

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasanteori

2.1.1 Akuntansi Manajemen

Menurut Hansen dan Mowen (2013:7) Akuntansi manajemen adalah Proses mengidentifikasi, mengumpulkan, mengukur, mengklasifikasi dan melaporkan informasi yang bermanfaat bagi pengguna internal dalam merencanakan, mengendalikan dan mengambil keputusan.

Menurut Baldric Siregar (2013:1) Akuntansi Manajemen adalah Proses mengidentifikasi, mengukur, mengakumulasi, menganalisis, menginterpretasikan dan mengomunikasikan kejadian ekonomi yang digunakan oleh manajemen untuk melakukan perencanaan, pengendalian, pengambilan keputusan dan penilaian kinerja dalam organisasi.

Sedangkan Menurut Rudianto (2013:9) menjelaskan bahwa pengertian akuntansi manajemen adalah sistem akuntansi dimana informasi yang dihasilkannya ditujukan kepada pihak-pihak internal organisasi, seperti manajer keuangan, manajer produksi, manajer pemasaran, dan sebagainya guna pengambilan keputusan internal organisasi.

Dalam akuntansi manajemen sangat erat hubungannya dengan Analisis rasio, dimana analisis rasio keuangan merupakan hasil dari perlakuan akuntansi manajemen yang mengarah pada hasil kegiatan perusahaan, artinya akuntansi

manajemen memiliki peran penting dalam proses indentifikasi, pengumpulan, pengukur, pengklasifikasi dari output analisis rasio keuangan.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan Akuntansi Manajemen merupakan proses pengumpulan data-data sehingga mampu diklasifikasikan berdasarkan system pencatatan akuntansi sehingga memberikan informasi keuangan dan sebagai dasar pengambilan keputusan untuk pihak internal organisasi.

2.1.1.1 Tujuan Akuntansi Manajemen

1. Menghasilkan informasi keuangan untuk kepentingan manajemen (pihak intern perusahaan) dalam usaha untuk mencapai tujuan perusahaan. Informasi tersebut diperlukan oleh manajemen untuk suatu bahan pertimbangan pengambilan keputusan manajemen serta melihat/menilai hasil-hasil yang sudah didapatkan suatu perusahaan.
2. Proses pengidentifikasi, mengukur dan melaporkan informasi ekonomi keuangan, untuk memungkinkan adanya suatu penilaian dan keputusan yang jelas dan tegas bagi manajemen yang menggunakan suatu informasi tersebut di mana titik sentralnya untuk pihak-pihak di dalam sebuah organisasi perusahaan.
3. Salah satu bidang akuntansi yang tujuan utamanya yaitu untuk menyajikan suatu laporan-laporan sebagai satu satuan usaha untuk kepentingan pihak internal dalam rangka untuk melaksanakan proses manajemen yang meliputi suatu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian.

2.1.1.2 Fungsi-Fungsi Akuntansi Manajemen

1. Manajer keuangan

Membutuhkan informasi terkait dengan suatu aktifitas keuangan perusahaan seperti dalam pendanaan modal kerja, beban biaya cost of fund terhadap sejumlah modal kerja yang dibutuhkan oleh perusahaan, tingkat pengembalian investasi, tingkat pengembalian modal, rasio keuangan dan lain sebagainya.

2. Manajer Produksi

Membutuhkan data informasi tentang mengenai rincian biaya Cost of good sold atau harga pokok produksi misalnya seperti total biaya produksi, biaya per unit produk, beban tenaga kerja langsung, serta dalam biaya overhead lainnya yang secara langsung mempunyai peran dalam proses produksi.

3. Manajer Pemasaran

Membutuhkan data informasi semua komponen biaya terkait dalam suatu penetapan harga jual produk, penentuan sistem penjualan yang secara kredit atau tunai, beban komisi penjualan, marketing fee, serta informasi nilai discount untuk produk tertentu dalam suatu rangka peningkatan volume penjualan.

4. Pihak Top Manajemen

Membutuhkan suatu informasi ini terkait dalam pengambilan kebijakan strategis perusahaan misalnya didalam penyusunan anggaran, ekspansi usaha, diversifikasi produk, maupun kebijakan investasi lainnya.

