BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Rasio *Gross Profit Margin*

2.1.2.1 Pengetian Rasio *Gross Profit Margin*

Gross profit margin adalah selisih antara total penjualan satu jenis barang satu kelompok barang selama waktu tertentu dan total pembelian dari barang tersebut, dinyatakan sebagai persentase total penjualan.

> Gross margin ratio menurut Munawir (2008:99):
> "Ratio atau pertimbangan antara *gross profit* (laba kotor) yang diperoleh perusahaan dengan tingkat penjualan yang dicapai pada periode yang sama"

> Menurut Syamsuddin (2009:61):
> "GPM merupakan persentase laba kotor jika dibandingkan dengan pencapaian sales.Keadaan operasi perusahaan akan terindikasi bagus jika besarnya GPM semakin baik, hal ini membuktikan bahwa jumlah harga pokok penjualan cenderung lebih rendah jika dibandingkan dengan harga sales, begitu pula sebaliknya dimana semakin rendah GPM maka berpengaruh pada semakin kurang baik operasi perusahaannya."

Berdasarkan definisi diatas disimpulkan bahwa *gross profit margin* adalah pengendalian harga pokok penjualan dan pengidentifikasian kemampuan perusahaan untuk berproduksi secara efisien.

Rasio *gross profit margin* menurut Munawir (2004) dapat dihitung dengan rumus:

$$\textbf{Gross Profit Margin} = \frac{\textbf{Penjualan} - \textbf{Harga Pokok Penjualan}}{\textbf{Penjualan}} \textbf{X 100\%}$$

Atau

$$\textbf{Gross Profit Margin} = \frac{\textbf{Laba Kotor}}{\textbf{Penjualan}} \textbf{ x 100\%}$$

Gross profit margin atau margin laba kotor digunakan untuk mengetahui keuntungan kotor perusahaan yang berasal dari penjualan setiap produknya. Rasio ini sangat dipengaruhi oleh nilai harga pokok penjualan. Apabila harga pokok penjualan meningkat maka *gross profit margin* akan menurun begitu pula sebaliknya. Dengan kata lain, rasio ini mengukur efisiensi pengendalian harga pokok atau biaya produksi, mengindikasikan kemampuan perusahaan untuk berproduksi secara efisien.

Gross Profit Margin yang meningkat merupakan indikasi bahwa semakin besar tingkat kembalian keuntungan kotor yang telah diperoleh perusahaan terhadap penjualan bersihnya. Semakin efisien biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menunjang kegiatan penjualan sehingga pendapatan yang diperoleh menjadi meningkat (Taruh, 2012: 1-11).

2.1.2 Perputaran Persediaan

2.1.2.1 Pengertian Perputaran Persediaan

Persediaan merupakan komponen dari aktiva lancar yang keadaanya selalu mengalami perputaran.

> Pengertian perputaran persediaan menurut Michelle Suharli (2006:303):
> "Perputaran persediaan (*inventory turnover*) menentukan berapa kali persediaan (*inventory*) terjual atau digantikan dengan persediaan yang

> baru selama satu tahun, dan memberikan beberapa pengukuran mengenai likuiditas dan kemampuan suatu perusahaan untuk mengkonversi barang persediaannya menjadi uang secara tepat.''

> Menurut S. Munawir (2007:64) :
> "Inventory turnover merupakan rasio antara jumlah harga pokok barang yang dijual dengan nilai rata-rata yangdimiliki oleh perusahaan."

> Sedangkan Bambang Riyanto mengemukakan :
> "Inventory ini merupakan suatu persediaan yang selalu dalam perputaran, yang selalu dibeli dan dijual"

Perusahaan-perusahaan menggunakan perputaran persediaan untuk menilai kemampuan mereka dalam menghadapi persaingan, merencanakan laba usaha dan secara umum mengetahui seberapa baiknya mereka menjalankan kegiatan perusahaan mereka.

Suatu tingkat perputaran persediaan yang rendah dapat menunjukan adanya investasi yang terlalu besar dalam suatu persediaan barang. Sebaliknya tingkat perputaran persediaan yang tinggi menunjukan semakin pendek waktu terikatnya modal dalam persediaan barang dalam suatu periode tertentu.

