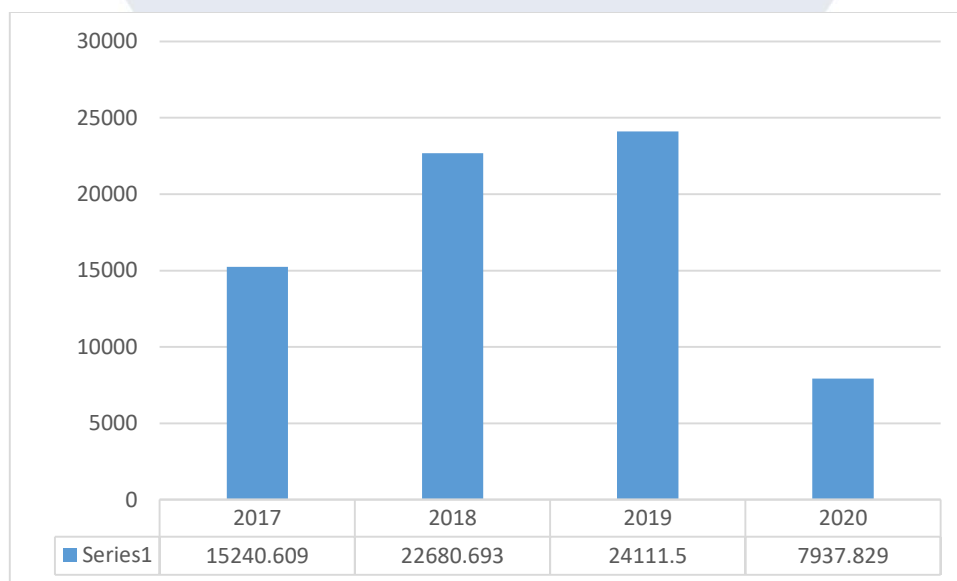


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut data statistik Bursa Efek Indonesia, seperti yang disajikan pada Gambar 1.1, laba bersih perusahaan sektor *trade* dan *services* mengalami peningkatan sebesar 48,81%, yaitu dari Rp15.240,609 miliar di tahun 2017 naik menjadi Rp22.680,693 miliar pada tahun 2018. Di tahun 2019 juga terjadi peningkatan laba bersih sebesar 6,31%, yaitu dari Rp22.680,693 miliar pada tahun 2018 menjadi Rp24.111,5 miliar. Namun, pada tahun 2020 perusahaan sektor *trade* dan *services* mengalami penurunan laba bersih sebesar 67,08%, yaitu dari Rp24.111,5 miliar di tahun 2019 menjadi Rp7.937,829 miliar.

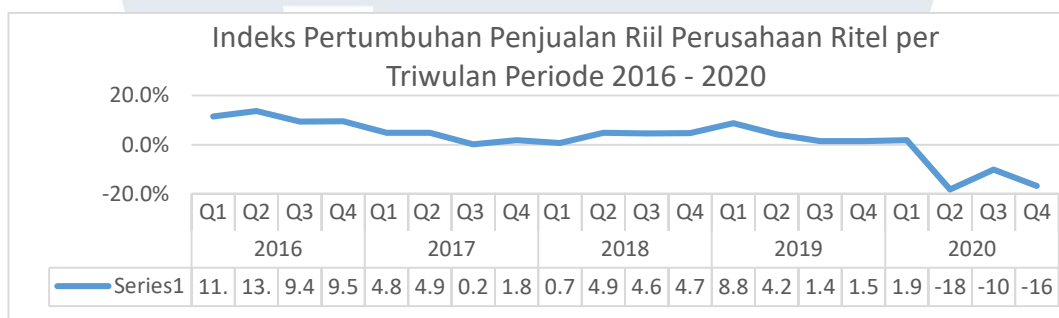


Gambar 1.1 Laba Bersih Perusahaan Sektor *Trade* dan *Services* Tahun 2017-2020 (dalam satuan Miliar)

Sumber: www.idx.co.id

Salah satu faktor penurunan laba bersih perusahaan sektor *trade* dan *services* pada tahun 2020 adalah terjadinya penurunan penjualan yang signifikan dari sektor ritel. Menurut Kotler (2016), ritel adalah “seluruh kegiatan dalam penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen terakhir untuk dikonsumsi sendiri bukan untuk kegiatan bisnis lainnya.” Salah satu faktor penting pada perusahaan ritel di era kemajuan teknologi ini adalah *e-commerce*. Menurut

The Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), *e-commerce* adalah “penjualan atau pembelian barang atau jasa, yang dilakukan melalui jaringan komputer dengan metode yang secara spesifik dirancang untuk tujuan menerima atau melakukan pesanan.” *E-commerce* juga menyediakan pilihan cara berbelanja bagi masyarakat dengan tidak perlu datang secara langsung ke *physical store* (toko fisik) atau yang dikenal dengan berbelanja secara *online*. Walaupun penjualan ritel masih didominasi oleh toko fisik namun tren masyarakat mulai berubah karena konsumen membutuhkan proses belanja yang lebih cepat dan efisien. Melalui perubahan tren tersebut maka ketertarikan masyarakat untuk berbelanja di toko ritel fisik mulai berkurang, hal ini ditandai melalui penurunan pertumbuhan penjualan pada perusahaan ritel yang ditunjukkan melalui gambar berikut:



