

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Profitabilitas**

Suryaputa dan Christiawan (2016) dalam Yazdanfar (2013) mengatakan bahwa Profitabilitas berperan signifikan terhadap perusahaan dalam mencapai tujuan keuangan dan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Di dalam lingkungan bisnis, memungkinkan perusahaan untuk menjaga stabilitasnya dan bertahan pada situasi yang ada (Ehi-Oshio, Adeyemi & Enofe, 2013 dalam Suryaputra dan Christiawan, 2016).

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu (Hanafi,2004:42 dalam Ruspandi dan Asma,2014). Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan secara efisien dalam mengubah dana dan aset yang dimilikinya untuk menjadi keuntungan (Devi & Devi, 2014 dalam Suryaputra dan Christiawan, 2016).

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efesiensi perusahaan (Kasmir, 2013).

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan yaitu :

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Sementara manfaat yang diperoleh adalah untuk :

1. mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Dalam analisis rasio keuangan, profitabilitas digunakan untuk mengukur efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembangan yang dihasilkan dari pinjaman dan investasi. Rasio profitabilitas yang penting bagi perusahaan adalah *Return On Asset* (ROA). ROA penting bagi perusahaan karena ROA

digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimiliki. ROA merupakan rasio antar laba sesudah pajak terhadap total asset.

Menurut Hanafi dan Halim (2012) *Return On Asset* (ROA) merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan total asset (kekayaan) yang dimiliki perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya-biaya untuk mendanai asset tersebut.

Laba bersih dibagi rata-rata total aktiva. Rata-rata total aktiva diperbolehkan dari total aktiva awal tahun ditambah total aktiva akhir tahun dibagi dua. *Return On Asset* bisa diperoleh dari *Profit Margin* dikalikan *asset turn over*. *Asset Turn Over* adalah penjualan bersih dibagi rata-rata total aktiva. *Return On Asset* disebut juga *Earning Power* menurut sistem Du pont. Rasio ini menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari setiap satu rupiah aset yang digunakan. Dengan mengetahui rasio ini, Kita bisa menilai apakah perusahaan ini efisien dalam memanfaatkan aktiva dalam kegiatan operasional perusahaan. Rasio ini juga memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan (Darsono dan Ashari, 2005).

*Return On Asset* mengukur kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aktiva untuk memperoleh laba. Rasio ini mengukur tingkat kembalian investasi yang telah dilakukan oleh perusahaan dengan

menggunakan seluruh dana (aktiva) yang dimilikinya. Rasio ini dapat diperbandingkan dengan tingkat bunga bank yang berlaku (Praswoto, 2011).

### **2.1.2 *Current Ratio (CR)***

Rasio lancar (*Current ratio*) adalah ukuran kasar tentang tingkat likuiditas perusahaan. *Current ratio* diperoleh dengan jalan membagi aktiva lancar (*current asset*) dengan utang jangka pendek (*Current liabilities*). Angka *current ratio* merupakan titik tolak untuk analisis lebih lanjut. Ada banyak faktor yang mempengaruhi ukuran *current ratio* (Darsono dan Ashari, 2005).

Dalam mengukur rasio lancar yang penting bukan besar-kecilnya perbedaan aktiva lancar dengan utang jangka pendek melainkan harus dilihat pada hubungannya atau perbandingannya yang mencerminkan kemampuan mengembalikan utang. *Current ratio* yang tinggi mungkin menunjukkan adanya uang kas yang berlebihan dibandingkan dengan tingkat kebutuhan atau adanya unsur aktiva lancar yang rendah likuiditasnya (seperti persediaan) yang berlebih-lebihan. *Current ratio* yang tinggi tersebut memang baik dari sudut pandang kreditur, tetapi dari sudut pandang pemegang saham kurang menguntungkan karena aktiva lancar tidak didayagunakan dengan efektif. Sebaliknya *current ratio* yang rendah relatif lebih riskan, tetapi menunjukkan bahwa manajemen telah mengoperasikan aktiva lancar secara efektif. Saldo kas dibuat minimum sesuai dengan kebutuhan dan tingkat perputaran piutang dan persediaan diusahakan maksimum (Djarwanto, 2010:150).

