



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menteri Perindustrian Airlangga Hartanto mengatakan era digitalisasi atau industri 4.0 merupakan transformasi yang harus dijalani dan tidak bisa dihindari (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2019). Beliau menyatakan bahwa sejak tahun 2011, Indonesia telah memasuki *Industry 4.0* yang ditandai dengan meningkatnya konektivitas, interaksi, dan batas antara manusia, mesin, dan sumber daya lainnya yang semakin konvergen melalui teknologi informasi dan komunikasi (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2018). Revolusi Industri 4.0 diwujudkan oleh teknologi tercanggih di berbagai bidang, baik secara fisik, digital maupun biologis. Ketiga hal tersebut dikombinasikan untuk menciptakan inovasi tercepat dengan skala terbesar dalam sejarah peradaban manusia (CNN Indonesia, 2019).

Kementerian Perindustrian telah merancang *Making Indonesia 4.0* sebagai sebuah *roadmap* (peta jalan) yang terintegrasi untuk mengimplementasikan sejumlah strategi dalam memasuki era *Industry 4.0* (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2018). *Making Indonesia 4.0* diluncurkan oleh Kementerian Perindustrian di *Jakarta Convention Center* pada tanggal 4 April 2018 dimana peluncuran tersebut termasuk dalam rangkaian acara dari *Indonesia Industrial Summit (IIS) 2018* yang diresmikan langsung oleh Presiden Joko Widodo (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2018).

Sekretariat Jenderal Kementerian Perindustrian Haris Munandar mengungkapkan, salah satu strategi Indonesia memasuki *Industry 4.0* adalah menyiapkan lima sektor manufaktur yang akan menjadi percontohan untuk memperkuat fundamental struktur industri Tanah Air. Adapun kelima sektor tersebut, yaitu industri makanan dan minuman, industri otomotif, industri elektronik, industri kimia, serta industri tekstil (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2018). Alasan Kementerian Perindustrian (Kemenperin) memilih lima sektor tersebut karena 60% pertumbuhan berada di sektor-sektor tersebut, kemudian ekspor paling tinggi ada di lima sektor tersebut dan tenaga kerja pun sudah siap (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2019). Menurut Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Industri (BPPI) Ngakan Timur Antara mengatakan terdapat beberapa potensi keuntungan yang dihasilkan dari penerapan konsep *Industry 4.0*. Keuntungan tersebut antara lain mampu menciptakan efisiensi yang tinggi, mengurangi waktu dan biaya produksi, meminimalkan kesalahan kerja, dan peningkatan akurasi dan kualitas produk (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2018).

Salah satu sektor yang dipilih untuk menjadi percontohan untuk penerapan *industry 4.0* adalah industri makanan dan minuman. Indikator yang digunakan untuk menilai tingkat kesiapan industri di Indonesia dalam menerapkan teknologi era industri 4.0 adalah *Indonesia Industry 4.0 Readiness Index (INDI 4.0)*. Kepala BPPI Ngakan Timur Antara mengatakan bahwa *INDI 4.0* terdiri atas lima pilar, yaitu manajemen dan organisasi, manusia dan budaya, produk dan layanan, teknologi, serta operasional pabrik (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia,

2019). Perusahaan yang telah menjadi percontohan dalam penerapan industri 4.0 dalam industri makanan dan minuman adalah PT Mayora Indah Tbk (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2019). PT Mayora Indah Tbk kini mulai melakukan otomatisasi produksi atau menggunakan robot (Widiartanto, 2018). Selain itu, terdapat perusahaan industri makanan dan minuman lain yang dinilai sudah menerapkan industri 4.0 adalah PT Indolakto (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2019). PT Indolakto sendiri merupakan anak perusahaan dari PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. PT Indolakto telah menerapkan sistem otomatisasi pergudangan melalui *automated storage and retrieval system (ASRS)* (Kontan.co.id, 2018).

Perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang melakukan pengolahan bahan baku (bahan mentah) menjadi barang jadi (Datar & Rajan, 2018). Menurut *Jakarta Stock Industrial Classification (JASICA)* dalam *IDX Fact Book 2018*, perusahaan manufaktur dikategorikan sebagai *secondary sectors* yang terdiri dari beberapa sektor yaitu industri dasar dan kimia, aneka industri dan industri barang konsumsi. Industri makanan dan minuman sendiri merupakan bagian dari sektor industri barang konsumsi, selain rokok, farmasi, kosmetik dan barang keperluan rumah tangga, peralatan rumah tangga serta lainnya (*Research and Development Division Indonesia Stock Exchange*, 2018). Berdasarkan hal tersebut, industri barang konsumsi menjadi penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia saat ini.