Gambar 1.2 Indeks Pertumbuhan Penjualan Riil Perusahaan Ritel per Triwulan Periode 2016 – 2020

Sumber: www.bi.go.id

Berdasarkan Gambar 1.2 terlihat bahwa pada tahun 2017 terjadi penurunan pertumbuhan penjualan untuk perusahaan ritel dimana pada tahun 2016 pertumbuhan penjualan perusahaan ritel di Indonesia dapat mencapai 13% namun pada tahun 2017 pertumbuhan penjualan perusahaan ritel di Indonesia hanya mencapai 4,8%. Dapat terlihat juga pertumbuhan penjualan perusahaan ritel di Indonesia semakin lama semakin menurun hal ini dapat dilihat pada Q3 dan Q4 pada tahun 2019 yang menunjukkan pertumbuhan penjualan perusahaan ritel di Indonesia hanya mencapai 1,4% dan 1,5%. Serta terjadi penurunan drastis pada Q2 hingga Q4 pada tahun 2020 dengan penurunan hingga mencapai 18% dan 16%.

Wakil Ketua Umum Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia Fernando Repi menyatakan bahwa wabah penyakit Covid-19 berdampak besar terhadap bisnis ritel di Indonesia. Sebab, industri ritel saat ini lebih banyak mengandalkan penjualan secara *offline* ketimbang *online*. Menurut Repi (2020), “penjualan toko ritel pakaian

turun 80% di kuartal I 2020, diakibatkan karena banyak toko-toko yang tutup selama masa pandemi Covid. Hanya beberapa toko ritel *modern* yang mulai menerapkan transaksi penjualan *e-commerce* untuk mensiasati pengurangan jumlah transaksi *offline*. Namun, kontribusinya belum sebesar penjualan *offline*.”

Dengan adanya penurunan pertumbuhan penjualan perusahaan ritel menunjukkan bahwa terdapat beberapa perusahaan yang pendapatannya berkurang setiap tahunnya, apabila perusahaan tersebut tidak dapat melakukan efisiensi beban maka perusahaan tersebut akan merugi setiap tahunnya. Hal ini ditandai melalui data kinerja beberapa emiten ritel pada kuartal II hingga kuartal IV tahun 2020 sebagai berikut:

Tabel 1.1 Kinerja Beberapa Emiten Ritel Kuartal II Tahun 2020

Q2				
Kode Saham	Pendapatan (Milliar)	Pendapatan (%QoQ)	Laba (Milliar)	Laba (%QoQ)
ACES	3651	-7.83%	468	-26.30%
HERO	4995	-25.13%	-202	-2656.96%
LPPF	2253	-62.13%	-357	-130.75%
MPPA	3672	-20.90%	-219	-17.74%
RALS	1473	-57.77%	5	-99.15%
Average		-34.75%		-586.18%

Tabel 1.2 Kinerja Beberapa Emiten Ritel Kuartal III Tahun 2020

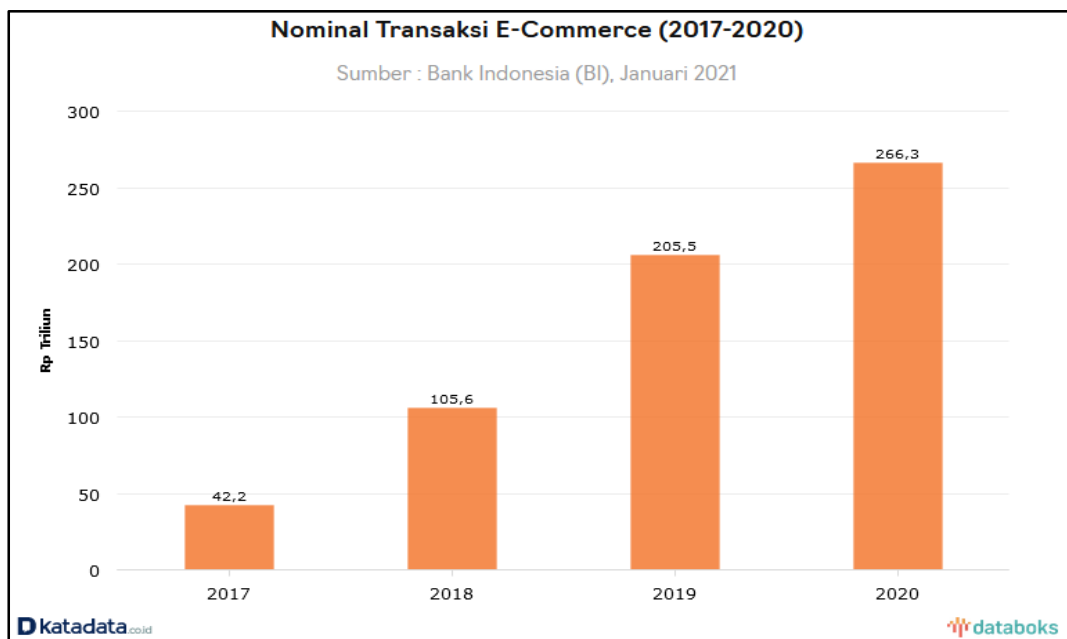
Q3				
Kode Saham	Pendapatan (Milliar)	Pendapatan (%QoQ)	Laba (Milliar)	Laba (%QoQ)
ACES	5480	-8.27%	688	-29.15%
HERO	6862	-27.65%	-339	-5036.36%
LPPF	3328	-57.49%	-616	-151.94%
MPPA	5119	-22.91%	-332	-25.28%
RALS	1901	-57.05%	-95	-115.52%
Average		-34.67%		-1071.65%