2.1.2 Teori Agensi

Agency Theory dikemukakan Jensen dan Meckling pada tahun 1976 berfokus pada dua individu, yaitu prinsipal dan agen. Prinsipal adalah pemegang saham dan agen adalah manajemen yang mengelola perusahaan. Teori keagenan menjelaskan kepentingan manajemen sering kali bertentangan dengan kepentingan pemegang saham, sehingga sering terjadi konflik. Konflik tersebut sering terjadi karena manajer cenderung berusaha mengutamakan kepentingan pribadi, karena hal tersebut akan menambah cost bagi perusahaan sehingga menurunkan keuntungan yang diterima. Akibatnya dari perbedaan kepentingan itulah maka terjadi konflik yang biasa disebut konflik agensi (Rahmawati:2012). *Agency theory* merupakan model yang digunakan untuk merumuskan permasalahan yang berupa konflik antara pemegang saham sebagai pemilik perusahaan (*principal*) dengan manajer sebagai pihak yang ditunjuk atau diberi wewenang oleh para pemegang saham (*agent*) untuk menjalankan perusahaan sesuai dengan kepentingannya. Sebagai bentuk tanggung jawab manajer yang telah diberi wewenang oleh pemilik (*principal*), maka manajer akan menginformasikan kinerja yang telah dicapainya melalui laporan keuangan. Di dalam konteks ini, manajer (*agent*) mempunyai informasi yang superior dibandingkan dengan pemilik (*prinsipal*). Pada saat pemilik (*prinsipal*) tidak dapat memonitor secara sempurna aktivitas manajerial, maka manajer memiliki potensi dan peluang untuk menentukan kebijakan yang menguntungkan dirinya, dan disinilah muncul konflik dengan pemilik karena pemilik tidak menyukai tindakan tersebut (Sudiyatno dan Puspitasari:2010). Para manajer dapat didorong untuk

bertindak demi kepentingan utama dari pemegang saham. Menurut Brigham dan Houston (2006:27) cara tersebut melalui insentif-insentif yang memberikan imbalan atas setiap kinerja yang baik atau hukuman untuk kinerja yang buruk.

2.1.3 Ukuran Perusahaan

Menurut Riyanto (2008:313) ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai equity, nilai penjualan atau nilai aktiva.

Menurut Brigham dan Houston (2001:117) Ukuran perusahaan adalah rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun kemudian.

Sedangkan Sienly dan Bram (2008:75) Ukuran perusahaan adalah nilai penjualan bersih perusahaan selama satu tahun tertentu.

Dari pengertian atas dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan di lihat dari aktiva yang di miliki.

2.1.3.1 Klasifikasi ukuran perusahaan

UU No.20 tahun 2008 mengklasifikasikan ukuran perusahaan kedalam 4 kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. pengklasifikasikan ukuran perusahaan tersebut didasarkan pada total aset yang dimiliki dan total penjualan tahunan perusahaan tersebut.

UU No.20 tahun 2008 pasal 1 tersebut mendefinisikan usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar sebagai berikut:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorang dan badan usaha perorang yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorang atau badan usaha yang bukan merupakan anak usaha atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dengan dimaksud dalam undang-undang ini.
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorang atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau bersih hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
4. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Mengacu pada undang-undang No.20 tahun 2008 pasal 6 kriteria usaha kecil atau perusahaan kecil dilihat dari segi keuangan dalam modal yang dimilikinya adalah.

1. Kriteria usaha mikro adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,- (Lima Puluh Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,- (Tiga Ratus Juta Rupiah)
2. Kriteria usaha kecil adalah sebagai berikut :
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,- (Lima Puluh Juta Rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,- (Lima Ratus Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000 (Tiga Ratus Juta Rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000 (Dua Milyar Lima Ratus Juta Rupiah)
3. Kriteria usaha menengah adalah sebagai berikut :
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,- (Lima Ratus Juta Rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,- (Sepuluh MilyarRupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000.000 (Dua Milyar Lima Ratus Rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000 (Lima Puluh Milyar Rupiah)

4. Kriteria Usaha besar adalah sebagai berikut:
 - a. kekayaan bersih lebih dari Rp 10.000.000.000,- (Sepuluh Milyar Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari banyak Rp 50.000.000.000,- (Lima Puluh Milyar Rupiah)

2.1.4 Rasio Aktivitas

Menurut Kasmir (2016:172) Rasio aktivitas (*activity ratio*) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menggunakan aktiva yang dimilikinya. Atau dapat pula dikatakan rasio ini digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi (efektivitas) pemanfaatan sumber daya perusahaan.

Menurut mamduh (2012:76) Rasio Aktivitas ini rasio yang melihat pada beberapa aset kemudian menentukan berapa tingkat aktivitas aktiva-aktiva tersebut pada tingkat kegiatan tersebut.

Sedangkan menurut Fahmi (2013:132) aktivitas adalah rasio yang menggambarkan sejauh mana suatu perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimilikinya guna menunjang aktivitas perusahaan, dimana penggunaan aktivitas ini dilakukan sangat maksimal dengan maksud memperoleh hasil yang maksimal.

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa rasio aktivitas adalah rasio yang mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan untuk menggunakan aset-aset yang dimilikinya.