Implementasi industri 4.0 dinilai dapat membawa manfaat bagi perusahaan yang menerapkannya, terutama akan terjadinya peningkatan pada produktivitas dan efisiensi hingga 40% (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2019).

Efisiensi merupakan salah satu atribut kinerja yang dinilai untuk mengetahui seberapa baik sebuah kegiatan yang dilakukan oleh karyawan atau unit bisnis. Efisiensi berfokus pada jumlah relatif dari input yang digunakan untuk mencapai tingkat output yang telah ditentukan (Datar & Rajan, 2018). Efisiensi dapat menjadi salah satu upaya yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan profitabilitas.

Strategi yang juga dapat digunakan oleh perusahaan adalah strategi *cost leadership*. Strategi *cost leadership* dapat memaksimalkan laba perusahaan dengan meminimalkan biaya operasi dengan mengelolanya secara efektif dan efisien serta dikarenakan harga yang kompetitif akan menyebabkan meningkatnya penjualan barang jadi oleh konsumen. *Cost leadership strategy* mengacu pada kemampuan perusahaan untuk menawarkan barang atau jasa pada harga dibawah kompetitor melalui peningkatan produktivitas dan efisiensi, eliminasi limbah dan pengendalian biaya yang ketat (Datar & Rajan, 2018). Strategi ini memberikan tekanan pada *Research and Development manager* untuk mengembangkan produk atau jasa yang dapat diciptakan dengan murah, *production manager* untuk mengurangi biaya produksi dan *marketing manager* untuk sebisa mungkin menjangkau konsumen yang variatif dengan biaya yang tidak mahal (Kinicki & Williams, 2016).

Profitabilitas sangatlah penting bagi perusahaan. Perusahaan yang berprofit dapat mengembangkan usahanya dikarenakan memiliki ketersediaan dana. PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk (SIDO) mengalami kenaikan laba bersih sebesar 23,5% di kuartal pertama tahun 2019. SIDO mampu mempertahankan margin dan memperoleh laba bersih sebesar Rp208,86 miliar di kuartal pertama tahun 2019 dibandingkan periode yang sama tahun lalu yaitu

sebesar Rp169,08 miliar (Kontan.co.id, 2019). PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk (SIDO) melirik untuk mengembangkan usaha. Salah satunya lewat cara akuisisi. David Hidayat selaku Direktur Utama SIDO mengatakan bahwa saat ini dana yang tersedia untuk aksi korporasi tersebut sudah ada dan belum digunakan, sehingga tambahan pendanaan hanya diperlukan jika nilai akuisisi melebihi dana yang tersedia di perusahaan (Kontan.co.id, 2019).

Profitabilitas juga penting bagi pemegang saham. Perusahaan yang mengalami peningkatan profit atau laba, maka mengakibatkan peningkatan dividen yang dibagikan kepada pemegang saham. PT Mayora Indah Tbk (MYOR) akan membagikan dividen tunai Rp603,68 miliar atau setara dengan Rp27 per saham kepada pemegang saham pada 25 Juni 2018 (Kontan.co.id, 2018). MYOR berhasil memperoleh laba bersih sebesar Rp2,63 triliun. Jumlah itu tumbuh lebih besar 7% dari capaian di tahun 2017 yang sebesar Rp2,46 triliun. Tahun 2019, MYOR membagikan Rp648,40 miliar sebagai dividen atau setara dengan Rp29 per saham (Kontan.co.id, 2019).

Menurut Brigham dan Houston (2010) dalam Meidiyustiani (2016) menyatakan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Menurut Harahap (2008:304) dalam Dewi (2016), profitabilitas adalah kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya. Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan pengertian profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba

bersih dari kegiatan operasionalnya dengan mengelola semua sumber daya yang dimilikinya pada suatu periode akuntansi. Rasio profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Rasio profitabilitas dimaksudkan untuk mengukur efisiensi penggunaan aktiva perusahaan, efektivitas pengelolaan perusahaan, hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan-keputusan (Husnan dan Pudjiastuti, 2004; Weston dan Brigham, 1998; Riyanto, 2013 dalam Fatiha & Pangestuti, 2015).

