

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Laporan Keuangan

Laporan keuangan ialah laporan yang menggambarkan keadaan suatu perusahaan pada saat ini (Kasmir, 2012). Laporan keuangan ialah catatan tertulis yang sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan (SAK) dan telah ditetapkan oleh Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI), berisi informasi mengenai aktivitas keuangan dan kondisi keuangan suatu perusahaan untuk menganalisis serta mengevaluasi kinerja perusahaan pada periode tertentu.

Data keuangan perusahaan yang tercatat dalam laporan keuangan tidak akan memberikan manfaat yang optimal jika tidak dianalisis. Oleh karena itu, penting melakukan evaluasi terhadap data keuangan dalam laporan keuangan melalui analisis laporan keuangan, karena informasi yang dihasilkan lebih berguna bagi investor, pemegang saham, manajer, dan pihak-pihak berkepentingan lainnya (Darmawan, 2020:39).

2.1.2 Analisis Laporan Keuangan

Analisis laporan keuangan adalah proses menganalisis laporan keuangan perusahaan, dan menganalisis kinerja perusahaan yang memberikan gambaran mengenai keadaan keuangan, hasil usaha, dan perubahan yang terjadi dalam posisi keuangan di masa lalu dengan saat ini (Darmawan, 2020:40).

Alat ukur yang digunakan untuk menganalisis laporan keuangan antara lain: analisis horizontal, analisis vertikal, dan rasio keuangan (Darmawan, 2020:39). Rasio keuangan menjadi alat ukur utama dalam analisis laporan keuangan yang berkaitan dengan hasil dalam laporan keuangan meliputi neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, dan laporan arus kas.

2.1.3 Analisis Rasio Keuangan

Rasio keuangan adalah perhitungan-perhitungan dalam periode tertentu hasil dari perbandingan satu angka dengan angka lainnya yang mempunyai keterkaitan relevan dan signifikan, kemudian hasil perhitungan tersebut diinterpretasikan untuk dapat memahami keadaan perusahaan (Suleman et al., 2019:6). Analisis rasio keuangan merupakan salah satu metode yang paling banyak dan paling sering digunakan untuk menganalisis laporan keuangan. Analisis rasio keuangan terbagi menjadi beberapa rasio, antara lain:

2.1.3.1 Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas digunakan untuk menilai seberapa baik perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek yang harus dibayar kurang dari satu tahun (Siswanto, 2021:25).

Rasio yang termasuk dalam rasio likuiditas, yaitu:

1. *Current ratio*
2. *Quick ratio*
3. *Cash ratio*
4. *Working capital to total asset (WCTA)*

2.1.3.2 Rasio Leverage

Rasio *leverage* digunakan untuk mengukur besar atau kecilnya penggunaan utang jangka pendek dan jangka panjang dalam pembiayaan perusahaan (Siswanto, 2021:28).

Rasio yang termasuk dalam rasio *leverage*, yaitu:

1. *Debt to Asset Ratio* (DAR)
2. *Debt to Equity Ratio* (DER)
3. *Long Term Debt to Equity Ratio* (LTDER)
4. *Time Interest Earned Ratio* (TIER)

2.1.3.3 Rasio Aktivitas

Rasio aktivitas digunakan untuk menilai sejauh mana efektivitas dan efisiensi perusahaan dalam mengelola asetnya untuk memperoleh penjualan dan menghasilkan laba (Siswanto, 2021:31).

Rasio yang termasuk dalam rasio aktivitas, yaitu:

1. *Inventory turnover*
2. *Receivable turnover*
3. *Payable turnover*
4. *Fixed asset turnover* (FATO)
5. *Total asset turnover* (TATO)

2.1.3.4 Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan dapat menghasilkan laba selama periode tertentu dengan

sumber daya yang dimiliki seperti aset, modal, dan penjualan (Siswanto, 2021:35).

Rasio yang termasuk dalam rasio profitabilitas, yaitu:

1. *Return On Asset* (ROA)
2. *Return On Equity* (ROE)
3. *Net Profit Margin* (NPM)
4. *Operating Profit Margin* (OPM)
5. *Gross Profit Margin* (GPM)

2.1.3.5 Rasio Pasar

Rasio pasar digunakan untuk menilai kinerja saham perusahaan dan juga membantu para investor mencari saham yang berpotensi memberikan laba dengan dividen tinggi sebelum para investor melakukan investasi dalam bentuk saham (P. B. Sari & Dwilita, 2019:53).