Tabel 1.3 Kinerja Beberapa Emiten Ritel Kuartal IV Tahun 2020

Q4				
Kode Saham	Pendapatan (Milliar)	Pendapatan (%QoQ)	Laba (Milliar)	Laba (%QoQ)
ACES	7412	-8.97%	731	-28.54%
HERO	3559	-70.78%	-1214	-4235.71%
LPPF	4839	-52.91%	-873	-163.91%
MPPA	6746	-22.05%	-405	26.63%
RALS	2527	-54.84%	-138	-121.33%
Average		-41.91%		-904.57%

Berdasarkan Tabel 1.1, Tabel 1.2, dan Tabel 1.3 terlihat bahwa kinerja beberapa perusahaan ritel menurun selama kuartal II – kuartal IV tahun 2020. PT Matahari Department Store Tbk mengalami penurunan pendapatan tertinggi sebesar 62,13% pada kuartal II dan 57,49% pada kuartal III, serta PT Hero Supermarket Tbk (HERO) sebesar 70,78% pada kuartal IV. Rata-rata pendapatan

beberapa perusahaan ritel menurun sebesar 34,75% pada kuartal II, 34,67% pada kuartal III, dan 41,91% pada kuartal IV. Sehingga mengakibatkan penurunan laba perusahaan ritel dengan rata-rata sebesar 586,18% pada kuartal II, 1071,65% pada kuartal III dan 904,57% pada kuartal IV. HERO yang memiliki kontribusi terbesar pada penurunan laba mengalami penurunan laba sebesar 2656,96% pada kuartal II, 5036,36% pada kuartal III, dan 4235,71% pada kuartal IV. Melalui data-data ini dapat disimpulkan bahwa penjualan perusahaan ritel di Indonesia semakin berkurang. Menurut Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO) hal ini diakibatkan oleh tren belanja masyarakat yang meningkat melalui transaksi *e-commerce* dibandingkan melalui toko ritel fisik. Perubahan tren berbelanja berdampak pada beberapa aktivitas perusahaan ritel (Makkl, 2019). Beberapa perusahaan ritel melakukan penutupan gerai karena penurunan perilaku berbelanja konvensional. Sebagai contoh, PT Hero Supermarket Tbk telah menutup 6 gerai ritel Giant miliknya pada 28 Juli 2019. Keenam gerai tersebut, yakni Giant Express Cinere Mall, Giant Express Mampang, Giant Express Pondok Timur, Giant Extra Jatimakmur, Giant Mitra 10 Cibubur, dan Giant Extra Wisma Asri (Novelino, 2019). Penurunan penjualan konvensional perusahaan ritel diiringi dengan peningkatan transaksi *e-commerce*. Berikut ini adalah perkembangan nominal transaksi *e-commerce* di Indonesia periode 2017-2020:



Gambar 1.3 Pertumbuhan Nominal Transaksi *E-Commerce* di Indonesia Tahun 2017 - 2020
(Sumber: www.databoks.katadata.co.id, 2021)

Berdasarkan Gambar 1.3 dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan nominal transaksi *e-commerce* dari tahun 2017 hingga tahun 2020. Pada tahun 2018 terjadi peningkatan nominal transaksi *e-commerce* sebesar 150,2% dari tahun 2017 dari nilai transaksi Rp42,2 triliun menjadi Rp105,6 triliun. Pada tahun 2019 juga terjadi peningkatan nominal transaksi *e-commerce* sebesar 94,6% dari tahun 2018 serta pada tahun 2020 terjadi peningkatan nominal transaksi *e-commerce* sebesar 29,5% dari tahun 2019 dari Rp205,5 triliun menjadi Rp266,3 triliun. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa terjadi peningkatan transaksi *e-commerce* di Indonesia yang cukup drastis dari tahun 2017 hingga tahun 2020. Meskipun laba bersih pada perusahaan sektor *trade* dan *services* fluktuatif selama tahun 2017-2020, tetapi di sisi lain terjadi peningkatan pada penjualan *e-commerce* sektor tersebut membuat kinerja keuangan perusahaan sektor *trade* dan *services* menarik untuk diteliti.