Salah satu rasio profitabilitas menurut Weygandt, Kimmel, & Kieso (2015) adalah *Return on Assets*. *Return on Assets (ROA)* adalah rasio perbandingan antara laba bersih dengan rata-rata total aset yang dimiliki perusahaan (Weygandt, *et al.*, 2015). Dua faktor yang memengaruhi besar kecilnya *Return on Assets* yaitu laba bersih dan rata-rata total aset. Fatiha & Pangestuti (2015) menyatakan bahwa *Return on Assets* merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktiva yang digunakan. Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan pengertian *Return on Asset (ROA)* adalah rasio profitabilitas yang menunjukkan seberapa efektif dan efisien perusahaan dalam mengelola aset yang dimilikinya untuk menghasilkan laba bersih. *Return on Asset* dinyatakan dalam bentuk persentase (%). Semakin tinggi *Return on Assets* menunjukkan efisiensi manajemen aset karena perusahaan dapat memaksimalkan laba yang didapatkan dengan penggunaan aset yang seminimal mungkin.

Perusahaan khususnya sektor manufaktur dalam memproduksi barang membutuhkan aset untuk mengolah bahan baku menjadi barang jadi yang siap untuk dijual. Aset adalah sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan untuk

digunakan dalam kegiatan produksi dan penjualan. Aset terdiri dari aset tidak berwujud; properti, pabrik dan peralatan; investasi jangka panjang; dan aset lancar (Weygandt, *et al.*, 2015). Contoh penggunaan aset dalam memproduksi barang adalah kas atau bank digunakan untuk membeli bahan baku yang nantinya akan diolah menjadi barang jadi, pabrik digunakan sebagai tempat dilakukannya produksi barang jadi, dan mesin yang digunakan untuk mengolah barang baku menjadi barang jadi.

Pada penelitian ini, terdapat lima faktor yang diprediksi akan memengaruhi profitabilitas perusahaan yang diprosikan dengan *Return on Assets (ROA)* yaitu *Average Collection Period*, *Inventory Turnover in Days*, *Average Payment Period*, *Debt Ratio* dan Ukuran Perusahaan.

Laba perusahaan dapat ditingkatkan dengan beberapa cara yaitu meningkatkan penjualan barang sehingga akan meningkatkan pendapatan perusahaan atau dengan meminimalkan pengeluaran beban. Penjualan barang dapat dilakukan secara tunai atau secara kredit (Weygandt, *et al.*, 2015). Penjualan barang secara kredit akan menimbulkan akun piutang usaha pada laporan keuangan perusahaan. Piutang usaha adalah jumlah akun yang terutang oleh pelanggan (Weygandt, *et al.*, 2015). Menurut Harapan & Prasetyono (2016), periode pengumpulan piutang rata-rata (*Average Collection Period*) adalah waktu yang dibutuhkan untuk menagih piutang-piutangnya. *Average Collection Period* adalah waktu yang dibutuhkan perusahaan untuk mengumpulkan piutang dari pelanggan dan mengubah piutang dagang menjadi uang tunai (Alipour, 2011; Taurigana dan Adrifa, 2013; Weston dan Brigham, 1998 dalam Fatiha & Pangestuti, 2015).

Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan pengertian *Average Collection Period* adalah rata-rata waktu yang diperlukan oleh perusahaan untuk mengumpulkan piutang dari hasil penjualan barang secara kredit dimana pembayaran piutang tersebut bisa diterima dalam bentuk kas atau bank yang dapat digunakan kembali untuk meningkatkan produktivitas perusahaan dan mengakibatkan peningkatan laba perusahaan. *Average Collection Period* dinyatakan dalam bentuk hari.