Rasio yang termasuk dalam rasio pasar, yaitu:

1. *Earning Per Share* (EPS)
2. *Price Earning Ratio* (PER)
3. *Dividend Payout Ratio* (DPR)
4. *Market to book ratio*

2.1.4 Payable Turnover

Payable turnover bertujuan untuk mengukur frekuensi perputaran utang perusahaan selama satu tahun yang memberikan gambaran mengenai efektivitas perusahaan dalam melunasi utang-utang tersebut (Lestari, 2022). *Payable turnover* digunakan untuk menilai seberapa sering utang perusahaan mengalami

perputaran (Prihadi, 2008). Dengan *payable turnover*, perusahaan dapat mengetahui seberapa lama waktu yang dibutuhkan oleh perusahaan dalam melunasi utangnya. Setiap perusahaan mempunyai utang untuk melakukan ekspansi atau modal tambahan operasional perusahaan, keberadaan *payable turnover* dapat mengetahui intensitas pembayaran utang yang harus dibayarkan perusahaan secara tepat waktu agar likuiditas perusahaan tetap terjaga.

Berikut tujuan dan manfaat dari rasio *payable turnover*, antara lain:

1. Mengukur frekuensi pembayaran utang

Menggambarkan seberapa sering perusahaan melunasi utangnya kepada pemasok selama periode tertentu.

2. Pengendalian arus kas

Berperan dalam merencanakan dan mengendalikan arus kas, sehingga perusahaan dapat terhindar dari kerugian akibat keterlambatan pembayaran.

3. Mendeteksi risiko keuangan

Mengidentifikasi potensi masalah likuiditas atau efisiensi dalam proses pembayaran.

4. Memantau kinerja keuangan

Perusahaan dapat memantau perubahan dalam pengelolaan utang dari waktu ke waktu.

5. Meningkatkan efisiensi modal kerja

Mendukung perencanaan modal kerja yang efisien dengan memastikan pembayaran dilakukan tepat waktu tanpa mengganggu likuiditas perusahaan.

Untuk menghitung *payable turnover* pada PT. Link Net Tbk dengan rumus perhitungan:

$$PTO = \frac{Sales}{Account Payable}$$

Payable turnover yang tinggi menandakan bahwa perusahaan dapat melunasi utangnya dengan cepat, dan *payable turnover* yang rendah berarti perusahaan membutuhkan waktu yang lebih lama untuk membayar utangnya (Harrison et al., 2013:261). Meningkatnya *payable turnover* berarti perusahaan telah membayar utang lebih cepat sehingga akan mengurangi beban atau biaya perusahaan (Wibowo & Mudawanah, 2015). Apabila hasil perhitungan *payable turnover* menunjukkan nilai yang tinggi, berarti kondisi perusahaan berada dalam keadaan baik karena perusahaan mampu membayar utangnya dengan lancar. Tetapi apabila nilai *payable turnover* menunjukkan nilai yang rendah berarti perusahaan sedang mengalami krisis likuiditas karena berada dalam kondisi tidak baik, dimana perusahaan tidak mampu membayar kewajibannya secara tepat waktu (Ersyafdi et al., 2022). Oleh karena itu *payable turnover* dijadikan sebagai indikator efisien atau tidaknya perusahaan dalam menggunakan utang.

2.1.5 Leverage

Rasio *leverage* merupakan rasio perbandingan antara utang perusahaan terhadap aset, ekuitas, dan pendapatannya yang digunakan untuk menilai bagaimana kemampuan perusahaan dapat bertahan di masa depan terkait utang jangka panjang dan bunga utang yang harus dibayarkan. Secara luas, *leverage*

dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajiban finansial, baik yang bersifat jangka pendek maupun jangka panjang secara tepat waktu jika perusahaan tersebut dilikuidasi (Fahmi, 2015:134). Terdapat empat kemungkinan *leverage* atau solvabilitas yang dihadapi oleh perusahaan, yaitu perusahaan *likuid solvable*, perusahaan *solvable* tetapi *illikuid*, dan perusahaan *insolvable illikuid* (Suleman et al., 2019:10).

Leverage merujuk pada pemanfaatan aset dan sumber dana pada perusahaan yang memiliki biaya tetap bertujuan untuk meningkatkan potensi keuntungan bagi pemegang saham (Sartono, 2010). Penggunaan utang untuk pendanaan perusahaan dapat menimbulkan dampak positif dan negatif bagi perusahaan. Rasio *leverage* berkaitan apakah perusahaan akan memilih sumber pendanaan yang berasal dari utang atau berasal dari modal sendiri. Setiap perusahaan memiliki opsi sumber pendanaan yang dapat diperoleh melalui modal sendiri atau pinjaman dari bank maupun lembaga keuangan lainnya yang digunakan untuk menutupi kekurangan dana (Kasmir, 2015). Perusahaan dapat memilih dan menggunakan salah satu opsi sumber pendanaan tersebut atau dapat mengkombinasikan kedua sumber pendanaan tersebut tergantung pada tujuan, persyaratan, manfaat, dan kemampuan perusahaan itu sendiri.

