108,000	
	Gross margin (or gross profit)			102,000	
	Operating costs:				
	R&D, design, mktg., dist., and cust.-service cost	70,000			
	Total operating costs			70,000	
	Operating income			\$ 32,000	
PANEL B: COST OF GOODS MANUFACTURED					
Cellular Products					
Schedule of Cost of Goods Manufactured ^a					
For the Year Ended December 31, 2009 (in thousands)					
	Direct materials:				
	Beginning inventory, January 1, 2009	\$11,000			
	Purchases of direct materials	73,000			
	Cost of direct materials available for use	84,000			
	Ending inventory, December 31, 2009	8,000			
	Direct materials used			\$ 76,000	
	Direct manufacturing labor			9,000	
	Manufacturing overhead costs:				
	Indirect manufacturing labor	\$ 7,000			
	Supplies	2,000			
	Heat, light, and power	5,000			
	Depreciation—plant building	2,000			
	Depreciation—plant equipment	3,000			
	Miscellaneous	1,000			
	Total manufacturing overhead costs			20,000	
	Manufacturing costs incurred during 2009			105,000	
	Beginning work-in-process inventory, January 1, 2009	6,000			
	Total manufacturing costs to account for			111,000	
	Ending work-in-process inventory, December 31, 2009	7,000			
	Cost of goods manufactured (to income statement)			\$104,000	
<small>^aNote that this schedule can become a schedule of cost of goods manufactured and sold simply by including the beginning and ending finished goods inventory figures in the supporting schedule rather than in the body of the income statement.</small>					

Sumber: (Datar & Rajan, 2018)

Perusahaan manufaktur membeli bahan baku dan komponen dan mengkonversinya menjadi barang jadi. Menurut Datar dan Rajan (2018), terdapat 3 tipe persediaan:

1) *Direct materials inventory*

Akan digunakan dalam proses manufaktur.

2) *Work-in-process inventory*

Barang-barang yang telah sebagian dikerjakan, tetapi belum diselesaikan.

3) *Finished-goods inventory*

Barang yang telah jadi atau siap jual, tetapi belum terjual.

Menurut Datar dan Rajan (2018), langkah-langkah dalam menghitung *cost of goods sold (COGS)* perusahaan manufaktur adalah sebagai berikut:

1. *Cost of direct materials used*

$$\begin{aligned} & \textit{Beginning inventory of direct materials} \\ & + \textit{Purchases of direct materials} \\ & - \textit{Ending inventory of direct materials.} \\ & = \textit{Direct materials used} \end{aligned}$$

2. *Total manufacturing costs incurred*

Mengacu pada seluruh biaya produksi langsung dan biaya produksi *overhead* yang terjadi untuk semua produk yang dikerjakan sepanjang tahun.

$$\begin{aligned} & \textit{Direct materials used} \\ & + \textit{Direct manufacturing labor} \\ & + \textit{Manufacturing overhead costs} \\ & = \textit{Total manufacturing costs incurred} \end{aligned}$$

3. *Cost of goods manufactured*

Mengacu pada biaya pokok produk yang telah diselesaikan sebelum atau selama periode akuntansi.

$$\begin{aligned} & \textit{Beginning work-in-process inventory} \\ & + \textit{Total manufacturing costs incurred} \\ & = \textit{Total manufacturing costs to account for} \\ & - \textit{Ending work-in-process inventory} \\ & = \textit{Cost of goods manufactured} \end{aligned}$$

4. *Cost of goods sold*

biaya persediaan barang jadi yang terjual ke pelanggan selama periode akuntansi. COGS ini adalah biaya yang disesuaikan dengan pendapatan.

$$\begin{aligned} & \textit{Beginning inventory finished goods} \\ & + \textit{Cost of goods manufactured} \\ & - \textit{Ending inventory finished goods} \\ & = \textit{Cost of goods sold} \end{aligned}$$

Menurut *Weygandt et al.*, (2019), *cost of goods sold* adalah total biaya produk terjual selama periode berjalan. Menurut Bustomi (2013) dalam Widyastuti dan Mita (2018), harga pokok penjualan adalah harga pokok produk yang sudah terjual dalam waktu berjalan yang diperoleh dengan menambahkan harga pokok produksi dengan persediaan produk selesai awal dan mengurangi dengan persediaan produk akhir. Menurut Pratiwi dan Karismariyanti (2018), ketepatan menentukan HPP dapat mengurangi resiko kerugian biaya produksi suatu barang jadi dan menaikkan potensi laba.