Periode pengumpulan piutang rata-rata (*Average Collection Period*) pada perusahaan yang rendah mengindikasikan semakin sedikit waktu yang diperlukan oleh perusahaan untuk mengumpulkan piutang usaha selama periode tertentu. Sedikitnya waktu yang diperlukan untuk pengumpulan piutang usaha dari penjualan secara kredit berarti semakin banyak pula piutang usaha yang kembali dalam bentuk kas atau bank, dimana dana tersebut dapat di-investasikan kembali untuk kegiatan operasional perusahaan. Dana tersebut digunakan kembali oleh perusahaan untuk membeli bahan baku yang digunakan untuk memproduksi barang jadi. Barang tersebut akan dijual kembali kepada konsumen sehingga terjadi peningkatan penjualan. Dengan adanya peningkatan penjualan dan efisiensi biaya produksi, maka terjadi peningkatan *income* perusahaan yang pada akhirnya akan meningkatkan *Return on Assets*. Dengan begitu, semakin cepat periode pengumpulan piutang rata-rata pada perusahaan, maka semakin tinggi pula *Return on Assets*. Menurut Weygandt, *et al.* (2015), periode pengumpulan piutang rata-rata digunakan untuk menilai efektivitas kebijakan kredit dan pengumpulan perusahaan

serta periode pengumpulan piutang rata-rata yang baik adalah tidak melebihi periode kredit (waktu pembayaran).

Pengaruh periode pengumpulan piutang rata-rata terhadap profitabilitas pernah diteliti oleh Harapan & Prasetiono (2016), Fauzan & Laksito (2015), Fatiha & Pangestuti (2015) dan Sidabutar & Widyarti (2017) dimana menunjukkan bahwa periode pengumpulan piutang rata-rata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas dengan arah negatif.

Perusahaan manufaktur memiliki 3 jenis persediaan barang yaitu bahan baku mentah, barang setengah jadi dan barang jadi (Weygandt, *et al.*, 2015). Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2018) dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 14 tentang persediaan, definisi persediaan adalah aset yang tersedia untuk dijual dalam kegiatan usaha biasa, dalam proses produksi untuk penjualan tersebut; atau dalam bentuk bahan atau perlengkapan untuk digunakan dalam proses produksi atau pemberian jasa. Dalam mengelola produksi dari persediaan, perusahaan manufaktur dapat menggunakan sistem bernama *Just-in-Time (JIT) production*. Sistem ini membantu perusahaan untuk memenuhi permintaan atas produk berkualitas tinggi yang tepat waktu dan dengan biaya yang seminimal mungkin (Datar & Rajan, 2018). Perusahaan sendiri akan menghadapi berbagai risiko dan biaya terkait dengan persediaan seperti *purchasing costs* seperti biaya pembelian bahan baku; *carrying costs* seperti biaya sewa tempat, biaya asuransi dan barang yang telah usang (rusak); serta *shrinkage costs* seperti kerugian atas pencurian yang dilakukan oleh pihak luar ataupun oleh karyawan. Menurut Yuniningsih (2018), periode konversi persediaan adalah jangka waktu yang

dibutuhkan untuk mengubah-mengkonversi bahan baku menjadi barang jadi dan kemudian dijual. Periode perputaran persediaan barang adalah periode waktu yang dibutuhkan untuk mengkonversi bahan baku menjadi barang jadi dan kemudian menjual barang tersebut (Brigham dan Houston, 2006 dalam Sidabutar & Widyarti, 2017). Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan pengertian periode perputaran persediaan barang (*Inventory Turnover in Days*) adalah rata-rata waktu yang diperlukan oleh perusahaan untuk mengolah bahan baku menjadi barang jadi hingga barang jadi tersebut terjual kepada pelanggan. *Inventory Turnover in Days* dinyatakan dalam bentuk hari.

Periode perputaran persediaan barang (*Inventory Turnover in Days*) yang rendah menunjukkan semakin sedikit waktu yang diperlukan oleh perusahaan untuk mengolah bahan baku menjadi barang jadi hingga barang jadi tersebut terjual kepada pelanggan. Sedikit waktu yang diperlukan oleh perusahaan untuk mengolah bahan baku menjadi barang jadi hingga barang jadi tersebut terjual kepada pelanggan mengindikasikan semakin banyaknya persediaan perusahaan yang dapat terjual selama periode tertentu. Persediaan yang terjual semakin banyak berarti terjadi peningkatan penjualan barang dagang dan juga dapat meminimalkan timbulnya risiko dan biaya terkait dengan persediaan seperti *carrying costs* dan *shrinkage costs*. Dengan adanya peningkatan penjualan persediaan dan minimalisasi biaya persediaan, maka terjadi peningkatan *income* yang pada akhirnya akan meningkatkan *Return on Assets*. Dengan begitu, semakin cepat periode perputaran persediaan barang pada perusahaan, maka semakin tinggi pula *Return on Assets*.