Perputaran persediaan yang tinggi pada umumnya dinilai sebagai hal yang baik sebab ini berarti bahwa persediaan mereka terjual relatif cepat sebelum kondisinya semakin tidak layak jual.

Menurut kasmir (2011:80) perputaran persediaan dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\textbf{Perputaran Persediaan} = \frac{\textbf{Harga Pokok Penjualan}}{\textbf{Persediaan}}$$

2.1.3 Nilai Pasar (*Market Value)*

2.1.3.1 Pengetian Nilai Pasar (*Market Value)*

Market value dari suatu perusahaan menyajikan suatu nilai yang melekat pada perusahaan tersebut berdasarkan pasar yang tercermin pada harga saham perusahaan yang ditawarkan di perusahaan. Jika pertimbangan harga di pasar bursa (*market price*) merupakan suatu kesepakatan marginal, maka harga saham berhak dikatakan dapat mewakili *market value".* (Lubis, 2008:125)

> Menurut Anoraga (2001) menyatakan bahwa:
> "Nilai pasar merupakan harga pasar riil dan harga yang paling mudah ditentukan karena merupakan harga dari suatu saham perusahaan pada pasar yang sedang berlangsung atau sudah tutup berdasarkan bursa utama."

Market Value menunjukkan ukuran perusahaan, dimana apabila *market value* semakin besar maka semakin besar perusahaan tersebut yang ditinjau dari ukuran perusahaannya. Kebanyakan investor menganggap bahwa perusahaan besar memiliki kestabilan keuangan yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan kecil. Selain itu perusahaan besar mempunyai analisis keuangan yang kompeten, sehingga dapat menghasilkan informasi keuangan yang lebih akurat yang dapat memperpendek jarak antara pengharapan investor dengan yang sebenarnya terjadi di perusahaan.

Menurut Lubis dalam Garbo (2013:29) mengungkapkan *market value* sangat dipengaruhi oleh hukum permintaan dan penawaran, harga suatu saham akan cenderung naik bila suatu saham mengalami kelebihan permintaan dan cenderung turun jika terjadi kelebihan penawaran. Apabila kesepakatan

diantara investor telah ditetapkan, maka harga saham yang terpilih dapat mencerminkan nilai pasar dari perusahaan.

Susanti (2010:119) menuliskan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi *market value* adalah :

1. *Corporate governance*
2. Struktur kepemilikan
3. *Divident payout ratio*
4. *Investment opportunity*
5. Profitabilitas

Faktor-faktor tersebut mempunyai pengaruh positif terhadap *market value*, sedangkan risiko *finansial* dan *cash holding* mempunyai perngaruh negatif terhadap *market value*.

Market value dapat berubah-ubah secara fluktuatif. Faktor utama yang menyebabkan harga pasar saham berubah adalah adanya persepsi yang berbeda-beda dari masing-masing investor, sesuai dengan informasi yang dimiliki . Konsep perhitungan market value adalah dengan mengalikan rata-rata harga saham selama tahun t dengan jumlah saham beredar pada saham perusahaan i per akhir tahun ke-t. Formulasinya adalah sebagai berikut :

$$MV_{it} = Rata - rata\ harga\ saham_{it} \times Jumlah\ saham\ beredar_{it}$$

Berdasarkan besarnya jumlah saham yang beredar dan harga saham, dapat dilihat ukuran suatu perusahaan. Jika harga saham perusahaan tinggi

dan mempunyai banyak jumlah saham yang beredar, maka perusahaan tersebut berukuran besar.

Besarnya ukuran sebuah perusahaan akan memberikan keuntungan tinggi seperti yang diharapkan investor sehingga semakin lama pula investor menahan kepemilikan sahamnya dan sebaliknya jika ukuran perusahaan tersebut kecil akan memberikan kerugian bagi investor, sehingga mempunyai pengharapan yang kecil untuk menahan kepemilikan sahamnya.