Rasio lancar (*current ratio*), yaitu kemampuan aktiva lancar perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar yang dimiliki. Likuiditas jangka pendek ini penting karena masalah arus kas jangka pendek bisa mengakibatkan perusahaan bangkrut. Kasus yang paling nyata adalah pada sektor perbankan, dimana kalau nasabah secara besar-besaran mengambil dana jangka pendek (*rush*), bank tersebut akan mengalami kesulitan likuiditas yang pada akhirnya mengakibatkan kebangkrutan (Darsono dan Ashari, 2005).

Rasio lancar rendah dapat dikatakan bahwa perusahaan kurang modal untuk membayar hutang. Namun, apabila hasil pengukuran rasio tinggi belum dikatakan bahwa kondisi perusahaan sedang baik dan belum menjamin akan dapat dibayarkan hutang perusahaan yang sudah jatuh tempo karena proporsi atau distribusi aktiva lancar yang tidak menguntungkan.

### **2.1.3 Total Asset Turnover (TATO)**

Menurut kasmir (2013) *total asset turn over* (TATO) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perputaran semua aktiva yang dimiliki perusahaan dan mengukur berapa jumlah penjualan yang diperoleh dari tiap rupiah aktiva.

Penjualan bersih dibagi rata-rata total aktiva. Kemampuan perusahaan dalam menggunakan aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan penjualan digambarkan dalam rasio ini. Dengan melihat rasio ini, kita bisa mengetahui efektivitas penggunaan aktiva dalam menghasilkan penjualan (Darsono dan Ashari, 2005).

*Rule of thumb receivable turn over* adalah sekitar 6-12 kali, sehingga waktu mengendap piutang adalah 30 sampai dengan 60 hari. Untuk persediaan, stok berkisaran 30-45 hari. Total asset turn over bagi perusahaan yang produktif harus diatas 1 (Darsono dan Ashari, 2005).

TATO menunjukkan efisiensi penggunaan seluruh aktiva (*total asset*) perusahaan untuk menunjang penjualan (*sales*). Semakin besar TATO menunjukkan perusahaan efisien dalam menggunakan seluruh aktiva perusahaan untuk menghasilkan penjualan bersihnya. Semakin cepat perputaran aktiva suatu perusahaan untuk menunjang kegiatan penjualan bersihnya, maka pendapatan yang diperoleh meningkat sehingga laba yang didapat besar.

#### **2.1.4 Ukuran Perusahaan**

Menurut Hery (2017: 11-12) secara umum ukuran dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar atau kecilnya suatu objek. Jika pengertian ini dihubungkan dengan perusahaan atau organisasi, maka ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar atau kecilnya usaha dari suatu perusahaan atau organisasi.

Ukuran perusahaan merupakan suatu indikator yang dapat menunjukkan kondisi perusahaan. Terdapat beberapa parameter yang dapat digunakan untuk menentukan ukuran suatu perusahaan, seperti banyaknya jumlah pegawai yang digunakan perusahaan untuk melakukan aktivitas operasi perusahaan, nilai penjualan atau pendapatan yang diperoleh perusahaan dan jumlah aset yang dimiliki perusahaan. Berdasarkan teori

critical resource bahwa semakin besar skala perusahaan maka profitabilitas juga akan semakin meningkat, tetap pada jumlah tertentu ukuran perusahaan akan menurunkan laba (Fitriani, 2017).

### **2.1.5 Pertumbuhan Penjualan**

Perubahan penjualan adalah peningkatan antara tahun sekarang dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang dinyatakan dalam bentuk presentase (Carvalho dan Costa, 2014 dalam Suryaputra dan Christiawan 2016).