Menurut (Hery, 2015:164) tujuan dan manfaat rasio *leverage*, antara lain:

1. Mengetahui total kewajiban perusahaan dibandingkan dengan total aset dan modal.
2. Mengetahui kemampuan aset untuk membayar kewajiban perusahaan

3. Menilai proporsi aset perusahaan yang dibiayai oleh utang dan modal perusahaan.
4. Menganalisis besarnya pengaruh utang dan modal perusahaan terhadap pembiayaan aset perusahaan.
5. Mengukur besarnya aset dan modal yang digunakan sebagai jaminan untuk utang.
6. Mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan dilihat dari laba sebelum pajak untuk membayar bunga pinjaman, dan laba operasional untuk membayar kewajiban perusahaan.

Menurut (Arniwita et al., 2021:86) macam-macam rasio *leverage*, yaitu rasio utang-ekuitas (*debt-equity ratio*), rasio utang-aset (*debt-asset ratio*), dan rasio cakupan bunga (*interest coverage ratio*). Dalam penelitian ini rasio *leverage* yang digunakan PT. Link Net Tbk yaitu *Debt to Equity Ratio* (DER) dengan rumus perhitungan:

$$DER = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Equity}} \times 100\%$$

Besarnya risiko keuangan dalam perusahaan dapat diketahui dari rasio *leverage* yaitu *Debt to Equity Ratio* (DER). *Debt to Equity Ratio* (DER) menunjukkan seberapa besar kemampuan modal perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya yang bersifat jangka pendek dan jangka panjang (Seto et al., 2023:47). *Debt to Equity Ratio* (DER) yang rendah menunjukkan total kewajiban yang rendah pula sehingga dapat mengurangi konsekuensi kegagalan keuangan pada perusahaan, sedangkan *Debt to Equity Ratio* (DER) yang tinggi menandakan semakin besar pula kewajiban perusahaan untuk melunasi

utangnya yang dapat menambah konsekuensi kegagalan keuangan pada perusahaan. Ketika *Debt to Equity Ratio* (DER) 100% atau lebih, berarti modal perusahaan lebih sedikit dibandingkan total utang yang menandakan perusahaan tidak sehat karena tingkat utang melebihi modal perusahaan (P. B. Sari & Dwilita, 2019:47).

2.1.6 Sales Growth

Kegiatan yang dilakukan oleh penjual yaitu menjual jasa atau barang untuk mendapatkan laba dari transaksi yang dilakukan disebut *sales* atau penjualan (Mulyadi, 2015). *Sales* menjadi kriteria pokok dan indikator utama untuk menilai profitabilitas perusahaan. Penjualan dilakukan untuk mengembangkan rencana strategis dan memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen, guna mendapatkan laba yang diinginkan oleh penjual (Nasution, 2016). Dengan meningkatnya penjualan, maka perusahaan akan mencapai laba yang maksimal, sehingga memungkinkan perusahaan dapat berkembang dengan baik. Selain itu perusahaan juga akan lebih tahan terhadap risiko, sehingga kreditur lebih mudah memberikan pinjaman kepada entitas tersebut. Sebuah perusahaan akan menarik ketika berada dalam fase pertumbuhan, karena menentukan berapa lama perusahaan akan berkembang yang dapat diukur melalui *sales growth* (Prihadi, 2019:96).

Sales growth merupakan persentase peningkatan penjualan perusahaan pada tahun ini atau tahun berjalan dibandingkan tahun lalu atau tahun sebelumnya (Harahap, 2018:309). *Sales growth* diperhitungkan untuk menilai sejauh mana kemampuan perusahaan mengenai peningkatan volume penjualan

yang dihasilkan dari tahun ke tahun. Keberadaan *sales growth* pada perusahaan memberikan gambaran mengenai tren penjualan dari tahun ke tahun, yang mana perusahaan dapat menentukan strategi apa yang tepat untuk mengantisipasi kemungkinan peningkatan atau penurunan penjualan di tahun mendatang (Brigham & Houston, 2006). Kinerja pemasaran dan kemampuan daya saing perusahaan di pasar dapat dilihat dari *sales growth*. Karena meningkatnya *market share* berpengaruh pada peningkatan penjualan yang akan menaikkan laba perusahaan (Pagano & Schivardi, 2003). Perusahaan dengan *sales growth* di atas rata-rata, biasanya disebabkan oleh pertumbuhan industri yang cepat di wilayah perusahaan tersebut beroperasi. Kondisi ini mendorong peningkatan pangsa pasar sekaligus menciptakan pertumbuhan rata-rata bagi perusahaan (Firdaus & Prastika Rohdiyarti, 2021).