2.1.4.1 Tujuan Rasio Aktivitas

Tujuan perhitungan rasio aktivitas menurut Kasmir (2016:173) adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengukur berapa lama penagihan piutang selama satu periode atau berapa kali dana yang ditanam dalam piutang ini berputar dalam satu periode.
2. Untuk menghitung hari rata-rata penagihan piutang (*days of receivable*), dimana hasil perhitungan ini menunjukkan jumlah hari (berapa hari) piutang tersebut rata-rata tidak dapat ditagih.
3. Untuk menghitung berapa hari rata-rata sediaan tersimpan dalam gudang
4. Untuk mengukur berapa kali dana yang ditanamkan dalam modal kerja berputar dalam satu periode atau berapa penjualan yang dapat dicapai oleh setiap modal kerja yang digunakan (*working capital turn over*)
5. Untuk mengukur berapa kali dana yang ditanamkan dalam aktiva tetap berputar dalam suatu periode.
6. Untuk mengukur penggunaan semua aktiva perusahaan dibandingkan dengan penjualan.

2.1.4.2 Jenis-Jenis Rasio Aktivitas

Rasio Aktivitas terdiri dari beberapa rasio yaitu :

1. Perputaran Piutang (*Receivable Turnover*)

Menurut Kasmir (2016:175) Perputaran Piutang (*Receivable Turnover*) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa lama penagihan

piutang selama satu periode atau berapa kali dana yang ditanam dalam piutang ini berputar dalam satu periode. Semakin tinggi rasio menunjukkan bahwa modal kerja yang ditanamkan dalam piutang semakin rendah (dibandingkan dengan rasio tahun sebelumnya) dan tentunya kondisi ini bagi perusahaan semakin baik.

2. Perputaran Sediaan (*Inventory Turn Over*)

Menurut Kasmir (2016:180) Perputaran sediaan merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa kali dana yang ditanam dalam sediaan (*inventory*) ini berputar dalam suatu periode. Rasio ini dikenal dengan nama rasio perputaran sediaan (*Inventory Turn Over*). Dapat diartikan pula bahwa perputaran sediaan merupakan rasio yang menunjukkan berapa kali jumlah barang sediaan diganti dalam satu tahun.

3. Perputaran Modal Kerja (*Working Capital Turnover*)

Menurut Kasmir (2016:182) Perputaran Modal Kerja (*Working Capital Turnover*) merupakan salah satu rasio untuk mengukur atau menilai keefektifan modal kerja perusahaan selama periode tertentu. Artinya seberapa banyak modal kerja berputar selama suatu periode atau dalam suatu periode. Untuk mengukur rasio ini, membandingkan antara penjualan dengan modal kerja atau rata-rata modal kerja.

4. Perputaran Aset Tetap (*Fixed Assets Turnover*)

menurut Kasmir (2016:184) Perputaran Aset Tetap (*Fixed Assets Turnover*) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa kali dana yang ditanamkan dalam aktiva tetap berputar dalam satu periode.

5. Perputaran Total Aset (*Total Assets Turnover*)

menurut Kasmir (2016:185) Perputaran Total Aset (*Total Assets Turnover*) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perputaran semua aktiva yang dimiliki perusahaan dan mengukur berapa jumlah penjualan yang diperoleh dari tiap rupiah aktiva.

2.1.5 Makro Ekonomi

Menurut Erni Hasanah (2014:3) Ilmu Ekonomi Makro adalah bagian dari ilmu ekonomi yang mengkhususkan mempelajari mekanisme bekerjanya perekonomian secara keseluruhan, baik hubungannya kausalitas maupun fungsional antara variabel-variabel agregatif seperti tingkat pendapatan nasional, pendapatan disposibel, tingkat konsumsi, tingkat konsumsi, tingkat tabungan, besarnya ekspor impor, pembayaran rutin pemerintah, pembayaran alihan, tingkat pajak yang diterima pemerintah, dan besarnya penanaman modal (investasi).

Menurut Suparmono (2004:4) Ekonomi Makro merupakan cabang ilmu ekonomi yang menganalisis perilaku dari pelaku-pelaku ekonomi secara agregat (menyeluruh). Dalam ekonomi makro dibahas faktor penentu utama dari tingkat pendapatan nasional, tingkat, harga umum, laju investasi dan tabungan dan pertumbuhan pendapatan di suatu perekonomian.

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan pengertian ilmu ekonomi makro adalah ilmu ekonomi yang mempelajari tentang masalah pokok perekonomian yaitu masalah pertumbuhan ekonomi, ketidakstabilan kegiatan ekonomi, pengangguran dan inflasi serta neraca perdagangan dan neraca pembayaran.