Sambharakreshna 2010 dalam Suryaputra dan Cristiawan 2016 menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam investasi yang dilakukan pada periode yang lalu, sehingga dapat memprediksi pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang.

Peran pertumbuhan bagi perusahaan yaitu, perusahaan yang efisien dalam bertumbuh dapat bertahan hidup karena mencerminkan tingkat aktivitas bisnis yang tinggi (Agiomirgianakis, Voulgaris & Papadogonas, 2006 dalam Suryaputra dan Cristiawan, 2016).

## 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai manfaat current ratio, total asset turn over, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan terhadap return on asset. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam penelitian ini :

**Tabel 2.1**  
**Ringkasan Penelitian Terdahulu**

No	Nama	Judul	Variabel	Keterangan
1.	Hasan Ruspandi dan Rusdayanti Asma (2014)	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas Perusahaan Pembiayaan di Indonesia	DER NRA OE SIZE GROW GDP	DER= positif tidak signifikan NRA= negatif signifikan OE= negatif signifikan SIZE= positif tdk signifikan GROW= negatif tdk signifikan GDP = positif signifikan
2.	Novi Sagita Ambarwati, Gede Adi Yuniarta dan Ni Kadek Sinarwati (2015)	Pengaruh Modal Kerja, Likuiditas, Aktivitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	Modal Kerja CR TATO SIZE	Modal Kerja= positif signifikan CR= positif tidak signifikan TATO= positif signifikan SIZE= positif signifikan
3.	Andreani Caroline Barus dan Leliani (2013)	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	CR TATO DER DR Pertumbuhan Penjualan SIZE	CR = positif tdk signifikan TATO= positif signifikan DER= positif tidak signifikan DR= negatif signifikan Pertumbuhan