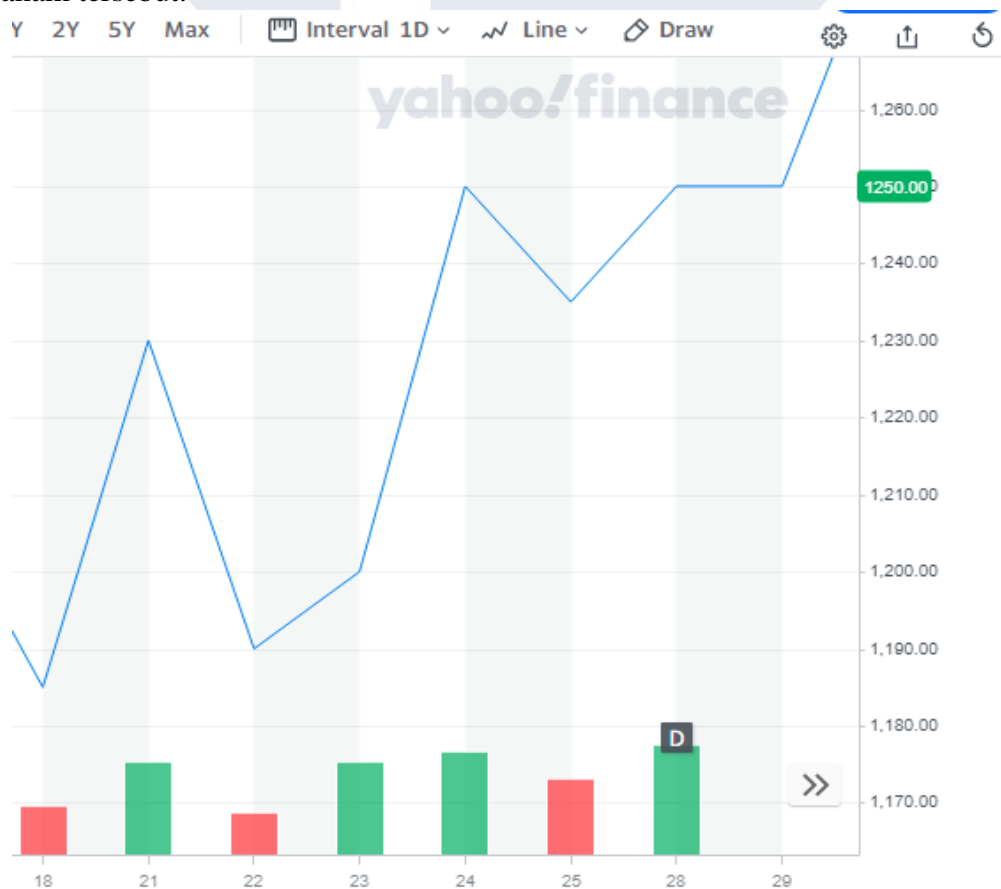
Kinerja keuangan perusahaan dapat terlihat pada laporan keuangan. Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2018) dalam PSAK no. 1, “komponen laporan keuangan terdiri atas laporan posisi keuangan pada akhir periode, laporan laba rugi dan penghasilan komprehensif lain selama periode, laporan perubahan ekuitas selama periode, laporan arus kas selama periode, catatan atas laporan keuangan, dan 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. Laporan posisi keuangan menyajikan aset, liabilitas dan ekuitas. 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. 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. Ekuitas adalah hak residual atas aset entitas setelah dikurangi seluruh liabilitas.”

Laporan laba rugi dapat digunakan untuk pengguna laporan keuangan sebagai pengukuran kinerja sebuah perusahaan dari sisi laba atau rugi perusahaan. Laba yang tinggi akan mendapatkan reaksi positif dari pasar yang ditandai dengan

adanya peningkatan harga saham perusahaan tersebut yang menunjukkan perusahaan diminati oleh investor. Hal ini disebabkan karena dengan adanya laba maka kemampuan perusahaan dalam membagikan dividen akan meningkat. Namun, sebaliknya apabila laba perusahaan tergolong rendah atau bahkan perusahaan mengalami kerugian maka hal tersebut dapat menyebabkan reaksi negatif dari pasar yang ditandai dengan penurunan harga saham. “Selain keuntungan berupa dividen dan *capital gain*, investasi saham juga memiliki resiko berupa *capital loss* dan likuidasi.” (Bursa Efek Indonesia, 2022).