2.1.5.1 Inflasi

Menurut Boediono (2011:155) Inflasi adalah kecenderungan dari harga-harga untuk menaik secara umum dan terus-menerus. Kenaikan harga dari satu atau dua barang saja tidak disebut inflasi, kecuali bila kenaikan tersebut meluas kepada (atau mengakibatkan kenaikan) sebagian besar dari harga barang-barang lain. Menurut Prathama dan Mandala (2008:165) Inflasi adalah kenaikan harga barang-barang yang bersifat umum dan terus menerus. Dari definisi ini, ada tiga komponen yang harus dipenuhi agar dapat dikatakan telah terjadi inflasi yaitu Kenaikan Harga, Bersifat Umum dan berlangsung Terus Menerus. Inflasi diartikan sebagai meningkatnya harga-harga secara umum dan terus menerus. Kenaikan harga dari satu atau dua barang saja tidak dapat disebut inflasi kecuali bila kenaikan itu meluas (atau mengakibatkan kenaikan harga) pada barang lainnya (<http://www.bi.go.id>).

2.2.5.2 Jenis Inflasi

Berdasarkan sifatnya Muana Nanga (2001:251) membagi inflasi ke dalam tiga tingkatan yaitu :

1. Inflasi Sedang (*Moderate Inflation*): Kondisi ini ditandai dengan kenaikan laju inflasi yang lambat dan waktu yang relatif lama.
2. Inflasi Menengah (*Gallopig Inflation*): Kondisi ini ditandai dengan kenaikan harga yang cukup besar (biasanya double digit atau bahkan triple digit) dan kadang kala berjalan dalam waktu yang relative pendek serta mempunyai sifat akselerasi. Artinya, harga-harga minggu atau bulan

inilebih tinggi dari minggu atau bulan yang lalu dan seterusnya. Efeknya terhadap perekonomian lebih berat daripada inflasi yang merayap.

3. Inflasi Tinggi (*hyper inflation*): Merupakan inflasi yang paling parah akibatnya. Harga-harga naik sampai lima atau enam kali. Masyarakat tidak lagi punya keinginan untuk menyimpan uang karena nilai uang merosot dengan tajam sehingga ingin ditukarkan dengan barang.

2.1.5.2 Tingkat Suku Bunga

Menurut Gregory Mankiw (2006:89) Tingkat Bunga adalah harga yang menghubungkan masa kini dan masa depan. BI Rate adalah suku bunga kebijakan yang mencerminkan sikap atau *stance* kebijakan moneter yang ditetapkan oleh bank Indonesia dan diumumkan kepada publik (<http://www.bi.go.id>). Menurut Sadono Sukirno (2006:375) menyatakan suku bunga adalah bunga yang dinyatakan sebagai persentasi dari modal.

2.1.5.3 Fungsi Suku Bunga

Adapun fungsi suku bunga menurut Sunariyah (2004:81) adalah :

- a. Sebagai daya tarik bagi para penabung yang mempunyai dana lebih untuk diinvestasikan.
- b. Suku bunga dapat digunakan sebagai alat moneter dalam rangkamengendalikan penawaran dan permintaan uang yang beredar dalam suatu perekonomian.
- c. Pemerintah dapat memanfaatkan suku bunga untuk mengontrol jumlah uang beredar. Ini berarti, pemerintah dapat mengatur sirkulasi uang dalam suatu perekonomian.

2.1.6 Profitabilitas

Menurut Fahmi (2011:135) profitabilitas adalah Profitabilitas terdiri dari beberapa rasio yang mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan dan ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi.

Menurut martono dan agus (2010:53) Profitabilitas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari penggunaan modalnya.

Sedangkan Menurut Harahap (2015:304) Profitabilitas adalah Rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba.

2.1.6.1 Rasio Profitabilitas

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 (Kasmir 2016:196).

Menurut Irham Fahmi (2015:135) rasio Profitabilitas adalah rasio ini mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang dtunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi.

Sedangkan menurut Mamduh (2012:81) rasio profitabilitas adalah rasio mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham yang tertentu.

Pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa rasio profitabilitas adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba dari sumber yang ada.

2.1.6.2 Tujuan Dan Manfaat Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas memiliki tujuan dan manfaat tidak hanya bagi pihak pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak diluar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan dan kepentingan dengan perusahaan (Kasmir 2016:196). 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
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri

Manfaat Rasio Profitabilitas bagi perusahaan yang diperoleh untuk:

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam 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.

2.1.6.3 Jenis-Jenis Rasio Profitabilitas

Jenis-jenis rasio yang dapat digunakan menurut Kasmir (2016:200-201) sebagai berikut :

1. *Net Profit Margin (Profit Margin On Sales)*

Net Profit Margin adalah margin laba bersih merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan untuk melihat pendapatan bersih perusahaan atas penjualan.

2. *Return On Investment (ROI) atau Return On Assets (ROA)*

Merupakan rasio yang menunjukkan hasil (Return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. *ROI* juga merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya semakin kecil rasio ini semakin kurang baik, demikian pula sebaliknya artinya rasio ini digunakan untuk mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan.