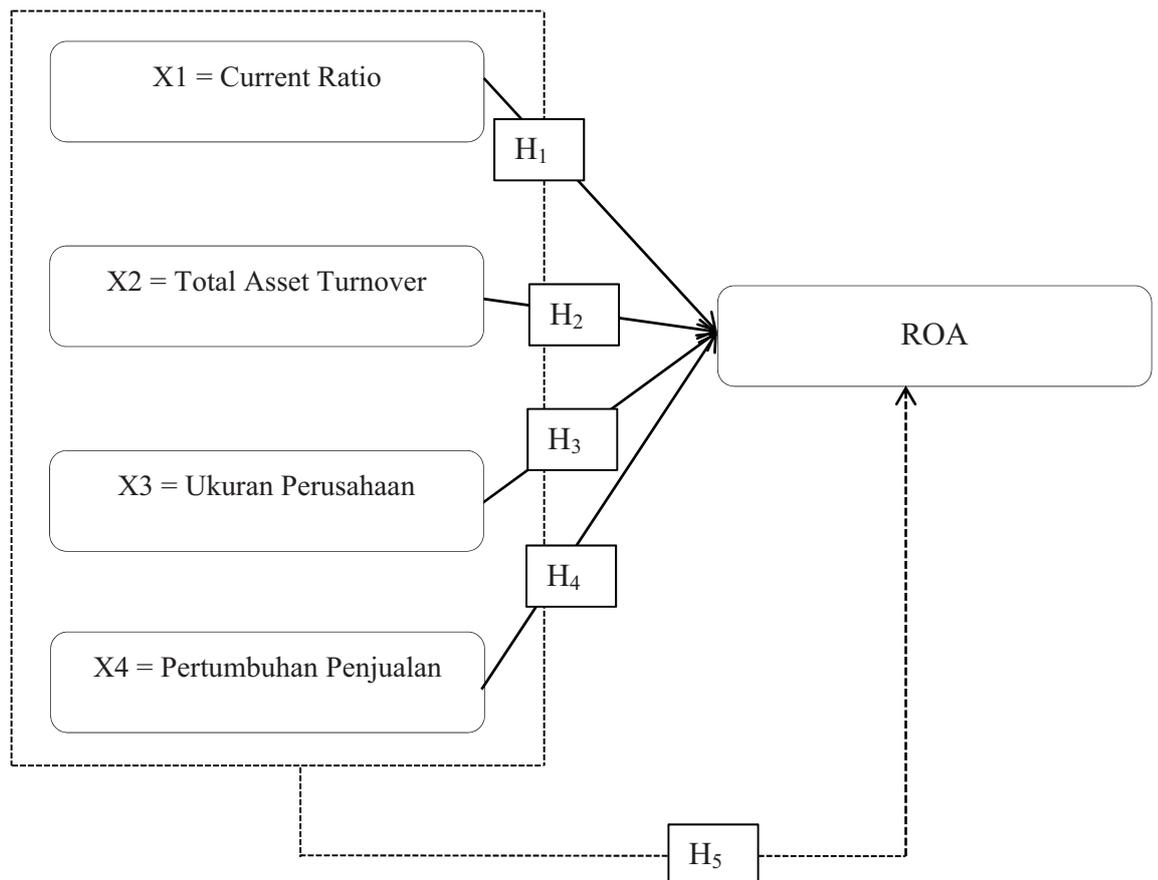
				Penjualan= positif tidak signifikan SIZE= positif signifikan
4.	Yossi Eka Muhammad (2016)	Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas pada Perusahaan Telekomunikasi	CR Perputatan Piutang Perputaran Persediaan Perputaran total aktiva	CR= signifikan Perputatan Piutang= tidak signifikan Perputaran Persediaan= tidak signifikan Perputaran total aktiva= signifikan
5.	Yulina Fitriani S R (2017)	Analisis Faktor- faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas Perusahaan Sektor Consumer Goods yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	CR DER TATO SIZE Perputaran Modal Kerja	CR= negatif tdk signifikan DER= negatif tidak signifikan TATO= positif signifikan SIZE= positif signifikan Perputaran Modal Kerja= positif tidak signifikan
6.	Sony Witjaksono	Pengaruh Total Asset Turnover, Debt To Equity Ratio, Sales Growth dan Size Terhadap Return On Asset	DER Pertumbuhan penjualan Size TATO	DER= negatif tidak signifikan Pertumbuhan penjualan= negatif tidak signifikan Size= positif tidak signifikan TATO= negatif tidak signifikan
7.	Gladys Suryaputra dan Yulius Yogi Christiawan (2016)	Pengaruh Manajemen Modal Kerja, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Property dan Real Estate Yang Terdaftar di	Cash Conversion Cycle Perumbuhan penjualan Size	Cash Conversion Cycle= tidak signifikan Perumbuhan penjualan= signifikan Size= tidak signifikan

		Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2010- 2014		
--	--	------------------------------------------------------	--	--

### 2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis

Berdasarkan telaah pustaka dan hipotesis yang dikembangkan, maka penulis mengembangkan sebuah kerangka pemikiran teoritis yang disajikan dalam Gambar 2.1 berikut ini:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran Teoritis**



Dari gambar 2.1 diatas dapat dilihat bahwa *current rasio*, *total asset turnover*, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan berpengaruh secara simultan maupun secara parsial terhadap *return on asset*.

## **2.4. Perumusan Hipotesis**

Kerangka pemikiran teoritis di atas menunjukkan bahwa analisis CR, TATO, Size, Pertumbuhan Penjualan dapat berguna dalam mempengaruhi *return on asset*. Berdasarkan latar belakang, perumusan masalah, serta kerangka pemikiran, maka hipotesis yang diajukan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **2.4.1 Pengaruh *Current Ratio* (CR) Terhadap *Return On Asset* (ROA)**

*Current Ratio* merupakan kemampuan aktiva lancar perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar yang dimiliki. Semakin tinggi rasio lancar seharusnya semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendek (Darsono dan Ashari, 2005).