2.1.4 Penelitian Terdahulu

1. **Abubakar Arif dan Resti (2009)**

   Penelitian ini menguji variable Metode Akuntansi Persediaan, Nilai Persediaan, Perputaran Persediaan dan *Gross Profit Margin* terhadap *Market Value* Perusahaan Manufaktur Tahun 2003-2006. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Secara simultan bahwa penerapan metode akuntansi , nilai persediaan, perputaran persediaan dan *gross profit margin* berpengaruh signifikan terhadap *market* value.

2. **Yudha Putriani Purwanto (2009)**

   Penelitian ini menguji variable Metode Arus Biaya Persediaan, Nilai Persediaan dan *Gross Profit Margin* terhadap *Market Value* Perusahaan Studi Kasus Perusahaan Aneka Industri di Bursa Efek Indonesia, hasil

pengujian diperoleh bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Gross Profit Margin* terhadap *Market Value* perusahaan.

3. **Bambang Sudaryono dan Hilda (2007)**

   Penelitian ini menguji variabel Arus Biaya Persediaan, Nilai Persediaan dan *Gross Profit Margin* terhadap *Market Value* Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukan bahwa tidak ditemukan adanya pengaruh yang signifikan *gross profit margin* dengan *market value* perusahaan.

4. **Beny Susanti dan Budi Prijanto (2009)**

   Penelitian ini menguji variable Metode Arus Biaya Persediaan, Nilai Persediaan dan *Gros Profit Margin* Terhadap *Market Value* Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Aneka Industri Di Bursa Efek Indonesia). Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *gross profit margin* terhadap *market value*.

5. **Juita Kowel (2013)**

   Penelitian ini menguji variabel GPM, ROE dan *Market Value* pada perusahaan Food and Beverages. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian

menunjukan bahwa *gross profit margin* berpengaruh positif terhadap *market value* pada perusahaan *food and beverages* di bursa efek Indonesia. Hal ini dikarenakan, sebelum membeli suatu saham tertentu, para investor akan memperhatikan margin keuntungan terlebih dahulu baik keuntungan kotor maupun keuntungan sesudah pajak sehingga memungkinkan dia memperoleh keuntungan dari investasinya tersebut.

6. Kinan Bahuweda Maulana dan Ari Prasetyo(2015)

Penelitian ini menguji variable GPM, ROE dan *Market Value* pada perusahaan *Food and Beverages*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukan bahwa *gsross profit margin* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap market value perusahaan dagang yang terdaftar di Daftar Efek Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa setiap terjadi kenaikan sebesar satu satuan pada *gross profit margin* tidak akan mempengaruhi *market value* perusahaan dagang yang terdaftar di Daftar Efek Syariah

7. Fica Firmansari (2010)

Penelitian ini menguji variabel Metode Arus Biaya Persediaan dan *Gross Profit Margin* terhadap *Market Value* pada Perusahaan Manufaktur yang *Listed* di Bursa Efek Indonesia. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian

menunjukan bahwa Terdapat pengaruh signifikan antara *gross profit margin* terhadap *market value*.

8. Hamid Moridipour dan Zahra Mousavi (2014)

The purpose of this study is evaluating the effect of inventory turnover on the variables of gross profit margin and sales shocks in listed companies in Tehran Stock Exchange. Study research hypotheses using regression models and then significance of the regression are checked by using T and F-tests. There is a significant relationship between gross profit margin, inventory turnover and sales stock.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1	Abubakar Arif dan Resti (2009) Analisis Pengaruh Penerapan Metode Akuntansi Persediaan, Nilai Persediaan, Perputaran Persediaan dan *Gross Profit Margin* terhadap *Market Value* Perusahaan Manufaktur Tahun 2003-2006	-Tidak ada pengaruh yang signifikan antara perputaran persediaan terhadap *market value*. -Tidak ada pengaruh yang signifikan antara *gross profit margin* terhadap *market value*. -Secara simultan bahwa penerapan metode akuntansi , nilai persediaan, perputaran persediaan dan *gross profit margin* berpengaruh signifikan terhadap *market* value.	Menggunakan variable *gross profit margin*, perputaran persediaan dan *market value*.	Menggunakan lebih banyak variable, yaitu metode akuntansi persediaan, nilai persediaan dan *gross profit margin*
2	Yudha Putriani Purwanto (2009) Analisis Pengaruh Penerapan Metode Arus Biaya Persediaan, Nilai Persediaan dan *Gross Profit Margin* terhadap *Market Value* Perusahaan Studi Kasus Perusahaan	Hasil pengujian diperoleh bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Gross Profit Margin* terhadap *Market Value* perusahaan..	Menggunakan variable *gross profit margin* dan *market value*.	Menggunakan lebih banyak variable, yaitu Metode Arus Biaya Persediaan dan Nilai Persediaan