Pengaruh periode perputaran persediaan barang terhadap profitabilitas pernah diteliti oleh Harapan & Prasetyono (2016) dan Fatiha & Pangestuti (2015) yang menunjukkan bahwa periode perputaran persediaan barang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas dengan arah negatif. Penelitian yang dilakukan oleh Fauzan & Laksito (2015) menunjukkan bahwa periode perputaran persediaan barang tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas dengan arah negatif, sedangkan penelitian Sidabutar & Widyarti (2017) menunjukkan bahwa periode perputaran persediaan barang tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas dengan arah positif.

Perusahaan membutuhkan bahan baku untuk memproduksi barang. Bahan baku dapat diperoleh perusahaan dengan cara membeli dari *supplier*. Pembelian bahan baku dapat dilakukan secara tunai ataupun secara kredit (Weygandt, *et al.*, 2015). Pembelian secara kredit akan menimbulkan akun utang usaha pada laporan keuangan perusahaan. Utang usaha adalah jumlah yang dibayarkan kepada pihak lain untuk barang, persediaan atau jasa yang dibeli secara *open account* (Kieso, Weygandt, & Warfield, 2018). Periode pembayaran utang rata-rata (*Average Payment Period*) adalah waktu rata-rata yang dibutuhkan perusahaan untuk membayar utang usaha (Harapan & Prasetyono, 2016). Menurut Taurigana dan Afrifa (2013), Alipour (2011) dalam Fatiha & Pangestuti (2015), *Average Payment Period* merupakan waktu antara membeli bahan secara kredit dan pembayaran utang dagang yang dilakukan oleh perusahaan. Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan pengertian *Average Payment Period* adalah rata-rata waktu yang diperlukan oleh perusahaan untuk membayar utang usaha atas

pembelian bahan baku secara kredit. *Average Payment Period* dinyatakan dalam bentuk hari.

Periode pembayaran utang rata-rata (*Average Payment Period*) yang rendah menunjukkan semakin sedikit waktu yang diperlukan oleh perusahaan untuk membayar utang usaha atas pembelian bahan baku secara kredit. Sedikit waktu yang diperlukan untuk pembayaran utang usaha dari pembelian bahan baku secara kredit berarti perusahaan memiliki kecukupan dana untuk membayar utang tersebut dan akan mendapatkan potongan pembelian karena melunasi utang sebelum jatuh tempo. Dengan adanya minimalisasi tagihan pembayaran utang berupa potongan pembelian, maka terjadi penghematan pengeluaran berupa *cost of goods sold* sehingga akan menyebabkan peningkatan *income* yang pada akhirnya akan meningkatkan *Return on Assets*. Dengan begitu, semakin cepat periode pembayaran utang rata-rata pada perusahaan, maka semakin tinggi pula *Return on Assets*. Menurut Yuniningsih (2018), periode ini ditentukan berdasarkan kebijakan perusahaan atau perjanjian antara penjual dan pembeli.

Pengaruh periode pembayaran utang rata-rata terhadap profitabilitas pernah diteliti oleh Harapan & Prasetiono (2016) dan Sidabutar & Widyarti (2017) yang menunjukkan bahwa periode pembayaran utang rata-rata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas dengan arah positif, sebaliknya hasil penelitian oleh Fauzan & Laksito (2015) menunjukkan arah yang berbeda yaitu negatif, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Fatiha & Pangestuti (2015) menunjukkan bahwa periode pembayaran utang rata-rata tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas dengan arah positif.

Rasio solvabilitas mengukur kemampuan sebuah perusahaan bertahan dalam jangka periode waktu yang panjang (Weygandt, *et al.*, 2015). Rasio solvabilitas yang digunakan adalah *Debt to Total Asset Ratio* atau yang sering dikenal dengan sebutan *Debt Ratio*. Menurut Weygandt, *et al.* (2015), *Debt Ratio* mengukur persentase dari total aset yang disediakan oleh kreditor. *Debt Ratio* mengindikasikan tingkat *leverage* suatu perusahaan (Weygandt, *et al.*, 2015). Berdasarkan teori tersebut, maka dapat disimpulkan pengertian *Debt Ratio* adalah rasio yang menunjukkan proporsi aset yang dibiayai oleh utang. *Debt Ratio* dinyatakan dalam bentuk persentase (%).