Menurut (IBK, 2014) faktor-faktor yang mempengaruhi *sales growth*, antara lain:

1. Produk

Segala sesuatu yang disediakan untuk pasar dengan tujuan menarik perhatian dan memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen.

2. Harga

Jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk memperoleh manfaat dari penggunaan suatu barang.

3. Distribusi

Jaringan organisasi yang menghubungkan antara produsen dan konsumen.

4. Promosi

Upaya untuk mengkomunikasikan produk dan layanan yang ditawarkan kepada pelanggan serta meningkatkan kesadaran akan keberadaan suatu produk.

Sales growth diperoleh dari presentase perbandingan penjualan tahun berjalan dan penjualan tahun sebelumnya. Untuk menghitung *sales growth* pada PT. Link Net Tbk dengan rumus perhitungan:

$$Sales\ Growth = \frac{Net\ Sales_t - Net\ Sales_{t-1}}{Net\ Sales_{t-1}} \times 100\%$$

Keterangan:

$Net\ sales_t$ = Penjualan periode sekarang

$Net\ sales_{t-1}$ = Penjualan periode sebelumnya

Apabila *sales growth* tinggi, maka pendapatan perusahaan pula akan besar, sehingga laba akan semakin bertambah dan kinerja perusahaan akan semakin optimal. *Sales growth* yang meningkat akan memberikan dampak positif terhadap perusahaan serta mempengaruhi keputusan pendanaan yang diambil oleh perusahaan (Suweta & Dewi, 2016). Sedangkan *sales growth* yang rendah menandakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan pendapatan juga rendah dibanding tahun sebelumnya. *Sales growth* yang menurun bisa disebabkan karena perubahan selera konsumen, kemajuan dalam teknologi, peningkatan tingkat persaingan, ketidakcocokan manfaat produk dengan keinginan konsumen, dan lain-lain (Silviana & Asyik, 2016).

2.1.7 Profitabilitas

Profitabilitas ialah rasio yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan sumber daya perusahaan, termasuk dari penjualan, pemanfaatan aset, dan penggunaan modal (Hery, 2015:192). Rasio profitabilitas ialah rasio yang menunjukkan tingkat pengembalian yang didapatkan perusahaan dibandingkan dengan penjualan atau asetnya, digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari modal yang diinvestasikan dalam operasionalnya (Suleman et al., 2019:12). Rasio profitabilitas juga dikenal sebagai rasio rentabilitas yaitu rasio yang menilai sejauh mana efektivitas manajemen perusahaan atas laba yang diperoleh dari penjualan dan investasi yang dilakukan dalam periode tertentu. Peningkatan rasio profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang signifikan. Peningkatan nilai profitabilitas akan berbanding lurus dengan kemampuan perusahaan dalam meraih laba (Yusrilandari et al., 2016). Oleh karena itu, profitabilitas dan manajemen laba akan saling terkait ketika perusahaan mencapai profitabilitas dalam periode tertentu dengan melakukan manajemen laba melalui peningkatan pendapatan yang akan mempengaruhi para investor (Anindya & Yuyetta, 2020).

Tujuan rasio profitabilitas untuk menghitung laba bersih setelah dikurangi pajak dengan modal sendiri, dan untuk mengevaluasi posisi laba yang diperoleh perusahaan dibandingkan dengan periode sebelumnya (Ali et al., 2022). Profitabilitas berperan penting karena dengan profitabilitas prospek baik

dan buruknya perusahaan dimasa mendatang dapat diketahui. Perkembangan perusahaan dalam jangka waktu tertentu dapat mengalami fluktuasi, termasuk penurunan ataupun peningkatan, faktor yang menyebabkan perubahan tersebut dapat diamati dari rasio profitabilitas. Keberadaan rasio profitabilitas di perusahaan juga dapat digunakan oleh para investor, dimana nilai profitabilitas perusahaan dapat menentukan para investor dalam mengambil keputusan apakah perusahaan tersebut layak atau tidak untuk berinvestasi (Seto et al., 2023:50).