	Aneka Industri di Bursa Efek Indonesia,			
3	Bambang Sudaryono dan Hilda (2007) Analisis Pengaruh Penerapan Metode Arus Biaya Persediaan, Nilai Persediaan dan *Gross Profit Margin* Terhadap *Market Value* Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta.	Dari penelitian tersebut disimpulkan bahwa tidak ditemukan adanya pengaruh yang signifikan antara metode arus biaya persediaan dan *gross profit margin* dengan *market value* perusahaan.	Menggunakan variable *gross profit margin* dan *market value*.	Menggunakan lebih banyak variable, yaitu Metode Arus Persediaan dan Nilai Persediaan.
4	Beny Susanti, Budi Prijanto (2009) Analisis Pengaruh Penerapan Metode Arus Biaya Persediaan, Nilai Persediaan dan *Gros Profit Margin* Terhadap *Market Value* Perusahaan (Studi Empiris : Perusahaan Aneka Industri Di Bursa Efek Indonesia).	Hasil penelitian menunjukan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *gross profit margin* terhadap *market value*.	Menggunakan variable *gross profit margin*dan market value.	Menggunakan lebih banyak variabel yaitu Metode Arus Biaya Persediaan, Nilai Persediaan.
5	Juita Kowel (2013) Pengaruh GPM dan ROE Terhadap *Market Value* pada Perusahaan *Food and Beverages yang* Terdaftar di BEI Tahun 2008-2012.	*Gross profit margin* berpengaruh positif terhadap *market value* pada perusahaan *food and beverages* di bursa efek Indonesia.	Menggunakan variable *gross profit margin*, perputaran persediaan dan *market value*.	Menggunakan lebih banyak variable ROE,
6	Kinan Bahuweda Maulana dan Ari Prasetyo (2015) Pengaruh Metode Penilaian Persediaan dan *Gross ProfitMargin* terhadap nilai Pasar (Studi Pada Perusahaan Dagang Yang Terdaftar Di Daftar Efek Syariah Periode 2009-2014).	*Gross profit* margin memilikipengaruh yang tidak signifikan terhadap*market value* perusahaan dagang yangterdaftar di Daftar Efek Syariah.	Menggunakan variable *gross profit margin* dan *market value*.	Menggunakan lebih banyak variable, yaitu penilaian persediaan.

7	Fica Firmansari (2010) Analisis Pengaruh Penerapan Metode Arus Biaya Persediaan dan *Gross Profit Margin* terhadap *Market Value* pada Perusahaan Manufaktur yang *Listed* di Bursa Efek,	Terdapat pengaruh signifikan antara *gross profit margin* terhadap *market value*	Menggunakan variable *gross profit margin* dan *market value*.	
8	Hamid Moridipour dan Zahra Mousavi (2014) *Relationship between inventory turnover with gross profit margin and sales shocks*	*There is a significant relationship between gross profit margin, inventory turnover and sales stock.. Low inventory turnover ratio may be due to excessive investment in inventory or due to weakness in advertising and marketing and obsolescence of goods. On the other hand, if the inventory turnover ratio is too high, it could mean that the inventory level is kept relatively low, which makes the inventory in the warehouse repeatedly over that this results in the loss of customers and profits decline, The results of this study indicate significant inverse correlation between gross profit margin and inventory turnover that may be due to maintenance inventory level in low level and following that we will have lost profits resulting from loss of the clients.*	Menggunakan variable *gross profit margin*, Saham dan *Inventory turn over*	Tempat penelitian berbeda.