Komponen kinerja keuangan yang sering menjadi perhatian *stakeholder* perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan faktor penting bagi perusahaan karena perusahaan dapat menghitung jumlah laba yang dihasilkan dari aktivitas bisnisnya. Profitabilitas juga dapat mengukur kinerja perusahaan dengan membandingkan laba yang diperoleh tahun yang bersangkutan dengan laba yang diperoleh di tahun sebelumnya serta sebagai tolak ukur perusahaan terkait pengembangan usaha yang ingin dilakukan di masa yang akan datang seperti ekspansi. Sebagai contoh, PT Ace Hardware Indonesia (ACES) berhasil melakukan ekspansi gerai fisik dan juga infrastruktur toko *online*. ACES berhasil membangun infrastruktur penjualan *online* pertamanya di tahun 2016 yang bernama Ruparupa. Melalui ekspansi tersebut ACES berhasil meningkatkan penjualan bersihnya di tahun 2018 yang bernilai Rp7,24 triliun tumbuh sebesar 21,91% dibandingkan dengan tahun 2017 yang bernilai Rp5,94 triliun, sehingga ACES berhasil meningkatkan laba bersihnya sebesar 24,02% dari tahun 2017 yang bernilai Rp777,73 miliar menjadi Rp976,27 miliar, melalui peningkatan laba bersih yang diperoleh, ACES juga berhasil menambah 68 gerai fisik dari tahun 2016 hingga 2019. Penambahan gerai fisik tidak hanya berfokus pada Pulau Jawa namun menyebar ke seluruh wilayah Indonesia, diakhir 2019 ACES membuka gerai fisik di Bangka Belitung. Selain pembukaan gerai fisik, di tahun 2018 ACES juga berhasil berinovasi dengan membuka gerai fisik baru dengan konsep berbeda yang dinamakan *Ace Express*. Konsep dari *Ace Express* sendiri bertujuan untuk menjual barang-barang kebutuhan dasar serta meningkatkan penjualan *online*. Ekspansi didukung dengan penjualan yang tinggi membuat ACES berhasil memperoleh laba yang tinggi. Hal ini ditandai dengan adanya peningkatan laba dari Rp976,27 miliar pada tahun 2018 menjadi Rp1,03 triliun di tahun 2019 (Situmorang, April 2020).

Profitabilitas juga penting bagi investor sebagai pengukur kinerja perusahaan karena dengan perusahaan memperoleh laba yang tinggi maka investor akan tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut dan berharap untuk memperoleh *return* dari perusahaan tersebut yang berupa dividen. Keberhasilan ACES dalam ekspansi serta adaptasi menyebabkan peningkatan laba perusahaan sehingga perusahaan dapat membagikan dividen kepada investor. Pada tahun 2017 ACES berhasil memperoleh laba sebesar Rp777,73 miliar sehingga ACES membagikan dividen kepada investor senilai Rp22,81 per satu lembar saham. “Pada tahun 2018 ACES berhasil memperoleh laba bersih senilai Rp976,27 miliar sehingga dividen yang dibagikan oleh ACES meningkat dari Rp22,81 per satu lembar saham menjadi Rp28,25 per satu lembar saham.” (Rahmawati, Juni 2021). Hal ini menarik minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut sehingga harga saham ACES meningkat. Peningkatan harga saham juga bermanfaat bagi investor karena investor akan memperoleh *capital gain* dari selisih harga saham tersebut.



Gambar 1.4 Harga Saham PT Ace Hardware Tbk Setelah Pengumuman Dividen 2017
 Sumber: www.finance.yahoo.com

Berdasarkan Gambar 1.4 dapat dilihat terjadi peningkatan harga saham ACES setelah pengumuman dividen ACES untuk tahun buku 2017. ACES mengumumkan pembagian dividen sebesar Rp22,81 per lembar saham dan pembayarannya dilakukan pada tanggal 21 Juni 2018. Pada 18 Mei 2018 (tanggal pengumuman dividen) diketahui harga saham ACES sebesar Rp1.185 per lembar saham. Harga saham ACES lalu meningkat menjadi Rp1.230 per lembar saham pada 21 Mei 2018.



Gambar 1.5 Harga Saham PT Ace Hardware Tbk Setelah Pengumuman Dividen 2018

Sumber: www.finance.yahoo.com

Berdasarkan Gambar 1.5 dapat dilihat terjadi peningkatan harga saham ACES setelah pengumuman dividen ACES untuk tahun buku 2018. ACES mengumumkan pembagian dividen sebesar Rp28,25 per lembar saham dan

pembayarannya dilakukan pada tanggal 14 Juni 2019. Pada 14 Mei 2019 (tanggal pengumuman dividen) diketahui harga saham ACES sebesar Rp1.620 per lembar saham. Harga saham ACES lalu meningkat menjadi Rp1.650 per lembar saham pada 15 Mei 2019.

Profitabilitas juga bermanfaat bagi perusahaan, dengan laba perusahaan yang tinggi maka akan meningkatkan nilai saldo laba. Perusahaan dapat menggunakan saldo laba untuk keperluan ekspansi yang dapat meningkatkan laba perusahaan untuk tahun berikutnya. Sebagai contoh laba ACES meningkat sebesar 9,4% di tahun 2017 dari Rp710,6 miliar menjadi Rp777,7 miliar. Melalui peningkatan laba bersih ACES dapat merencanakan ekspansi dengan 10-15 penambahan gerai untuk tahun 2018. Pada tahun 2018 ACES berhasil ekspansi sebanyak 31 gerai dengan menggunakan dana belanja modal yang telah dialokasikan (Putri, 2018).