Debt Ratio yang rendah menunjukkan bahwa proporsi aset yang dimiliki perusahaan lebih besar dibiayai dengan menggunakan modal sendiri dibandingkan utang. Sedikitnya proporsi aset yang dibiayai oleh utang berarti semakin rendahnya beban bunga yang akan ditanggung oleh perusahaan yang timbul dari peminjaman modal tersebut. Dengan rendahnya beban bunga yang ditanggung, maka terjadi peningkatan *income* perusahaan yang pada akhirnya akan meningkatkan *Return on Assets*. Dengan begitu, semakin rendah *Debt Ratio* pada perusahaan, maka semakin tinggi pula *Return on Assets*.

Pengaruh *Debt Ratio* terhadap profitabilitas pernah diteliti oleh Harapan & Prasetiono (2016) yang menunjukkan bahwa *Debt Ratio* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas dengan arah negatif, sedangkan penelitian Kartikasari & Merianti (2016) menunjukkan bahwa *Debt Ratio* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas dengan arah positif.

Ukuran perusahaan (*Size*) dapat diartikan sebagai “Besarnya kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai *equity*, nilai perusahaan, ataupun hasil nilai total aktiva dari suatu perusahaan” (Riyanto, 2013 dalam Fatiha & Pangestuti, 2015). Ukuran perusahaan diproksikan dengan logaritma natural dari total aset. Menurut Marhamah (2013) dalam Meidiyustiani (2016), total aset yang besar secara tidak langsung berdampak pada kegiatan operasional perusahaan yang besar sehingga kemampuan perusahaan menghasilkan laba akan semakin besar. Berdasarkan teori tersebut, maka dapat disimpulkan pengertian ukuran perusahaan adalah penetapan besar kecilnya perusahaan yang dilihat dari besarnya nilai total aset yang dimiliki perusahaan dimana total aset ini diperkirakan akan meningkatkan produktivitas perusahaan sehingga akan meningkatkan pula laba perusahaan. Ukuran perusahaan dinyatakan dengan besar total aset yaitu dalam bentuk Rupiah (Rp).

Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan bahwa aset yang dimiliki oleh perusahaan juga besar. Aset tersebut dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas perusahaan dalam memproduksi barang seperti mesin-mesin berteknologi tinggi. Produksi barang jadi dengan menggunakan mesin-mesin berteknologi tinggi akan menciptakan efisiensi dari segi waktu dan biaya produksi, serta meminimalkan kesalahan kerja. Barang jadi tersebut akan dijual oleh perusahaan yang berarti akan meningkatkan penjualan perusahaan. Dengan adanya peningkatan penjualan dan adanya efisiensi biaya produksi serta minimalisasi kesalahan kerja, maka terjadi peningkatan *income* perusahaan yang pada akhirnya

akan meningkatkan *Return on Assets*. Dengan begitu, semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin tinggi pula *Return on Assets*.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pernah diteliti oleh Fatiha & Pangestuti (2015), Meidiyustiani (2016) dan Sidabutar & Widyarti (2017) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas dengan arah positif.

Penelitian yang dilakukan mengacu pada penelitian Harapan dan Prasetyono (2016) dengan perbedaan sebagai berikut:

1. Penambahan variabel independen ukuran perusahaan (*Size*) dengan proksi logaritma natural dari total aset yang mengacu pada penelitian Sidabutar & Widyarti (2017), serta tidak menggunakan variabel independen *Sales Growth* dari penelitian sebelumnya dikarenakan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan;
2. Periode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah periode tahun 2014 – 2018, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang melakukan pengujian pada periode tahun 2010 – 2014;
3. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014 – 2018, sedangkan objek penelitian yang digunakan dalam penelitian sebelumnya adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010 – 2014.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka judul penelitian ini adalah “**PENGARUH *AVERAGE COLLECTION PERIOD, INVENTORY TURNOVER IN DAYS, AVERAGE PAYMENT PERIOD, DEBT RATIO* DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014 – 2018)**”.