2.2 Kerangka Pemikiran

Persediaan sebagai elemen utama modal kerja merupakan asset yang selalu berputar. Perusahaan dalam menjual persediaan dengan cepat mengindikasikan profitabilitas yang baik

Tinggi rendahnya *inventory turnover* mempunyai efek langsung terhadap besar kecilnya modal yang diinvestasikan dalam persediaan. Makin tinggi

turnovernya, berarti makin cepat perputarannya, yang berarti makin pendek waktu terikat modal dalam persediaan. Jika hal ini terjadi maka akan berpengaruh terhadap tingkat *gross profit* perusahaan yang semakin baik. *Gross profit* yang tinggi mengindikasikan pendapatan yang dihasilkan melebihi harga pokok penjualan, yang tentunya akan berpengaruh pada nilai pasar.

2.2.1Teori Penghubung *Gross Profit Margin* terhadap *Market Value*

Mogdiliani dan Miller berpendapat bahwa suatu kenaikan laba biasanya merupakan suatu "sinyal" kepada para investor bahwa manajemen perusahaan meramalkan suatu penghasilan yang baik dimasa mendatang begitupun sebaliknya.

Gross profit margin mengindikasikan kemampuan suatu badan usaha untuk menghasilkan laba pada tingkat penjualan tertentu dan menilai kemampuan manajemen perusahaan untuk mengontrol berbagai pengeluaran yang langsung digunakan dalam menghasilkan penjualan. *Gross profit margin* yang tinggi sangat diinginkan, karena mengindikasikan pendapatan yang dihasilkan melebihi harga pokok penjualan.

Menurut Juwita Kowel (2013) *Gross profit margin* berpengaruh terhadap *market value* pada perusahaan *food and beverages* di bursa efek Indonesia. Hal inidikarenakan, sebelum membeli suatu saham tertentu, para investor akan memperhatikan margin keuntungan terlebih dahulu baik keuntungan kotor maupun keuntungan sesudah pajak sehingga memungkinkan dia memperoleh keuntungan dari investasinya tersebut. Semakin banyak investor

menanamkan modalnya, maka semakin tinggi harga saham perusahaan dan tentunya berpengaruh pada *market value*.

2.2.2 Teori Penghubung Perputaran Persediaan terhadap *Market Value*

Perusahaan menjual persediaannya secepat mungkin karena barang tidak akan menghasilkan laba hingga terjual. Semakin cepat terjual, maka semakin cepat terjual, maka semakin tinggi laba dan hal sebaliknya untuk barang yang bergerak lambat. Investor cenderung lebih memilih perusahaan yang memiliki aktivitas operasi yang baik (Horngren, 2012;335).

Persediaan sebagai elemen utama modal kerja merupakan asset yang selalu berputar. Perusahaan dalam menjual persediaan dengan cepat mengindikasi profitabilitas yang baik (Sawir, 2008;202). Semakin baik profitabilitas maka akan berpengaruh pada *market value* perusahaan.