Persediaan merupakan unsur dari aktiva lancar yang merupakan unsur yang aktif dalam operasi perusahaan yang secara terus menerus diperoleh, diubah

dan kemudian dijual kepada konsumen. Untuk mempercepat pengembalian kas melalui penjualan maka diperlukan suatu perputaran persediaan yang baik. Perputaran persediaan menunjukkan berapa kali persediaan diganti dalam waktu satu tahun (Surya, Ruliana dan Soetama, 2017). Inventory turnover adalah untuk mengukur efisiensi perusahaan dalam mengelola dan menjual persediaannya. Rasio ini menggambarkan kecepatan persediaan, sehingga besar rasio akan semakin baik (Ermaya, Iqbal dan Putri, 2016).

Rasio perputaran persediaan merupakan perbandingan antara harga pokok penjualan dengan persediaan rata – rata yang dimiliki oleh perusahaan selama satu periode tertentu. Rasio ini dipergunakan dalam pengukuran seberapa jauh efisiensi perusahaan untuk mengelola dan penjualan persediaannya. Semakin tinggi perputaran persediaan jadi semakin singkat atau semakin baik waktu rata – ratanya antara penanaman modal dalam persediaan dan transaksi penjualan (Masruroh, Ermawati dan Dimiyati, 2018).

Tingkat perputaran persediaan yang tinggi mengidentifikasikan bahwa tingkat penjualan yang tinggi pada perusahaan. Dengan tingkat perputaran persediaan yang tinggi berarti resiko kerugian dan biaya terhadap persediaan dapat diminimalkan (Surya, Ruliana dan Soetama, 2017). 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 (Damayanti, Ambarwati dan Susilawati, 2019). Dengan adanya peningkatan penjualan persediaan dan minimalisasi biaya persediaan,

maka terjadi peningkatan income yang pada akhirnya akan meningkatkan profitabilitas perusahaan (Eforis dan Pioleta, 2019). Hal ini didukung oleh Jennah dan Yuli (2019), Nurjanah dan Hakim (2018), Werdiningtyas dan Sam'ani (2018), dan Wikardi dan Wiyani (2017) yang menyatakan variabel perputaran persediaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Masruroh, Ermawati dan Dimiyati (2018) yang menyatakan variabel perputaran persediaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap profitabilitas.

Hipotesis alternatif penelitian mengenai pengaruh perputaran persediaan terhadap profitabilitas dapat dinyatakan sebagai berikut:

Ha₂: Perputaran persediaan, memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas yang diproksikan dengan ROA.

2.6 Pertumbuhan Penjualan

Nilai pertumbuhan penjualan perusahaan diketahui melalui laporan keuangan perusahaan atau tepatnya laporan laba rugi selama periode. Menurut Hery (2012) dalam Masruroh, Ermawati, dan Dimiyati (2018), penjualan merupakan total jumlah yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dagangan yang dijual perusahaan, baik meliputi penjualan tunai maupun penjualan kredit. Undang-Undang Republik Indonesia No.7 tahun 2014 tentang Perdagangan pada pasal 1 ayat 1: Perdagangan adalah tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi Barang dan/atau Jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan hak atas Barang dan/atau Jasa untuk memperoleh imbalan atau

kompensasi. Undang-Undang Republik Indonesia No.7 tahun 2014 tentang Perdagangan pada pasal 1 ayat 5: Barang adalah setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, baik dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, dan dapat diperdagangkan, dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen atau Pelaku Usaha. Undang-Undang Republik Indonesia No.7 tahun 2014 tentang Perdagangan pada pasal 1 ayat 6: Jasa adalah setiap layanan dan unjuk kerja berbentuk pekerjaan atau hasil kerja yang dicapai, yang diperdagangkan oleh satu pihak ke pihak lain dalam masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen atau Pelaku Usaha. Unsur-unsur yang terdapat dalam laporan laba rugi untuk perhitungan penjualan (*sales*) perusahaan menurut *Weygandt et al.*, (2019), yaitu:

1. *Sales revenue*

Sumber pendapatan utama perusahaan merchandising atas penjualan barang dagangan secara tunai maupun kredit.