1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang dan dikarenakan begitu luasnya lingkup permasalahan yang diteliti dalam rangka menghindari adanya kegiatan diluar tujuan penelitian yang telah ditentukan maka dalam pembuatan laporan penelitian ini membatasi masalah dalam beberapa batasan masalah sebagai berikut:

1. Batasan masalah dalam penelitian ini terbatas pada penggunaan variabel *Average Collection Period, Inventory Turnover in Days, Average Payment Period, Debt Ratio* dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas Perusahaan yang diukur menggunakan rasio *Return on Assets (ROA)*;
2. Batasan masalah penelitian selanjutnya adalah terbatas pada perusahaan Manufaktur di sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI); dan
3. Periode yang digunakan dalam pengambilan data untuk penelitian ini adalah tahun 2014 – 2018.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan masalah sebagai dasar dari kajian penelitian yang dilakukan sebagai berikut:

1. Apakah *Average Collection Period* memiliki pengaruh negatif terhadap profitabilitas perusahaan yang diproksikan dengan *ROA*?
2. Apakah *Inventory Turnover in Days* memiliki pengaruh negatif terhadap profitabilitas perusahaan yang diproksikan dengan *ROA*?
3. Apakah *Average Payment Period* memiliki pengaruh negatif terhadap profitabilitas perusahaan yang diproksikan dengan *ROA*?
4. Apakah *Debt Ratio* memiliki pengaruh negatif terhadap profitabilitas perusahaan yang diproksikan dengan *ROA*?
5. Apakah Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan yang diproksikan dengan *ROA*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat diketahui bahwa tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh *Average Collection Period* terhadap profitabilitas perusahaan yang diproksikan dengan *ROA*.
2. Mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh *Inventory Turnover in Days* terhadap profitabilitas perusahaan yang diproksikan dengan *ROA*.
3. Mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh *Average Payment Period* terhadap profitabilitas perusahaan yang diproksikan dengan *ROA*.

4. Mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh *Debt Ratio* terhadap profitabilitas perusahaan yang diproksikan dengan *ROA*.
5. Mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan yang diproksikan dengan *ROA*.

1.5 Manfaat Penelitian

Pihak-pihak yang diharapkan menerima manfaat dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manajemen Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan dalam pengelolaan modal kerja agar efektif dan efisien sehingga dapat memaksimalkan profit perusahaan.

2. Peneliti Berikutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi penelitian bagi peneliti berikutnya yang ingin meneliti tentang profitabilitas perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi dan variabel-variabel yang terkait agar dapat mengembangkan, memperluas serta menyempurnakan penelitiannya di masa mendatang.

3. Pihak Lain dan Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi pembaca dan pihak lain yang sedang mencari informasi terkait profitabilitas perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi dan variabel-variabel yang terkait.

4. Peneliti

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi peneliti dalam rangka menambah wawasan dan pengetahuan peneliti tentang faktor-faktor yang memengaruhi profitabilitas perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi dan juga dalam rangka membuktikan teori dari penelitian.

1.6 Sistematika Penulisan

Berikut adalah gambaran dari sistematika penulisan pada masing-masing Bab dimana untuk penelitian ini terdiri dari Lima Bab yaitu Pendahuluan, Telaah Literatur, Metode Penelitian, Analisis Data dan Pembahasan, serta Simpulan dan Saran. Sistematika penulisan penelitian ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I terdiri dari latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TELAAH LITERATUR

Bab II menjelaskan teori-teori umum ataupun khusus yang mendukung penelitian yang dilakukan. Teori yang digunakan yaitu laporan keuangan, profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Assets* sebagai variabel dependen, siklus pendapatan, piutang usaha, *Average Collection Period*, siklus produksi, persediaan, *Inventory Turnover in Days*, siklus pengeluaran, utang usaha, *Average Payment Period*, rasio solvabilitas yang diproksikan dalam *Debt Ratio*, dan ukuran perusahaan. Bab ini juga berisi hasil penelitian

terdahulu dan rumusan hipotesis yang akan diuji serta kerangka model penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III terdiri dari gambaran umum objek penelitian, metode penelitian, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab IV terdiri dari deskripsi sampel penelitian, pengolahan data, hasil analisa data, dan pembahasan dari hasil penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab V terdiri dari simpulan dari hasil penelitian, saran untuk peneliti selanjutnya yang didasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan dalam penelitian dan implikasi penelitian.