3. *Return On Equity (ROE)*

Return On Equity (ROE) atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi menggunakan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini semakin baik artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat demikian pula sebaliknya.

2.1.7 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah sangat penting karena nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham (Brigham dan Houston 2010:294).

Nilai Perusahaan Menurut Agus Sartono (2008:478) adalah Nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang operasi.

Menurut I Made Sudana (2011:8) Nilai Perusahaan adalah nilai sekarang dari arus pendapatan atau kas yang diharapkan diterima pada masa yang akan datang.

Dari pendapat di atas menyimpulkan nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang dikaitkan dengan harga saham dan di kaitkan dengan keberhasilan perusahaan dalam mengelola perusahaan.

2.1.7.1 Jenis-Jenis Rasio Nilai Perusahaan

Rasio penilaian merupakan suatu rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai pada masyarakat (investor) atau pada para

pemegang saham. Rasio ini memberikan informasi seberapa besar masyarakat menghargai perusahaan, sehingga mereka mau membeli saham perusahaan dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai buku saham. Menurut Irham Fahmi (2012:83-84) rasio ini terdiri dari :

1. *Price Earning Ratio (PER)*

Rasio ini mengukur seberapa besar perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang akan diperoleh oleh para pemegang saham. *Price Earning Ratio (PER)* juga dapat dipakai untuk membandingkan kinerja antar saham atau antar sektor bahkan antar pasar dalam skala regional ataupun global. *PER* menggambarkan bagaimana keuntungan perusahaan atau emiten saham terhadap harga sahamnya, yang menunjukkan besarnya rupiah yang harus dibayarkan investor untuk memperoleh satu rupiah earning perusahaan. *Price Earning Ratio* adalah fungsi dari perubahan kemampuan laba yang diharapkan di masa yang akan datang. Semakin besar price earning ratio, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

2. *Price Book Value (PBV)*

Rasio ini mengukur seberapa besar harga saham yang ada dipasar dibandingkan dengan nilai buku sahamnya. Semakin tinggi rasio ini menunjukkan perusahaan semakin dipercaya, artinya nilai perusahaan menjadi lebih tinggi. Sebelum nilai *Price Book Value (PBV)*, ada baiknya investor mengetahui komponen penting yang terdapat didalamnya, komponen tersebut adalah:

1. Harga Per Saham
2. Nilai Buku Per Saham

Berikut ini penjelasan dari klasifikasi komponen-komponen *Price Book Value (PBV)* yang telah dipaparkan sebelumnya:

1. Menurut Irham Fahmi (2012:84) menyatakan Harga per saham merupakan harga yang terjadi di pasar bursa pada saat tertentu yang ditentukan oleh pelaku pasar dan ditentukan oleh permintaan dan penawaran saham yang bersangkutan di pasar modal.
2. Menurut Irham Fahmi (2012:84) menyatakan Nilai buku per saham merupakan perbandingan antara harga saham per bukunya dihitung sebagai hasil bagi ekuitas pemegang saham dengan jumlah saham yang beredar.

2.2 Penelitian Terdahulu

1. Novi Sagita Ambarwati, Dkk (2015)

Penelitian Tentang Pengaruh Modal Kerja, Likuiditas, Aktivitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Menyimpulkan bahwa (1) Modal kerja (*networking capital to total asset*) berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini menjelaskan bahwa semakin cepat modal kerja berputar maka semakin besar keuntungan yang dapat diraih untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan. (2) Likuiditas (*current ratio*) tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini menjelaskan bahwa CR tinggi belum tentu dapat meningkatkan laba perusahaan. Aktiva lancar

yang tersedia terlalu tinggi yang digunakan untuk melunasi kewajiban keuangan yang akan jatuh tempo, sehingga ada aktiva produktif yang tidak dimanfaatkan oleh perusahaan untuk meningkatkan profitabilitas. (3)Aktivitas (*total assets turnover*) berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini menjelaskan semakin besar rasio ini maka semakin baik, yang berarti bahwa semakin tinggi tingkat penjualan yang menunjukkan semakin tinggi aktivitasnya, maka akan menyebabkan peningkatan pada kemampuan memperoleh profitabilitas. (4)Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini menjelaskan bahwa Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin besar profitabilitas untuk melakukan peningkatan laba. Ukuran perusahaan bisa dilihat dari total asset perusahaan, karena perusahaan dengan total asset yang besar mencerminkan kemapanan perusahaan. (5)Variabel modal kerja, likuiditas, aktivitas dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