2. *Sales discounts*

Penjual mungkin menawarkan diskon tunai kepada pelanggan yang memotong harga penjualan yang diberikan kepada pembeli.

3. *Sales returns and allowances*

Transaksi di mana penjual menerima barang kembali dari pembeli (pengembalian) atau memberikan pengurangan harga pembelian (tunjangan) sehingga pembeli akan menyimpan barang tersebut.

4. *Net sales*

Sales revenue yang di selisih *sales discounts* dan *sales returns and allowances*.

Menurut Kieso *et al.*, (2018), terdapat 5 langkah dalam proses pengakuan pendapatan (*revenue*):

1. Langkah 1: Identifikasi kontrak dengan pelanggan.

Kontrak adalah kesepakatan antara dua pihak yang menciptakan hak atau kewajiban yang dapat diberlakukan. Kontrak dapat tertulis, lisan, atau tersirat dari adat praktik bisnis (*customary business practice*). Pertama-tama kita harus menentukan apakah ada kontrak yang valid antara pelanggan dan penjual. berikut adalah komponen kontrak yang valid:

- 1) Kontrak tersebut memiliki substansi komersial: pelanggan memberikan uang tunai untuk produk atau layanan tersebut.
- 2) Para pihak telah menyetujui kontrak: pelanggan setuju untuk membeli produk atau layanan dan penjual setuju untuk menjualnya.
- 3) Identifikasi hak para pihak ditetapkan: pelanggan berhak atas produk atau layanan dan penjual berhak menerima pembayaran senilai yang dijanjikan.
- 4) Ketentuan pembayaran diidentifikasi: pelanggan setuju untuk membayar senilai yang dijanjikan untuk produk atau layanan tersebut.
- 5) Kemungkinan besar pertimbangan (*consideration*) akan terkumpul: penjual telah menerima senilai yang dijanjikan sebelum produk atau layanan dikirimkan.

2. Langkah 2: Identifikasi kewajiban kinerja terpisah dalam kontrak.

Kewajiban kinerja (*performance obligation*) adalah janji untuk menyediakan produk atau layanan yang berbeda kepada pelanggan. Sebuah produk atau layanan menjadi berbeda jika pelanggan mampu mendapatkan keuntungan dari barang atau jasa sendiri atau bersama dengan sumber daya lain yang tersedia. Tujuannya adalah untuk menentukan apakah sifat dari janji perusahaan adalah untuk mentransfer barang dan jasa individu kepada pelanggan atau untuk mentransfer item gabungan (atau item) di mana barang atau jasa individu sebagai input.

3. Langkah 3: Tentukan harga transaksi.

Harga transaksi adalah jumlah pertimbangan yang diharapkan perusahaan terima dari pelanggan sebagai imbalan untuk mentransfer produk atau layanan. Dalam suatu kontrak seringkali mudah ditentukan karena pelanggan setuju untuk membayar dengan jumlah yang tetap. Kontrak lain, perusahaan harus mempertimbangkan:

a. *Variable consideration*

Gambar 2. 2
Estimates Variable Considerations

<p>Expected Value: Probability-weighted amount in a range of possible consideration amounts.</p> <ul style="list-style-type: none">• May be appropriate if a company has a large number of contracts with similar characteristics.• Can be based on a limited number of discrete outcomes and probabilities.	<p>Most Likely Amount: The single most likely amount in a range of possible consideration outcomes.</p> <ul style="list-style-type: none">• May be appropriate if the contract has only two possible outcomes.
--	---

Harga tergantung pada kondisi mendatang (*future events*). Mungkin termasuk kenaikan harga, diskon volume, rabat, kredit, bonus kinerja, atau royalti. Perusahaan memperkirakan jumlah pendapatan yang harus diakui

dengan: Nilai yang diharapkan (*expected value*), yang merupakan jumlah *probability-weighted* atau Jumlah yang paling mungkin (*most likely amount*), dalam kisaran jumlah yang mungkin untuk memperkirakan berbagai pertimbangan.