Rasio profitabilitas memberikan manfaat bagi semua pemangku kepentingan, meliputi pihak internal dan pihak eksternal. Menurut (Hery, 2015:192) tujuan dan manfaat rasio profitabilitas, antara lain:

1. Mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu.
2. Mengetahui perbedaan jumlah laba tahun sebelumnya dengan laba tahun ini, sehingga dapat menilai perkembangan laba.
3. Mengetahui besarnya laba bersih yang dihasilkan dari aset dan modal perusahaan.
4. Mengetahui besarnya laba kotor, laba operasional, dan laba bersih yang diperoleh dari penjualan bersih.

Rasio profitabilitas dihitung dari perbandingan antara laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Menurut (P. B. Sari & Dwilita, 2019:48) macam-macam rasio profitabilitas, yaitu *Gross Profit Margin (GPM)*, *Net Profit Margin (NPM)*, *Return On Assets (ROA)*, *Return On Equity (ROE)*, *return on sales*,

Return On Capital Employed (ROCE), dan *return on investment* (ROI). Dalam penelitian ini rasio profitabilitas yang digunakan PT. Link Net Tbk yaitu *Net Profit Margin* (NPM) dengan rumus perhitungan:

$$\text{NPM} = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Sales}} \times 100\%$$

Net Profit Margin (NPM) menggambarkan proporsi laba bersih yang dihasilkan dari total penjualan yang telah dicapai perusahaan, dan mencerminkan efisiensi operasi di bidang produksi, personalia, pemasaran, dan keuangan (Siswanto, 2021:36). Jika *Net Profit Margin* (NPM) meningkat maka prospek kinerja perusahaan semakin baik, sehingga kepercayaan para investor untuk berinvestasi di perusahaan akan meningkat juga (Indriani, 2018). Sebaliknya apabila *Net Profit Margin* (NPM) menurun akan berdampak buruk yang berakibat perusahaan tersebut mengalami kesulitan keuangan bahkan kebangkrutan.

2.1.8 Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu tentang *Payable Turnover*, *Leverage*, *Sales Growth*, dan Profitabilitas yang telah diteliti sebelumnya, yaitu:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Tahun, Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1.	Ayu Yudiani Lestari (2022)	Variabel Independen:	Variabel Independen: -	<i>Payable turnover</i> berpengaruh.	Jurnal Pajak dan Bisnis

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	Pengaruh Perputaran Hutang (<i>Payable Turnover</i>) Terhadap Profitabilitas Perusahaan	<i>Payable Turnover</i> Variabel Dependen: Profitabilitas		terhadap profitabilitas	(<i>Journal of Tax and Business</i>), Vol. 3, No. 2, hal. 234-238
2.	Novi Febriasari & Sri Mulyati (2020) <i>Factors Affecting Profitability in Property, Real Estate and Building Contruction Companies</i>	Variabel Independen: <i>Payable Turnover</i> Variabel Dependen: Profitabilitas	Variabel Independen: Ukuran Perusahaan, Modal Kerja, Perputaran Aset, Likuiditas, Perputaran Piutang	Ukuran perusahaan, modal kerja, perputaran aset, perputaran utang, likuiditas, dan perputaran piutang berpengaruh terhadap profitabilitas.	<i>Measurement Jurnal Akuntansi</i> , Vol. 14, No. 1, hal. 23-33
3.	Ilham Ramadhan Ersyafdi, Diana Fitriah, dan Habsyah Fitri Aryani (2022) Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, Perputaran Aktiva dan Hutang terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Sektor <i>Consumer Non Cyclical</i> s	Variabel Independen: <i>Payable Turnover</i> Variabel Dependen: Profitabilitas	Variabel Independen: Likuiditas, Solvabilitas, Perputaran Kas, Perputaran Piutang, Perputaran Persediaan, Perputaran Modal Kerja	Likuiditas, solvabilitas, perputaran kas, perputaran piutang, perputaran persediaan, perputaran modal kerja, dan perputaran utang berpengaruh terhadap profitabilitas.	Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 9, No. 2, hal. 129-136
4.	Nurnaningsih Utiahman (2022)	Variabel Independen:	Variabel Independen:	<i>Account receivable turnover</i> ,	<i>European Journal of Research</i>