Rasio lancar merupakan ukuran yang paling penting umum digunakan untuk mengetahui kesanggupan memenuhi kewajiban jangka pendek. Rasio lancar yang rendah biasanya dianggap menunjukkan terjadinya masalah dalam *return on asset*. Sebaliknya suatu perusahaan yang rasio lancarnya terlalu tinggi juga kurang bagus, karena menunjukkan banyaknya dana menganggur yang pada akhirnya dapat mengurangi kemampuan laba perusahaan dan dapat menurunkan nilai *return on asset*. Dari hasil pengukuran rasio, apabila rasio lancar rendah dapat dikatakan bahwa perusahaan kurang modal untuk

membayar utang. Namun, apabila hasil pengukuran rasio tinggi, belum tentu kondisi perusahaan sedang baik (Kasmir, 2015 dalam Muhammad dan Suwito 2016).

Hal ini didukung oleh Muhammad dan Suwito (2016) yang menyatakan bahwa *Current Ratio* berpengaruh signifikan terhadap ROA. Dengan demikian hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**H<sub>1</sub>** = *Current Ratio* berpengaruh positif terhadap *Return On Asset* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017.

#### **2.4.2 Pengaruh *Total Asset Turnover* (TATO) Terhadap *Return On Asset***

##### **(ROA)**

Menurut Darsono dan Ashar (2005) kemampuan perusahaan dalam menggunakan aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan penjualan. TATO menunjukkan efisiensi penggunaan seluruh aktiva (*total asset*) perusahaan untuk menunjang penjualan (*sales*).

*Total asset turnover* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur efektivitas penggunaan aset dalam menghasilkan pendapatan dari penjualan. Semakin efisiennya suatu perusahaan dalam menggunakan asetnya untuk memperoleh pendapatan, maka akan menunjukkan semakin baiknya laba yang akan diterima, dan sebaliknya, ketidakefisienan perusahaan dalam menggunakan aset yang dimiliki hanya akan menambah beban perusahaan berupa investasi yang tidak mendatangkan keuntungan yang mengakibatkan laba yang diperoleh perusahaan juga ikut menurun (Barus dan Leliani, 2013).

Semakin besar rasio TATO, maka semakin baik pula laba yang dihasilkan perusahaan. Artinya, aktiva dapat lebih cepat berputar dan meraih laba dan menunjukkan semakin efisien penggunaan keseluruhan asset dalam menghasilkan penjualan.

Hal ini didukung oleh Ambarwati, Yuniarta dan Sinarwati (2015) yang menyatakan bahwa *Total Asset Turnover* berpengaruh signifikan terhadap *Return On Asset* (ROA). Dengan demikian hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**H<sub>2</sub>** = *Total Asset Turnover* berpengaruh positif terhadap *Return On Asset* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017.

#### **2.4.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Return On Asset* (ROA)**

Ukuran perusahaan merupakan suatu indikator yang dapat menunjukkan kondisi perusahaan. Terdapat beberapa parameter yang dapat digunakan untuk menentukan ukuran suatu perusahaan, seperti banyaknya jumlah pegawai yang digunakan perusahaan untuk melakukan aktivitas operasi perusahaan, nilai penjualan atau pendapatan yang diperoleh perusahaan dan jumlah aset yang dimiliki perusahaan. (Fitriani, 2017).

Semakin besarnya ukuran perusahaan, maka akan mencerminkan semakin besarnya sumber daya yang tersedia untuk memenuhi permintaan produk maka semakin baik pula keuntungan yang diperoleh perusahaan. Selain itu, semakin besarnya ukuran perusahaan, maka perusahaan memiliki kesempatan untuk menjangkau pangsa pasar yang lebih luas dalam

memasarkan produknya. Sehingga membuka peluang dalam memperoleh laba yang semakin tinggi (Fitriani, 2017).