Perusahaan hanya mengalokasikan pertimbangan variabel jika dipastikan secara wajar bahwa ia akan berhak atas jumlah tersebut. Perusahaan hanya mengenali pertimbangan variabel jika: (1) mereka memiliki pengalaman dengan kontrak serupa dan mampu memperkirakan jumlah pendapatan kumulatif, dan (2) berdasarkan pengalaman, mereka tidak mengharapkan pembalikan pendapatan yang signifikan yang telah diakui sebelumnya. Jika kriteria ini tidak terpenuhi, pengakuan pendapatan dibatasi (*revenue recognition is constrained*).

b. *Time value of money*

Waktu pembayaran yang menyertai terkadang tidak sesuai dengan transfer barang atau jasa ke pelanggan. Waktu pembayaran yang menyertai terkadang tidak sesuai dengan transfer barang atau jasa ke pelanggan. Pada intinya, perusahaan memberikan pembiayaan bagi pelanggan. Perusahaan memperhitungkan *time value of money* ketika kontrak (transaksi penjualan) melibatkan komponen pembiayaan yang signifikan. Ketika transaksi penjualan melibatkan komponen pembiayaan yang signifikan (Bunga yang masih harus dibayar atas pertimbangan yang harus dibayar seiring waktu), Nilai wajar ditentukan baik dengan mengukur imbalan yang diterima atau dengan mendiskontokan pembayaran menggunakan

suku bunga yang diperhitungkan, Laporan perusahaan sebagai beban bunga atau pendapatan bunga.

c. *Non-cash consideration*

Barang, jasa, atau pertimbangan non tunai lainnya. Perusahaan terkadang menerima kontribusi (misalnya, sumbangan dan hadiah). Pelanggan terkadang menyumbangkan barang atau jasa, seperti peralatan atau tenaga kerja, sebagai pertimbangan atas barang yang disediakan atau jasa yang dilakukan. Perusahaan umumnya mengakui pendapatan berdasarkan nilai wajar dari apa yang diterima.

d. *Consideration paid or payable to customers*

Mungkin termasuk diskon, rabat volume, kupon, produk gratis, atau layanan. Secara umum, unsur-unsur tersebut mengurangi imbalan yang diterima dan pendapatan menjadi diakui.

4. Langkah 4: Alokasikan harga transaksi ke kewajiban kinerja yang terpisah.

Perusahaan sering kali harus mengalokasikan harga transaksi ke lebih dari satu kewajiban kinerja dalam sebuah kontrak. Jika alokasi diperlukan, harga transaksi yang dialokasikan untuk berbagai kewajiban kinerja didasarkan pada nilai wajar relatifnya (*relative fair value*). Ukuran terbaik dari nilai wajar adalah berapa perusahaan dapat menjual barang atau jasa secara mandiri (*standalone basis*). Jika tidak tersedia, perusahaan harus menggunakan perkiraan terbaik mereka tentang harga barang atau jasa yang mungkin dijual sebagai unit mandiri.

5. Langkah 5: Akui pendapatan ketika setiap kewajiban kinerja dipenuhi.

Perusahaan memenuhi kewajiban kerjanya ketika pelanggan memperoleh kendali atas barang dan layanan. Pelanggan mengontrol produk atau layanan jika pelanggan memiliki kemampuan untuk mengarahkan penggunaan dan memperoleh secara substansial semua manfaat yang tersisa dari produk. Pengendalian juga mencakup kemampuan pelanggan untuk mencegah perusahaan lain mengarahkan penggunaan, atau menerima manfaat dari barang dan layanan. Di bawah ini adalah ringkasan indikator, dimana jika terdapat salah satu dari kondisi berikut terpenuhi maka pelanggan telah mendapatkan kendali:

- a. Penjual berhak atas pembayaran dari pelanggan.
- b. Penjual telah memberikan hak milik resmi (*legal title*) kepada pelanggan.
- c. Penjual telah mengalihkan kepemilikan fisik aset (*transferred physical possession of asset*).
- d. Penjual tidak lagi memiliki risiko dan manfaat yang signifikan atas kepemilikan aset atau pembeli memiliki risiko dan manfaat kepemilikan yang signifikan yang signifikan atas kepemilikan aset.
- e. Pembeli telah menerima aset.