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	<i>Research of Payable Element Turnover Working Capital Turnover to Profitability in Pharmaceutical Companies Listed in Indonesia Stock Exchange</i>	<i>Payable Turnover</i> Variabel Dependen: Profitabilitas	<i>Account Receivable Turnover, Inventory Turnover</i>	<i>inventory turnover, dan payable turnover</i> berpengaruh terhadap profitabilitas.	<i>Developm ent and Sustainabi lity</i> , Vol. 3, No. 1, hal. 77-83
5.	Dewi Afrianti & Eny Purwaningsih (2022) Pengaruh <i>Leverage</i> , Likuiditas dan Pertumbuhan Aset terhadap Profitabilitas	Variabel Independen: <i>Leverage</i> Variabel Dependen: Profitabilitas	Variabel Independen: Pertumbuha n Aset	<i>Leverage</i> berpengaruh terhadap profitabilitas.	Jurnal Ilmiah Manajeme n, Ekonomi, dan Akuntansi (MEA), Vol. 6, No. 2, hal. 1781-1796
6.	Hasanudin & Cristine Prestarika Lukito (2022) Pengaruh Likuiditas, Aktivitas, dan <i>Leverage</i> terhadap Profitabilitas	Variabel Independen: <i>Leverage</i> Variabel Dependen: Profitabilitas	Variabel Independen: <i>Current Ratio, Total Asset Turnover</i>	<i>Current ratio, total asset turnover, dan leverage</i> berpengaruh terhadap profitabilitas.	Jurnal Madani: Ilmu Pengetahu an, Teknologi, dan Humanior a, Vol. 5, No. 2, hal. 121-138
7.	Hotriado Harianja & Nunti Sinambela (2019) Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan	Variabel Independen: <i>Leverage</i> Variabel Dependen: Profitabilitas	Variabel Independen: Pertumbuha n Aset	<i>Leverage</i> , dan pertumbuhan aset berpengaruh terhadap profitabilitas.	Jurnal Neraca Agung, Vol. 18, No. 1

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	Asset terhadap Profitabilitas pada Perusahaan <i>Property</i> dan <i>Real Estate</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia				
8.	Siti Masamah & Dwinanto Priyo Susetyo (2024) <i>Net Profit Margin: The Effect of Current Ratio and Debt to Equity Ratio</i>	Variabel Independen: <i>Leverage</i> Variabel Dependen: Profitabilitas	Variabel Independen: <i>Current Ratio</i>	<i>Leverage</i> berpengaruh terhadap profitabilitas.	Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, Vol. 2, No. 5, hal. 839-850
9.	Reni Febrianti & Hasan Basri (2022) <i>The Effect of Cash Turnover, Sales Growth and Leverage on Profitability</i>	Variabel Independen: <i>Leverage, Sales Growth</i> Variabel Dependen: Profitabilitas	Variabel Independen: <i>Cash Turnover</i>	<i>Leverage</i> berpengaruh terhadap profitabilitas. <i>Sales growth</i> berpengaruh terhadap profitabilitas.	Jurnal Ekonomi, Vol. 11, No. 3, hal 1160-1168
10.	Dariana et al. (2024) Pengaruh Harga Saham, <i>Earning Per Share</i> , dan <i>Sales Growth</i> terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Industri Tekstil	Variabel Independen: <i>Sales Growth</i> Variabel Dependen: Profitabilitas	Variabel Independen: Harga Saham, <i>Earning Per Share</i>	<i>Sales Growth</i> berpengaruh terhadap profitabilitas.	Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi, Vol. 1, No. 12, hal 1272-1289

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
11.	Eni Nurwati, Untung Sriwidodo, dan Dorothea Ririn Indriastuti (2020) Pengaruh <i>Working Capital Turnover</i> , <i>Sales Growth</i> , dan <i>Cash Turnover</i> terhadap <i>Net Profit Margin</i> pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Logam dan Sejenisnya	Variabel Independen: <i>Sales Growth</i> Variabel Dependen: Profitabilitas	Variabel Independen: <i>Working Capital Turnover</i> , <i>Cash Turnover</i>	<i>Sales growth</i> berpengaruh terhadap profitabilitas.	Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, Vol. 20, No. 2, hal. 194-204
12.	Shehu Sani & Khadija Salihu Abubakar (2022) <i>Analysis of the Effect of Sales Growth and Managerial Efficiency on the Profitability of Health Care Firm in Nigeria</i>	Variabel Independen: <i>Sales Growth</i> Variabel Dependen: Profitabilitas	Variabel Independen: <i>Managerial Efficiency</i> , <i>Firm Size</i> , <i>Liquidity</i> , dan <i>Age</i>	<i>Sales growth</i> berpengaruh terhadap profitabilitas.	UMYU <i>Journal of Accounting and Finance Research</i> , Vo. 4, No. 2, hal. 1-15