Profitabilitas juga bermanfaat bagi kreditur, dengan laba perusahaan yang tinggi maka kemampuan perusahaan untuk melunasi seluruh kewajibannya juga tinggi, sehingga kreditur tidak perlu menanggung risiko yang tinggi ketika perusahaan melakukan pinjaman. Bagi pemerintah, profitabilitas yang tinggi akan meningkatkan penerimaan negara yang wajib dibayarkan oleh perusahaan dalam bentuk pajak dari laba yang diperolehnya.

Menurut Nurwita (2020), “profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba pada periode tertentu.” Menurut Sipahutar dan Sanjaya (2019), “kemampuan perusahaan menghasilkan laba menunjukkan baik atau buruknya prospek di masa yang akan datang. Laba juga sering digunakan sebagai salah satu ukuran kinerja perusahaan. Perusahaan yang memiliki laba yang tinggi berarti memiliki kinerja yang baik dan sebaliknya.” Profitabilitas dalam penelitian ini diproksikan menggunakan *return on asset (ROA)*. Menurut Wiagustini (2010) dalam Nurwita (2020), “*ROA* merupakan salah satu rasio profitabilitas dengan mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari total aset yang digunakan.” Menurut Weygandt, *et al.* (2019), “*ROA* dapat dihitung dengan membandingkan antara laba bersih perusahaan dengan rata-rata nilai aset yang dimiliki perusahaan.” Semakin tinggi nilai *ROA* menunjukkan kemampuan

perusahaan yang efektif dan efisien dalam mengelola asetnya sehingga dapat memperoleh laba yang tinggi. Dengan laba yang tinggi maka kemampuan perusahaan untuk memberikan dividen kepada investor juga meningkat, sehingga investor akan tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut maka harga saham perusahaan akan meningkat. Apabila harga saham perusahaan meningkat maka dana yang diperoleh perusahaan akan meningkat sehingga perusahaan dapat memperoleh dana untuk mengembangkan perusahaannya. Sehingga profitabilitas merupakan salah satu indikator bagi investor untuk berinvestasi pada sebuah perusahaan.

Profitabilitas dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya likuiditas. Likuiditas merupakan indikator mengenai kemampuan perusahaan untuk membayar semua kewajibannya. Menurut Houston (2010) dalam Armalinda (2019), “likuiditas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajiban yang segera harus dibayar.” Likuiditas dalam penelitian ini diproksikan dengan *Current Ratio (CR)*. *CR* adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. “Dengan kata lain, seberapa banyak aset lancar yang tersedia untuk menutupi kewajiban jangka pendek yang segera jatuh tempo” (Kasmir, 2015 dalam Utami dan Welas, 2019). *Current Ratio* menunjukkan kemampuan perusahaan melunasi utang lancar dengan aset lancar. *Current Ratio* dapat diperoleh dari membandingkan seluruh aset lancar dan kewajiban lancarnya pada satu tahun periode.

Semakin tinggi nilai *CR* menunjukkan bahwa perusahaan memiliki jumlah aset lancar yang lebih besar dibandingkan utang lancar. Hal ini menandakan bahwa perusahaan memiliki modal kerja yang dapat berupa kas, persediaan, piutang usaha, perlengkapan perusahaan, dan lain sebagainya setelah melunasi utang lancar. Modal kerja tersebut jika didominasi oleh kas mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki kecukupan kas untuk mengembangkan perusahaannya melalui ekspansi dengan mengadakan infrastruktur baru seperti membangun infrastruktur penjualan *online* seperti membuat *website* untuk transaksi *online*, sehingga dapat meningkatkan penjualan. Walaupun membangun infrastruktur penjualan *online*

memakan biaya namun, terdapat efisiensi beban gaji karyawan akibat pengurangan toko fisik, sehingga menyebabkan laba perusahaan meningkat. Peningkatan laba yang lebih tinggi dibandingkan peningkatan aset akan membuat *ROA* meningkat. Oleh karena itu, semakin tinggi *CR*, maka semakin tinggi juga *ROA* perusahaan. Menurut Sipatuhar dan Sanjaya (2019), Rahmawati dan Asiah (2019), dan Irman *et al.* (2020), *CR* berpengaruh signifikan terhadap *ROA*, Sedangkan menurut Ginting (2018), Gultom *et al.* (2020), dan Thoyib *et al.* (2018), *CR* tidak berpengaruh terhadap *ROA*.