Menurut Gill *et al.* (2011) dalam Alverina dan Permanasari (2016), pertumbuhan penjualan dapat dirumuskan sebagai berikut:

Pertumbuhan penjualan	=	$\frac{S_t - S_{t-1}}{S_{t-1}}$
--------------------------	---	---------------------------------

Keterangan:

S_t = Penjualan bersih (net) pada tahun t

S_{t-1} = Penjualan bersih (net) 1 tahun sebelum tahun t

Menurut Barton *et al.*, (1989) dalam Farhana, Susila dan Suwendra (2016), pertumbuhan penjualan mencerminkan manifestasi keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan prediksi pertumbuhan masa yang akan datang. Menurut Chotimah dan Susilowibowo (2014) dalam Meidiyustiani (2016), Pertumbuhan penjualan adalah indikator penting dari penerimaan pasar atas produk/jasa suatu perusahaan, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan. Menurut Amjed (2007) dalam Alverina dan Permanasari (2016), pertumbuhan penjualan merupakan persentase kenaikan atau penurunan penjualan selama dua periode waktu yang berbeda. Menurut Setyawan dan Susilowati (2018), pertumbuhan penjualan merupakan rasio yang dapat digunakan untuk menggambarkan kenaikan penjualan perusahaan tahun ini dibandingkan dengan penjualan tahun lalu.

Rasio pertumbuhan penjualan sangat penting bagi perusahaan, karena dengan rasio pertumbuhan penjualan maka perusahaan dapat mengetahui secara langsung trend penjualan dari produk yang dipasarkan dari tahun ke tahun. Dengan mengetahui trend yang ada di pasar, maka perusahaan dapat menentukan langkah yang tepat ketika terjadi kenaikan atau penurunan penjualan produk pada tahun berikutnya (Masruroh, Ermawati dan Dimiyati, 2018). Pertumbuhan penjualan yang tinggi menunjukkan peningkatan pendapatan yang diperoleh perusahaan dari penjualan produk dalam kegiatan operasional perusahaan. Pertumbuhan penjualan dari tahun sebelumnya secara berkala dapat digunakan

untuk memprediksi pertumbuhan penjualan pada tahun yang akan datang (Meidiyustiani, 2016).

Penjualan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Penjualan merupakan bagian paling utama atas aktivitas perusahaan. Pertumbuhan penjualan dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa permintaan barang dagang mengalami peningkatan, hal itu menyebabkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh profit semakin tinggi (Wikardi dan Wiyani, 2017).

Perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang positif akan meningkatkan profitabilitas perusahaan tersebut karena adanya pertumbuhan penjualan akan meningkatkan laba perusahaan. Pertumbuhan penjualan dari tahun sebelumnya secara berkala dapat digunakan untuk memprediksi pertumbuhan penjualan yang akan datang (Wulandari dan Gultom, 2018). Pertumbuhan perusahaan lebih dipengaruhi oleh permintaan pasar yang tinggi karena produk sangat diminati pasar sehingga dalam penelitian ini tingginya pertumbuhan penjualan pada perusahaan sektor keuangan dan perbankan belum tentu mempengaruhi rasio keuntungan atau profitabilitas yang dapat dicapai perusahaan (Widiastuti, Arifati dan Abrar, 2016). Pertumbuhan penjualan dapat menentukan tingkat profitabilitas yang diukur melalui return on assets. Selain itu, perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya dengan berfokus terhadap penerapan strategi penjualan yang agresif, terutama untuk mengembangkan pasar (Sheela dan Kartikeyan (2012) dalam Suryaputra dan Christiawan (2016)). Hal ini didukung oleh Setyawan dan Susilowati (2018) yang menyatakan variabel pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Suryaputra dan

Christiawan (2016) yang menyatakan variabel pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari dan Gultom (2018) yang menyatakan variabel pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

Hipotesis alternatif penelitian mengenai pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas dapat dinyatakan sebagai berikut:

Ha3: Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas yang diproksikan dengan ROA.

2.7 Leverage

Nilai *leverage* perusahaan diketahui melalui laporan keuangan perusahaan atau tepatnya laporan posisi keuangan pada akhir periode. Menurut Subramanyam (2014), *leverage* menggambarkan jumlah dari pendanaan utang dalam struktur modal perusahaan. Perusahaan yang tidak mempunyai *leverage* berarti menggunakan modal sendiri 100%. Salah satu alat yang dipakai untuk mengukur *leverage* adalah dengan menggunakan *debt to equity ratio* (DER) (Damayanti, Ambarwati dan Susilawati, 2019). Menurut Burja (2011) dalam Permanasari (2016), *leverage* yang diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\frac{\text{Debt to Equity Ratio}}{\text{Ratio}} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Shareholders Equity}}$$

Keterangan:

Debt to Equity Ratio = rasio perbandingan utang ke modal

Total Debt = jumlah utang perusahaan

Total Shareholders Equity = jumlah ekuitas pemegang saham

Konsekuensi dari leverage apabila dari penggunaan utang ternyata tingkat pengembalian atas aktiva (*return*) lebih besar dari biaya utang, leverage tersebut menguntungkan dan hasil pengembalian atas modal dengan penggunaan leverage ini juga meningkat, sebaliknya jika hasil pengembalian atas aktiva lebih kecil daripada biaya utang, maka leverage akan mengurangi tingkat pengembalian atas modal. Sebagai akibatnya, *leverage* dapat digunakan untuk meningkatkan profitabilitas, tetapi dengan risiko akan meningkatkan kerugian pada masa suram. Jadi keuntungan dan kerugian akan diperbesar oleh *leverage*, dan makin besar *leverage* yang digunakan oleh suatu perusahaan makin menurunkan keuntungan atau profitabilitas yang diperoleh perusahaan (Widiastuti, Arifati dan Abrar, 2016).

Besar kecilnya utang yang digunakan dalam suatu perusahaan dapat berpengaruh baik ataupun buruk bagi perusahaan. Utang akan berpengaruh baik bagi perusahaan apabila perusahaan mampu membiayai operasionalnya untuk menghasilkan laba serta mampu membayar kewajiban bunga dari utang yang dimilikinya. Sebaliknya, bila perusahaan tidak mampu membayar kewajibannya maka akan berpengaruh sangat buruk (Thomas *et al.*, 2016).

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2018), liabilitas merupakan kewajiban kini entitas yang timbul dari peristiwa masa lalu yang penyelesaiannya diharapkan mengakibatkan arus keluar dari sumber daya entitas yang mengandung manfaat ekonomik. Menurut Kieso *et al.*, (2018), kewajiban diklasifikasikan sebagai berikut:

1) *Current Liabilities* (kewajiban jangka pendek)

Kewajiban yang secara umum perusahaan perkiraan akan terselesaikan dalam satu tahun atau siklus operasional. Konsep kewajiban jangka pendek, yaitu:

- a) Utang yang timbul dari perolehan barang dan jasa, seperti utang usaha, gaji dan upah karyawan, utang pajak penghasilan, dan lainnya.
- b) Penerimaan yang diterima di muka atas pengiriman barang atau pelaksanaan jasa, seperti pendapatan diterima di muka, atau pendapatan berlangganan diterima di muka.
- c) Liabilitas lainnya yang likuidasinya akan terjadi selama siklus operasional atau satu tahun, seperti porsi dari kewajiban jangka panjang yang harus dibayarkan dalam waktu dekat, kewajiban jangka pendek yang timbul karena pembelian peralatan, atau liabilitas yang diestimasi (provisi).

2) *Non-Current Liabilities* (kewajiban jangka panjang)

Kewajiban yang perusahaan perkiraan tidak dapat dilikuidasi dalam waktu satu tahun. Terdapat tiga tipe liabilitas jangka panjang, yaitu:

- a) Kewajiban yang timbul karena penerbitan obligasi jangka panjang dan wesel bayar jangka panjang.
- b) Kewajiban yang timbul karena operasi perusahaan seperti kewajiban pensiun dan liabilitas pajak tangguhan.
- c) Kewajiban yang bergantung pada peristiwa lampau atau peristiwa mendatang baik jumlah utang, kreditur, dan tanggal pembayaran yang sudah dipastikan seperti garansi jasa maupun barang, kewajiban

lingkungan, dan restrukturisasi.

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2018), ekuitas adalah hak residual atas aset entitas setelah dikurangi seluruh liabilitas. Menurut Kieso *et al.*, (2018), ekuitas pada laporan posisi keuangan sering kali diklasifikasikan ke dalam kategori berikut:

1) *Share Capital*

Merupakan jumlah total uang tunai dan aset lainnya yang dibayarkan ke korporasi oleh pemegang saham sebagai imbalan atas saham. Terdiri dari saham biasa dan saham preferen.

2) *Share Premium*

Merupakan kelebihan jumlah yang dibayarkan melebihi nilai par atau stated value.

3) *Retained Earnings*

Merupakan pendapatan bersih yang disimpan (ditahan) oleh perusahaan untuk penggunaan masa depan. Mewakili porsi ekuitas yang telah diakumulasikan oleh perusahaan melalui operasi bisnis.