2.2 Kerangka Pemikiran

Tujuan setiap perusahaan ingin mendapatkan keuntungan yang tinggi dari kegiatan operasional perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan perlu meningkatkan kinerjanya agar dapat memaksimalkan profitabilitas yang menjadi salah satu indikator dalam tujuan perusahaan. Menurut (Tandelilin, 2010:372) salah satu cara untuk mengevaluasi potensi perusahaan di masa mendatang ialah dengan menganalisis pertumbuhan profitabilitas perusahaan, karena rasio profitabilitas menjadi aspek yang sangat diperhatikan oleh para investor dalam menilai kinerja perusahaan. Profitabilitas mencerminkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan seluruh potensi dan sumber daya yang dimiliki, termasuk aktivitas penjualan, arus kas, modal, jumlah tenaga kerja, jumlah cabang, dan lain-lain (Harahap, 2018:304). Profitabilitas dalam suatu perusahaan juga menjadi faktor utama yang menarik perhatian pemilik perusahaan yaitu para pemegang saham (Sunyoto, 2013:113). Pemilik memiliki keterkaitan terhadap pembagian laba yang menjadi haknya, mencakup besarnya dana yang diinvestasikan kembali dan banyaknya dividen yang dibayarkan kepada pemegang saham. Selain itu pemilik perusahaan berkepentingan ketika saham dijual kepada publik.

Salah satu pengukuran rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini ialah *Net Profit Margin* (NPM). *Net Profit Margin* (NPM) mencerminkan efisiensi operasional seberapa baik perusahaan dalam menghasilkan laba setelah pajak yang dihasilkan dari penjualan (Siswanto, 2021:37). *Net Profit Margin* (NPM) menjadi penghubung antara laba bersih setelah pajak dengan total penjualan

yang mencerminkan kemampuan manajemen perusahaan dalam mengelola biaya pokok barang atau jasa, biaya operasional, penyusutan, bunga pinjaman, dan kewajiban pajak (Kasmir, 2015). Para investor cenderung berminat membeli saham suatu perusahaan jika *Net Profit Margin* (NPM) perusahaan tersebut tinggi, karena hal ini menunjukkan tingkat pengembalian investasi perusahaan juga akan meningkat (Tandelilin, 2010:236). Begitupun sebaliknya, rendahnya *Net Profit Margin* (NPM) menandakan tingkat pengembalian investasi juga akan rendah dan para investor enggan menanamkan sahamnya di perusahaan tersebut. Penelitian ini menggunakan tiga faktor yang dapat mempengaruhi profitabilitas, yaitu *payable turnover*, *leverage*, dan *sales growth*.

Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mengetahui tingkat pengelolaan utang perusahaan adalah dengan menganalisis *payable turnover*. *Payable turnover* dalam periode tertentu dapat dijadikan sebagai indikator untuk memahami bagaimana perusahaan mengatur pengelolaan komponen utang yang berasal dari usaha perusahaan (Setyadharma & Januarti, 2019). Usaha perusahaan dalam memperoleh utang dipengaruhi oleh posisi perusahaan terhadap pemasok, rekam jejak pinjaman yang dimiliki, dan hubungan yang terjalin dengan pemasok (Hadija, 2017). Cepat atau lambat perusahaan dalam membayar seluruh kewajiban, baik kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang dapat dilihat dari *payable turnover*. *Payable turnover* digunakan untuk mengukur seberapa cepat dan seberapa efisiennya perusahaan membayar utang kepada kreditur (Harrison et al., 2013:271). Semakin tinggi nilai *payable turnover* menandakan semakin cepat perusahaan dapat membayar kewajibannya dengan tepat waktu dan akan