2. **Hazlina Safitri (2015)**

Pengaruh size, Growth, dengan kebijakan dividen sebagai variabel moderating terhadap nilai perusahaan menyimpulkan bahwa (1) *Size* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. *Size* perusahaan dapat dilihat dari total aktivasnya, perusahaan dengan total aktiva yang besar dengan komponen dominan pada piutang dan persediaan belum tentu dapat membayar dividen (labaditahan) karena asset yang menumpuk pada piutang dan persediaan. (2) *growth*

berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. *Growth* yang tinggi pada perusahaan menyebabkan kebutuhan dana meningkat (kecendrungan pada laba ditahan). Semakin besar tingkat pertumbuhan suatu perusahaan, maka semakin tinggi biaya yang diperlukan untuk investasi. (3) kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham apabila perusahaan memiliki kas yang benar-benar bebas, yang dapat dibagikan kepada pemilik saham sebagai dividen. Semakin tinggi nilai kesehatan suatu perusahaan akan memberikan keyakinan kepada pemegang saham untuk memperoleh pendapatan (dividen atau capital gain) dimasa yang akandatang.

3. Fauziah marwah noor (2014)

Pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan study kasus pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar dibursa efek indonesia periode tahun 2010-2014 menyimpulkan bahwa (1) return on equity berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar dibursa efek indonesia periode tahun 2010-2014, dimana semakin baik pertumbuhan return un equity maka prospek perusahaan dimasa depan dinilai semakin baik juga artinya semakin baik pula nilai perusahaan dimata investor. (2) Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar dibursa efek indonesia periode tahun 2010-2014, dimana semakin baik ukuran perusahaan maka akan diikuti semakin

baiknya nilai perusahaan.

4. A.A. Wela Yulia Putra (2015)

Pengaruh *leverage*, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas. Berdasarkan penelitian ini menyimpulkan (1) *Leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan Industri Makanan dan Minuman di BEI. (2) Pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan Industri Makanan dan Minuman di BEI. (3) Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan Industri Makanan dan Minuman di BEI.

5. Linda Ratnasari (2016)

Pengaruh leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Otomotif Di BEI. Berdasarkan penelitian ini menyimpulkan (1) Hasil pengujian untuk variabel leverage berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan otomotif, karena hasil signifikansi $0.026 < 0.05$. (2) Hasil pengujian untuk variabel likuiditas berpengaruh tidak signifikan terhadap profitabilitas perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI, karena signifikansi $0.239 > 0.05$. (3) Hasil pengujian untuk variabel ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan otomotif, karena hasil signifikansi $0.052 < 0.05$.

6. Ni putu Yuni Pratiwi (2016)

Pengaruh Struktur modal dan Ukuran perusahaan Terhadap Nilai

perusahaan. Hasil dari penelitian ini bahwa (1) ada pengaruh positif dan signifikan dari struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan sumbangan pengaruh sebesar 65,4%. (2) ada pengaruh positif dan signifikan dari struktur modal terhadap nilai perusahaan dengan sumbangan pengaruh sebesar 80,9%, (3) ada pengaruh positif dan signifikan dari ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan sumbangan pengaruh sebesar 10,4%.

7. Khumairoh, dkk (2015)

Pengaruh leverage, Profitabilitas, dan Ukuran perusahaan terhadap Nilai perusahaan menyimpulkan hasil dari penelitian (1) Leverage secara signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, (2) Profitabilitas secara signifikan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, (3) Ukuran perusahaan secara signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. (4) Secara simultan variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependennya.

8. Ista Yansi Rinnaya (2016)

Pengaruh Profitabilitas, rasio aktivitas, keputusan pendanaan keputusan investasi terhadap Nilai Perusahaan (studi Empiris pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2014) hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa profitabilitas, rasio aktivitas, keputusan pendanaan dan keputusan investasi berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. secara simultan, variabel-variabel ini memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

9. Muhammad Tedi Sandika (2011)

Hubungan Faktor-Faktor Ekonomi Makro Terhadap Profitabilitas PT. Bank Central Asia Tbk Periode Juni 2005-Mei 2011 hasil dari penelitian bahwa tingkat pertumbuhan ekonomi dan BI rate memiliki hubungan yang positif disebabkan karena peningkatan pendapatan yang terjadi dimasyarakat tersebut sehingga pada saat terjadi pertumbuhan ekonomi profitabilitas PT. Bank Central Asia Tbk akan meningkat karena adanya tabungan yang mendorong PT. Bank Central Asia Tbk untuk meningkatkan pengalokasian dananya melalui kredit sedangkan kebijakan penetapan BI rate oleh Bank Indonesia mengakibatkan perkembangan suku bunga di Pasar Uang Antar Bank (PUAB) sehingga perkembangan tersebut dapat diikuti oleh perkembangan suku bunga kredit sedangkan tingkat inflasi memiliki hubungan yang negatif dikarenakan peredaran uang yang tinggi mengakibatkan peningkatan beban suku bunga.