Faktor kedua dari penelitian ini adalah *Total Asset Turnover (TATO)*. Menurut Sitanggang (2014) dalam Gultom *et al.* (2020), *TATO* adalah “rasio yang mengukur bagaimana seluruh aset yang dimiliki perusahaan dioperasikan dalam mendukung penjualan perusahaan.” Menurut Thoyib, *et al.* (2018), *TATO* adalah “rasio aktivitas yang mengukur perputaran dari seluruh aset perusahaan.” *TATO* adalah rasio yang digunakan untuk menghitung tingkat efektivitas perusahaan untuk menghasilkan penjualan melalui total aset yang dimiliki perusahaan. Menurut Weygandt, *et al.* (2019), “*TATO* dihitung dengan membandingkan penjualan bersih dengan rata-rata nilai aset yang dimiliki perusahaan.”

Semakin tinggi *TATO*, semakin tinggi produktivitas penggunaan seluruh aset perusahaan. *TATO* yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan berhasil mengelola asetnya dengan efisien sehingga menghasilkan penjualan yang maksimal. Penjualan maksimal ditandai dengan nilai *COGS* yang tinggi dan persediaan perusahaan yang rendah karena perusahaan berhasil menjual sebagian besar persediaannya dikarenakan strategi penentuan target pasar yang tepat. Laku terjualnya persediaan dapat membuat perusahaan berhasil melakukan efisiensi beban penyimpanan persediaan seperti efisiensi beban sewa gudang. Hal ini menyebabkan laba perusahaan meningkat. Dengan peningkatan laba yang lebih besar dibandingkan dengan peningkatan aset perusahaan maka *ROA* perusahaan akan meningkat. Jadi, dengan *TATO* meningkat akan menyebabkan *ROA* meningkat. Menurut Irman *et al.* (2020), Hasanah dan Enggariyanto (2018), dan Thoyib *et al.* (2018), *TATO* berpengaruh terhadap *ROA*, sedangkan menurut

Gultom *et al.* (2020), Rahmawati dan Asiah (2019) dan Sipahutar dan Sanjaya (2019), *TATO* tidak berpengaruh terhadap *ROA*.

Faktor ketiga dari penelitian ini adalah pertumbuhan penjualan. “Pertumbuhan penjualan merupakan rasio yang dapat digunakan untuk menggambarkan kenaikan penjualan perusahaan tahun ini dibandingkan dengan penjualan tahun lalu.” (Setyawan dan Susilowati, 2018). Menurut Hasanah dan Enggariyanto (2018), “pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi pada periode masa lalu yang dapat dijadikan prediksi pertumbuhan di masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan yang positif mencerminkan kinerja perusahaan yang baik, sehingga penjualan tahun berikutnya akan lebih tinggi daripada penjualan tahun sebelumnya.”

Menurut Farhana *et al.* (2016) dalam Sukadana dan Triaryati (2018), “semakin tinggi penjualan bersih yang diperoleh perusahaan dapat meningkatkan laba bersih perusahaan, sehingga dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan.” Dalam penelitian ini pertumbuhan penjualan dihitung dengan menselisihkan penjualan tahun tersebut dengan penjualan satu tahun sebelumnya, hasil selisihnya akan dibagi dengan penjualan tahun lalu. Semakin tinggi pertumbuhan penjualan perusahaan akibat dari penjualan *online* serta didukung dengan efisiensi beban penjualan seperti melakukan efisiensi beban iklan dengan mengurangi iklan fisik (iklan *billboard* atau iklan di media cetak) menyebabkan laba perusahaan meningkat. Peningkatan laba yang lebih besar dibandingkan dengan peningkatan aset perusahaan akan meningkatkan *ROA* perusahaan. Oleh karena itu, semakin tinggi pertumbuhan penjualan maka *ROA* akan semakin meningkat. Menurut Hasanah dan Enggariyanto (2018), dan Sukadana dan Triaryati (2018), pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap *ROA*, sedangkan menurut Anggarsari dan Aji (2018), Wulandari dan Gultom (2018), dan Nauli *et al.* (2021), pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap *ROA*.

Faktor keempat dari penelitian ini adalah solvabilitas. Menurut Sunanto dan Putri (2020), “solvabilitas adalah rasio untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang”. Solvabilitas dalam penelitian ini diukur dengan *Debt to Total Asset ratio (DTA)*. Menurut Weygandt, *et al.* (2019), “*DTA* mengukur

persentase total aset yang dibiayai oleh kreditur melalui utang.” Menurut Yahya dan Hidayat (2020), *DTA* adalah “rasio yang digunakan untuk menentukan seberapa besar partisipasi utang terhadap aset yang dimiliki.” “Semakin banyak utang yang digunakan untuk membeli aktiva akan menimbulkan tingginya beban bunga pinjaman yang akan ditanggung oleh perusahaan, sehingga dapat menimbulkan permasalahan yang mengakibatkan rendahnya jumlah keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan.” (Hasanah dan Enggariyanto, 2019). Semakin rendah nilai *DTA* menunjukkan bahwa semakin sedikit aset yang dibiayai oleh utang. Dengan jumlah utang yang rendah maka beban bunga dan pokok utang yang harus dibayarkan perusahaan akan lebih sedikit. Hal ini membuat perusahaan masih memiliki ketersediaan dana untuk melakukan perluasan usaha dengan menambah variasi produk yang dijual sesuai dengan *target market* perusahaan, sehingga penjualan perusahaan dapat meningkat. Peningkatan penjualan diikuti oleh efisiensi beban bunga dengan membayar utang tepat waktu dapat meningkatkan laba perusahaan. Peningkatan laba yang lebih besar dibandingkan peningkatan aset perusahaan akan meningkatkan *ROA* perusahaan. Oleh karena itu, semakin rendah nilai *DTA* maka semakin tinggi nilai *ROA*. Menurut Thoyib *et al.* (2018), Zulvia (2019), serta Hasanah dan Enggariyanto (2018), *DTA* berpengaruh terhadap *ROA*, sedangkan menurut Zulkarnaen (2018) dan Nauli *et al.* (2021), *DTA* tidak berpengaruh terhadap *ROA*.