menambah efisiensi operasional sehingga meningkatkan profitabilitas perusahaan. Sebaliknya semakin rendah nilai *payable turnover*, maka semakin lama perusahaan dapat melunasi seluruh kewajibannya yang akan mengurangi efisiensi operasional dan menurunkan profitabilitas perusahaan. Maka dapat dikatakan *payable turnover* berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Hal ini sejalan dengan penelitian Ayu Yudiani Lestari (2022) menunjukkan *payable turnover* berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Apabila suatu perusahaan membutuhkan tambahan dana, perusahaan dapat melakukan pinjaman kepada kreditur sehingga menjadi utang perusahaan. Dalam hal ini, perusahaan menambah modal melalui *leverage*. *Leverage* ialah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar penggunaan utang jangka pendek dan utang jangka panjang dalam pembiayaan perusahaan (Siswanto, 2021:28). Sebelum perusahaan memutuskan akan menggunakan *leverage* untuk pendanaan operasionalnya, perusahaan harus memperhatikan bagaimana kondisi keuangan dan risiko yang akan dihadapi jika perusahaan menggunakan *leverage*. Perusahaan juga harus memilih strategi *leverage* yang tepat dan sesuai agar kinerja perusahaan meningkat. Salah satu *leverage* yang digunakan dalam penelitian ini ialah *Debt to Equity Ratio* (DER). *Debt to Equity Ratio* (DER) digunakan untuk mengukur besarnya risiko keuangan pada perusahaan melalui pengukuran dari proporsi ekuitas untuk menjamin total utang perusahaan (Siswanto, 2021:29). Pendanaan menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) sangat berpengaruh terhadap pencapaian laba perusahaan. *Debt to Equity Ratio* (DER) yang tinggi menunjukkan komposisi total utang melebihi total ekuitas yang dapat mengurangi kemampuan perusahaan

dalam mendapatkan dana tambahan dari para kreditur, akibat dari beban utang perusahaan yang semakin besar akan meningkatkan risiko ketidakmampuan perusahaan tersebut tidak bisa membayar utangnya (Hery, 2015:168). Apabila *Debt to Equity Ratio* (DER) meningkat, maka utang perusahaan juga akan bertambah yang menimbulkan beban bunga lebih besar, sehingga akan mengurangi laba bersih yang menyebabkan menurunnya profitabilitas. Sebaliknya, apabila *Debt to Equity Ratio* (DER) menurun maka semakin sedikit utang perusahaan dengan beban bunga juga semakin rendah, sehingga dapat menambah laba bersih yang akan meningkatkan profitabilitas. Maka dapat dikatakan *leverage* (DER) berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. Hal ini sejalan dengan penelitian Dewi Afrianti & Eny Purwaningsih (2022), dan penelitian Siti Masamah & Dwinanto Priyo Susetyo (2024) menunjukkan *leverage* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.

Sebuah perusahaan tidak dapat berjalan secara efektif tanpa adanya sistem penjualan yang baik, mengingat penjualan menjadi pilar utama keberlangsungan perusahaan. Pendekatan persentase penjualan ialah metode perencanaan keuangan dimana seluruh akun dalam laporan keuangan perusahaan disesuaikan berdasarkan prediksi tingkat penjualan perusahaan (Sudana, 2011). Melalui *sales growth* perusahaan dapat mengetahui tren naik dan turunnya penjualan dari tahun ke tahun. Perusahaan dapat menentukan strategi yang tepat untuk menghadapi naik atau turunnya penjualan di tahun mendatang. *Sales growth* digunakan untuk mempertahankan posisi pendapatan perusahaan dalam menghadapi ekspansi ekonomi dan sektor bisnis (Tresnawati & Miftahuddin, 2021). Upaya perusahaan untuk meningkatkan penjualan akan berpengaruh terhadap meningkatnya *sales*

growth dan juga akan meningkatkan profitabilitas perusahaan (Vidyasari et al., 2021). Semakin tinggi *sales growth* menunjukkan penjualan perusahaan meningkat, sehingga pendapatan dan laba perusahaan juga akan meningkat serta mendorong perusahaan untuk melakukan ekspansi usaha. Meningkatnya *sales growth* juga akan menambah kepercayaan para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan. Semakin rendah *sales growth* menandakan penjualan perusahaan yang menurun sehingga laba perusahaan juga akan menurun, dan akan berkurangnya kepercayaan para investor untuk berinvestasi di perusahaan. Maka dapat dikatakan *sales growth* berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Hal ini sejalan dengan penelitian Reinza Syafruddin (2018), dan penelitian Eni Nurwati, Untung Sriwidodo, dan Indriastuti (2020) menunjukkan *sales growth* berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Dapat dikatakan bahwa tingkat profitabilitas suatu perusahaan dapat dipengaruhi oleh *payable turnover*, *leverage*, dan *sales growth*. Semakin lama *payable turnover*, semakin besar nilai *leverage* (DER), dan semakin rendah nilai *sales growth* maka kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba semakin kecil. Begitupun sebaliknya, semakin cepat *payable turnover*, semakin kecil nilai *leverage* (DER), dan semakin tinggi nilai *sales growth* maka kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba semakin besar.

2.3 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran dan penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁ : *Payable turnover* berpengaruh positif terhadap profitabilitas

H₂ : *Leverage* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas

H₃ : *Sales growth* berpengaruh positif terhadap profitabilitas