10. Ni made witha dwipartha (2011)

Pengaruh faktor ekonomi makro dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan manufaktur dibursa efek indonesia. Berdasarkan penelitian ini menyimpulkan (1) faktor ekonomi makro memiliki berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan.(2)Faktor kinerja keuangan memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan. (3)faktor ekonomi makro memiliki pengaruh negatif secara tidak signifikan terhadap kinerja keuangan.

Tabel 2.2.1
Penelitian Terdahuu

No	Nama Penelitian dan tahun	Judul Penelitian	Variabel	Metode Analisis	Hasil
1	Novi Sagita Ambawati, Dkk (2015)	Pengaruh Modal Kerja, Likuiditas, Aktivitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel Independen yaitu Modal Kerja, Likuiditas, aktivitas dan Ukuran Perusahaan - Variabel Dependen yaitu Profitabilitas 	Analisis regresi linier berganda	(1)secara parsial modal kerja berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. (2)likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. (3)aktivitas berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. (4)ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. (5)secara simultan modal kerja, likuiditas, aktivitas dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia.
2	Hazlina Safitri (2015)	Pengaruh size, Growth, dengan kebijakan dividen dengan variabel moderating terhadap nilai perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel indenpen yaitu size dan growth - Variabel Dependen yaitu nilai perusahaan - Variabel moderating yaitu kebijakan deviden 	Analisis linear berganda	(1)Size berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. (2)growth berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. (3)kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
3	Fauziah marwah noor (2014)	Pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan study kasus pada perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel Independen yaitu Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan 	Uji Asumsi Klasik, Analisis Korelasi,	(1)Return on equity berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dimana semakin baik pertumbuhan return un equity maka prospek perusahaan dimasa depan dinilai semakin baik juga artinya semakin baik pula nilai perusahaan dimata investor. (2)Ukuran

No	Nama Penelitian dan tahun	Judul Penelitian	Variabel	Metode Analisis	Hasil
		makanan dan minuman yang terdaftar dibursa efek indonesia periode tahun 2010-2014	- Variabel Dependen yaitu Nilai Perusahaan	Analisis koefisiensi Determinasi	perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dimana semakin baik ukuran perusahaan maka akan diikuti semakin baiknya nilai perusahaan
4	A.A.Wela Yulia Putra (2015)	Pengaruh <i>leverage</i> , pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas	- Variabel Independen yaitu <i>Leverage</i> , pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan - Variabel dependen yaitu Profitabilitas	Analisis linear berganda	(1) <i>Leverage</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan Industri Makanan dan Minuman di BEI. (2) Pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan Industri Makanan dan Minuman di BEI. (3) Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan Industri Makanan dan Minuman di BEI.
5	Linda Ratnasari (2016)	Pengaruh leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Otomotif Di BEI.	- Variabel Independen yaitu Leverage, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan - Variabel Dependen yaitu Profitabilitas	Analisis linear berganda	(1) Hasil pengujian untuk variabel leverage berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan otomotif. (2) Hasil pengujian untuk variabel likuiditas berpengaruh tidak signifikan terhadap profitabilitas perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI. (3) Hasil pengujian untuk variabel ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan otomotif
6	Ni putu Yuni Pratiwi (2016)	Pengaruh Struktur modal dan Ukuran perusahaan Terhadap Nilai perusahaan	- Variabel Independen yaitu Struktur modal dan ukuran perusahaan - Variabel Dependen yaitu Nilai Perusahaan	Analisis regresi berganda	(1) ada pengaruh positif dan signifikan dari struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai. (2) ada pengaruh positif dan signifikan dari struktur modal terhadap nilai. (3) ada pengaruh positif dan signifikan dari ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

No	Nama Penelitian dan tahun	Judul Penelitian	Variabel	Metode Analisis	Hasil
7	Khumairoh, dkk (2015)	Pengaruh Leverage, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel Independen yaitu leverage, profitabilitas dan ukuran perusahaan - Variabel Dependen yaitu Nilai Perusahaan 	Analisis linear berganda	(1)Leverage secara signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. (2)Profitabilitas secara signifikan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. (3)Ukuran perusahaan secara signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. (4) Secara simultan variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependennya.
8	Ista Yansi Rinnaya (2016)	Pengaruh Profitabilitas , rasio akitivitas, keputusan pendanaan keputusan investasi terhadap Nilai Perusahaan (studu Empiris pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2014)	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel Independen Profitabilitas, rasio aktivitas, keputusan pendanaan keputusan investasi - Variabel Dependen yaitu Nilai Perusahaan 	Uji Asumsi Klasik	secara parsial menunjukkan bahwa profitabilitas, rasio aktivitas, keputusan pendanaan dan keputusan investasi berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. secara simultan, variabel-variabel ini memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
9	Ni made witha dwipartha (2011)	pengaruh faktor ekonomi makro dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan manufaktur dibursa efek indonesia.	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel Independen yaitu Ekonomi Makro dan Kinerja Keuangan - Variabel Dependen yaitu nilai perusahaan 	Teknik Analisis Jalur	(1)faktor ekonomi makro memiliki berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan. (2)kinerja keuangan memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan. (3)faktor ekonomi makro memiliki pengaruh negatif secara tidak signifikan terhadap kinerja keuangan
10	Muhammad Tedi Sandika	Hubungan Faktor-Faktor Ekonomi Makro Terhadap Profitabilitas PT. Bank	- Variabel Independen yaitu Ekonomi makro	Analisis Kuantitaif	tingkat pertumbuhan ekonomi dan BI rate memiliki hubungan yangpositif disebabkan karena peningkatan pendapatan yang terjadi dimasyarakat tersebut sehingga pada saat terjadi