Penelitian ini merupakan replikasi dari Irman *et al.* (2020). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu:

1. Penambahan variabel pertumbuhan penjualan yang mengacu pada penelitian Sukanda dan Triaryati (2018) dan variabel *Debt to Total Asset* yang mengacu pada penelitian Thoyib *et al.* (2018).
2. Penghapusan variabel *debt to equity ratio* dari penelitian Irman *et al.* (2020), karena menurut Irman *et al.* (2020) *debt to equity ratio* tidak berpengaruh terhadap *ROA*.
3. Periode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah 2017-2020 sedangkan periode yang digunakan pada penelitian sebelumnya adalah tahun 2011-2017.

- Objek penelitian yang digunakan untuk penelitian ini adalah sektor *Trade* dan *Services* sebelumnya *otomotive and component company*.

Berdasarkan latar belakang masalah ini maka dilakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Likuiditas, TATO, Pertumbuhan Penjualan, dan Solvabilitas Terhadap Profitabilitas (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Trade dan Services Periode 2017 - 2020)”**

1.2 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini yaitu:

- Objek yang diteliti adalah perusahaan yang bergerak di sektor *Trade* dan *Services* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode penelitian tahun 2017-2020.
- Variabel dependen dalam penelitian ini adalah profitabilitas yang diproksikan dengan *ROA*.
- Variabel independen dalam penelitian ini adalah likuiditas yang diproksikan dengan *CR*, *TATO*, pertumbuhan penjualan dan solvabilitas yang diproksikan dengan *DTA*.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, permasalahan dalam penelitian ini adalah:

- Apakah likuiditas berpengaruh positif terhadap profitabilitas?
- Apakah *Total Asset Turnover* berpengaruh positif terhadap profitabilitas?
- Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap profitabilitas?
- Apakah solvabilitas berpengaruh negatif terhadap profitabilitas?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti empiris mengenai:

- Pengaruh positif likuiditas terhadap profitabilitas.
- Pengaruh positif *Total Asset Turnover* terhadap profitabilitas.
- Pengaruh positif pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas.
- Pengaruh negatif solvabilitas terhadap profitabilitas.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diharapkan:

1. Bagi perusahaan
Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan pertimbangan manajemen di perusahaan dalam melakukan ekspansi serta mengukur kinerja perusahaan dalam mengelola asetnya untuk menghasilkan laba.
2. Bagi investor
Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam menentukan keputusan investasi berdasarkan beberapa rasio keuangan yang dapat mewakili kinerja sebuah perusahaan.
3. Bagi kreditur
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi sehingga kreditur dapat menentukan kebijakan dalam memberikan pinjaman kepada perusahaan.
4. Bagi Pemerintah
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi sehingga pemerintah dapat menilai keberhasilan dari kebijakan pajak yang berlaku.
5. Bagi akademisi
Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi dan sumber informasi dalam melakukan penelitian selanjutnya dengan tema sejenis.
6. Bagi peneliti
Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah wawasan mengenai beberapa rasio keuangan yang dapat digunakan sebagai dasar untuk mengukur profitabilitas.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai beberapa hal pokok yang berhubungan dengan penulisan, yang terdiri dari latar belakang

masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TELAAH LITERATUR

Bab ini membahas teori-teori dari berbagai literatur yang berkaitan dengan penelitian, yaitu *Signalling Theory*, laporan keuangan, *ROA*, *CR*, *TATO*, pertumbuhan penjualan dan *DTA* serta hubungan setiap variabel independen dengan variabel dependen, pengembangan hipotesis dari masing-masing variabel, dan gambar kerangka model penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan gambaran umum mengenai metode yang digunakan selama proses penelitian ini yang meliputi: objek penelitian, variabel penelitian, metode pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, waktu dan tempat penelitian, dan prosedur analisis data yang digunakan untuk pengujian hipotesis.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang deskripsi penelitian berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan, pengujian dan analisa hipotesis, serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan dan saran. Simpulan adalah jawaban atas masalah dan tujuan penelitian serta informasi tambahan dari hasil penelitian. Selain itu, pemaparan pula keterbatasan yang dialami selama penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A