2.2.3 Teori Penghubung *Gross Profit Margin* dan Perputaran Persediaan terhadap *Market Value*

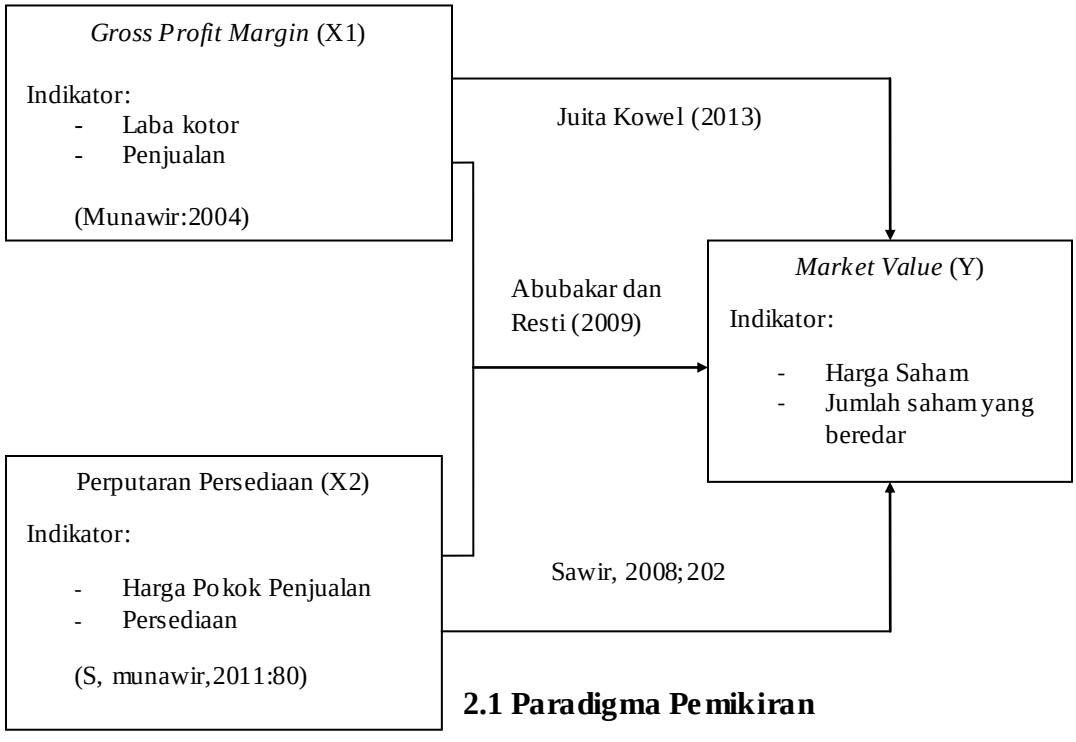
Apabila perusahaan dapat mengelola persediaan dengan baik, maka proses produksi perusahaan dapat berjalan dengan lancar, lancarnya proses produksi perusahaan akan meningkatkan tingkat penjualan perusahaan yang nantinya akan berdampak positif pada laba yang diperoleh perusahaan.

Mogdiliani dan Miller berpendapat bahwa suatu kenaikan laba biasanya merupakan suatu “sinyal” kepada para investor bahwa manajemen perusahaan

meramalkan suatu penghasilan yang baik dimasa mendatang begitupun sebaliknya.

Tinggi rendahnya *inventory turnover* mempunyai efek langsung terhadap besar kecilnya modal yang diinvestasikan dalam persediaan. Makin tinggi *turnover* berarti semakin cepat perputarannya, yang berarti semakin pendek waktu terikat modal dan persediaan. Jika hal ini terjadi, maka akan berpengaruh terhadap tingkat *gross profit* perusahaan yang semakin baik. *Gross profit* yang tinggi mengindikasi pendapatan yang dihasilkan melebihi harga pokok penjualan yang tentunya akan berpengaruh pada *market value* perusahaan. (Abubakar dan Resti, 2009).

Berdasarkan beberapa teori dan temuan dari penelitian terdahulu, maka model kerangka berfikir digambarkan sebagai berikut:



2.1 Paradigma Pemikiran

2.3 Hipotesis

Menurut Erwan Agus Purwanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti (2007:137):

"Hipotesis adalah pernyataan atau tuduhan bahwa sementara masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah (belum tentu benar) sehingga harus diuji secara empiris."

Menurut Mundilarso:

"Hipotesis adalah pernyataan yang masih lemah tingkat kebenaran yang masih harus diuji dengan menggunakan teknik tertentu.Hipotesis dirumuskan dalam hal teori, dugaan, pengalaman pribadi atau orang lain, kesan umum, kesimpulannya adalah masih sangat awal. Hipotesis adalah pernyataan keadaan populasi yang akan diverifikasi menggunakan data atau informasi yang dikumpulkan melalui sampel."

Berdasarkan identifikasi masalah, tujuan penelitian, dan kerangka pemikiran maka hipotesis dinyatakan sebagai berikut:

H1 : *Gross Profit Margin* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Market Value.*

H2 : Perputaran Persediaan berpengaruh signifikan terhadap *Market Value.*

H3 : *Gross Profit Margin* dan Perputaran Persediaan berpengaruh signifikan terhadap *Market Value.*