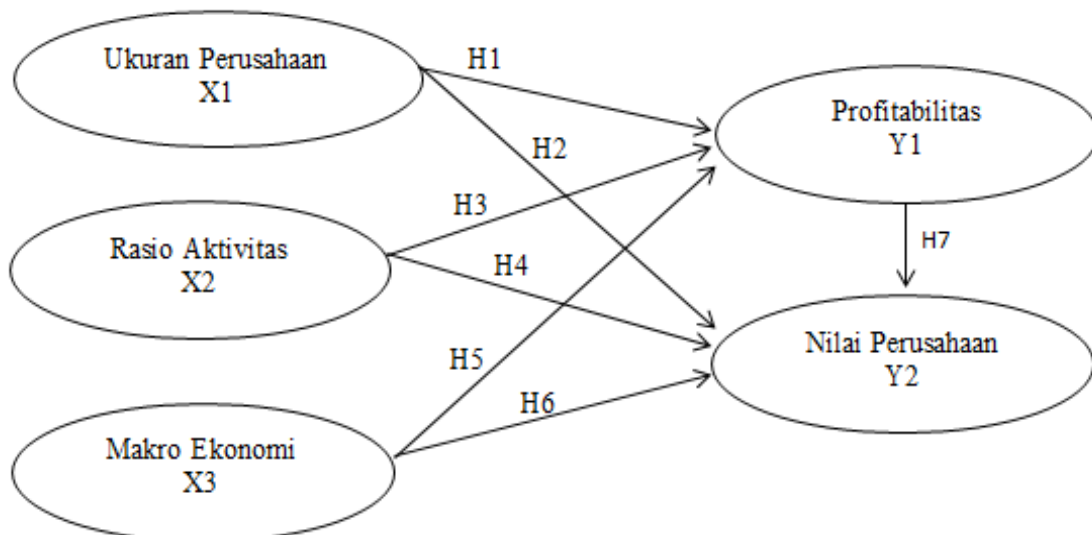
No	Nama Penelitian dan tahun	Judul Penelitian	Variabel	Metode Analisis	Hasil
	(2011)	Central Asia Tbk Periode Juni 2005-Mei 2011	- Variabel Dependen yaitu Profitabilitas		pertumbuhan ekonomi profitabilitas PT. Bank Central Asia Tbk akan meningkat karena adanya tabungan yang mendorong PT. Bank Central Asia Tbk untuk meningkatkan pengalokasian dananya melalui kredit sedangkan kebijakan penetapan BI rate oleh Bank Indonesia mengakibatkan perkembangan suku bunga di Pasar Uang Antar Bank (PUAB) sehingga perkembangan tersebut dapat diikuti oleh perkembangan suku bunga kredit sedangkan tingkat inflasi memiliki hubungan yang negatif dikarenakan peredaran uang yang tinggi mengakibatkan peningkatan beban suku bunga.

2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan dalam landasan teori dan penelitian terdahulu yang menguji Analisis Ukuran Perusahaan, Rasio Aktivitas, dan Makro Ekonomi Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan diatas maka dapat digambarkan suatu kerangka konseptual sebagai berikut :

Gambar 2.3.1

Kerangka Konseptual



Sumber : Olahan Penulis

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono 2017:64). Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Profitabilitas pada perusahaan manufaktur makanan dan minuman periode tahun 2013-2016

H2 : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur makanan dan minuman periode tahun 2013-2016

H3: Rasio Aktivitas berpengaruh terhadap Profitabilitas pada perusahaan manufaktur makanan dan minuman periode tahun 2013-2016

H4 : Rasio Aktivitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur makanan dan minuman periode tahun 2013-2016

H5 : Makro Ekonomi berpengaruh terhadap Profitabilitas pada perusahaan manufaktur makanan dan minuman periode tahun 2013-2016

H6 : Makro Ekonomi berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur makanan dan minuman periode tahun 2013-2016

H7 : Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur makanan dan minuman periode tahun 2013-2016