4) *Accumulated Other Comprehensive Income*

Merupakan nilai total dari akun-akun *other comprehensive income*. Melaporkan keuntungan atau kerugian yang belum direalisasi sebagai komponen pendapatan komprehensif lain dan di bagian ekuitas memiliki dua tujuan: (1) Mengurangi volatilitas (risiko atau ketidakpastian) laba bersih karena fluktuasi nilai wajar. (2) Menginformasikan pengguna laporan keuangan tentang keuntungan atau kerugian yang akan terjadi jika sekuritas

dijual pada nilai wajar.

5) *Treasury Shares*

Merupakan saham biasa yang dibeli kembali oleh perusahaan.

6) *Non-Controlling Interest (Minority Interest)*

Merupakan sebagian dari ekuitas anak perusahaan yang tidak dimiliki oleh perusahaan.

Menurut Kasmir (2010) dalam Maulita dan Tania (2018), *debt to equity* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dan ekuitas. Menurut Sari dan Budiasih (2014) dalam Alverina dan Permanasari (2016), *Debt to Equity Ratio* menunjukkan kemampuan modal sendiri perusahaan untuk membiayai utang. Menurut Harahap (2013) dalam Mahardhika dan Marbun (2016), *Debt to Equity Ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk menghitung utang dan modal, yang dapat menutupi utang-utang kepada pihak luar.

Menurut Kasmir (2009) dalam Pramesti, Wijayanti dan Nurlaela (2016), semakin rendah rasio ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat pendanaan yang disediakan pemilik dan akan berdampak pada kinerja keuangan suatu perusahaan dan begitupun sebaliknya. Semakin besar rasio ini, menunjukkan semakin besar kewajibannya dan begitu juga sebaliknya. Peningkatan utang ini akan mempengaruhi tingkat pendapatan bersih yang tersedia bagi pemegang saham, artinya tingginya kewajiban perusahaan akan semakin menurunkan kemampuan perusahaan dalam membayar dividen (Kuniawan, Arifati, & Andini, 2016). Semakin tinggi debt to equity ratio berarti semakin kecil jumlah modal pemilik yang dapat dijadikan sebagai jaminan utang.

Semakin kecil jumlah modal yang dimiliki perusahaan dapat menimbulkan dampak beban perusahaan kepada pihak kreditor semakin besar. Besarnya beban utang yang ditanggung oleh perusahaan dapat menurunkan jumlah laba yang diperoleh perusahaan (Hery (2015) dalam Wikardi dan Wiyani (2017)). Hal ini didukung oleh Widiastuti, Arifati dan Abrar (2016) yang menyatakan variabel *leverage* berpengaruh signifikan dan negatif terhadap profitabilitas. Alverina dan Permasari (2016), Mahardhika dan Marbun (2016) dan Wikardi dan Wiyani (2017) yang menyatakan variabel *leverage* memiliki pengaruh terhadap profitabilitas. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Maulita dan Tania (2018) yang menyatakan *DER* tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

Hipotesis alternatif penelitian mengenai *leverage* yang diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio (DER)* terhadap profitabilitas dapat dinyatakan sebagai berikut:

Ha₄: *Leverage* yang diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio (DER)* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas yang diproksikan dengan *ROA*.

2.8 Pengaruh Perputaran Piutang, Perputaran Persediaan, Pertumbuhan Penjualan dan *Leverage* terhadap Profitabilitas

Hasil penelitian Masruroh, Ermawati dan Dimiyati (2018) menunjukkan bahwa perputaran piutang, pertumbuhan penjualan, dan perputaran persediaan tidak berpengaruh secara simultan terhadap profitabilitas. Hasil penelitian Nurjanah

dan Hakim (2018) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan pada variabel *receivable turnover*, *inventory turnover*, *working capital turnover* dan *total asset turnover* terhadap profitabilitas. Hasil penelitian Nurafika dan Almadany (2018) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan pada variabel perputaran kas, perputaran piutang, perputaran persediaan terhadap profitabilitas. Hasil penelitian Wikardi dan Wiyani (2017) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *DER*, *firm size*, *Inventory turnover*, *assets turnover* dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas.

2.9 Model Penelitian

Model penelitian dapat dilihat pada gambar 2.3:

Gambar 2. 3
Model Penelitian