Hal ini didukung oleh Ambarwati, Yuniarta dan Sinarwati (2015) yang menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *Return On Asset* (ROA). Dengan demikian hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**H<sub>3</sub>** = Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *Return On Asset* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017.

#### **2.4.4 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap *Return On Asset* (ROA)**

Pertumbuhan penjualan adalah peningkatan penjualan antara tahun sekarang dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang dinyatakan dalam bentuk persentase (Carvalho dan Costa, 2014 dalam Saputra dan Christiawan, 2016).

Pertumbuhan penjualan dapat menjadi indikator dari pertumbuhan perusahaan, dimana pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam investasi yang dilakukan pada periode yang lalu, sehingga dapat memprediksi pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang (Sambharakreshna, 2010 dalam Saputra dan Christiawan, 2016).

Semakin tinggi penjualan bersih yang dilakukan oleh perusahaan maka semakin tinggi laba kotor yang diperoleh perusahaan, sehingga profitabilitas perusahaan juga semakin tinggi. Dengan rasio pertumbuhan penjualan, perusahaan dapat mengetahui trend penjualan dari produknya dari tahun ke

tahun. Penjualan harus dapat menutupi biaya sehingga dapat meningkatkan keuntungan (Barus dan Leliani, 2013).

Berdasarkan analisis DuPont (Sheela dan Kartikeyan, 2012 dalam Saputra dan Christiawan, 2016) pertumbuhan penjualan dapat menentukan tingkat profitabilitas yang diukur melalui *return on asset*. Pertumbuhan penjualan dapat menentukan tingkat profitabilitas yang diukur melalui *return on asset*. Selain itu, perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya dengan berfokus terhadap penerapan strategi penjualan yang agresif, terutama untuk mengembangkan pasar.

Hal ini didukung oleh Suryaputra dan Chritiawan (2016) yang menyatakan bahwa Pertumbuhan Penjualan berpengaruh signifikan terhadap *Return On Asset* (ROA). Dengan demikian hipotesis keempat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**H<sub>4</sub>** = Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap *Return On Asset* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017.

#### **2.4.5 Pengaruh CR, TATO, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan Terhadap *Return On Asset* (ROA).**

*Current ratio* yang tinggi mungkin menunjukkan adanya uang kas yang berlebihan dibandingkan dengan tingkat kebutuhan atau adanya unsur aktiva lancar yang rendah likuiditasnya (seperti persediaan) yang berlebih-lebihan. *Current ratio* yang tinggi tersebut memang baik dari sudut pandang kreditur,

tetapi dari sudut pandang pemegang saham kurang menguntungkan karena aktiva lancar tidak didayagunakan dengan efektif (Djarwanto, 2010:150).

Kemampuan perusahaan dalam menggunakan aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan penjualan digambarkan dalam rasio ini. Dengan melihat rasio ini, kita bisa mengetahui efektivitas penggunaan aktiva dalam menghasilkan penjualan (Darsono dan Ashari, 2005).

Ukuran perusahaan merupakan suatu indikator yang dapat menunjukkan kondisi perusahaan. Terdapat beberapa parameter yang dapat digunakan untuk menentukan ukuran suatu perusahaan, seperti banyaknya jumlah pegawai yang digunakan perusahaan untuk melakukan aktivitas operasi perusahaan, nilai penjualan atau pendapatan yang diperoleh perusahaan dan jumlah aset yang dimiliki perusahaan. (Fitriani, 2017).

Pertumbuhan penjualan dapat menjadi indikator dari pertumbuhan perusahaan, dimana pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam investasi yang dilakukan pada periode yang lalu, sehingga dapat memprediksi pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang (Saputra dan Christiawan, 2016 dalam Sambharakreshna, 2010).

**H<sub>5</sub>** = CR, TATO, Ukuran perusahaan dan Pertumbuhan penjualan secara simultan berpengaruh positif terhadap *Return On Asset* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017.