BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Kajian pustaka ini berisi tentang landasan teori yang akan digunakan sebagai acuan dasar teori dan analisis bagi topik penelitian ini yang membahas tentang Pengaruh Perputaran Piutang dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas (*Return On Asset*).

2.1.1 Perputaran Piutang

2.1.1.1 Pengertian Piutang

Menurut Kasmir (2012:41) bahwa:

"Piutang merupakan tagihan perusahaan kepada pihak lainnya yang memiliki jangka waktu tidak lebih dari satu tahun".

Menurut Hery (2013:181) bahwa:

"Piutang adalah sejumlah tagihan yang akan diterima oleh perusahaan umumnya dalam bentuk kas dari pihak lain".

Sedangkan menurut Dwi Martini (2012:193) bahwa:

"Piutang merupakan klaim suatu perusahaan pada pihak lain".

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa piutang merupakan tagihan perusahaan terhadap pihak lain dalam jangka waktu tidak lebih dari satu tahun dalam bentuk kas.

2.1.1.2 Klasifikasi Piutang

Menurut Hery (2013:181) dalam praktik, piutang pada umumnya diklasifikasikan menjadi:

1. Piutang Usaha (*Accounts Receivable*)
   Yaitu jumlah yang akan ditagih dari pelanggan sebagai akibat penjualan barang atau jasa secara kredit. Piutang usaha memiliki saldo normal di sebelah debet sesuai dengan saldo normal untuk aktiva.
2. Piutang Wesel (*Notes Receivable*)
   Yaitu tagihan perusahaan kepada pembuat wesel. Pembuat wesel disini adalah pihak yang telah berutang kepada perusahaan, baik melalui pembelian barang atau jasa secara kredit maupun melalui peminjaman sejumlah uang.
3. Piutang Lain – lain (*Other Receivables*)
   Yaitu piutang di klasifikasikan dan dilaporkan secara terpisah dalam neraca. Contohnya adalah piutang bunga, piutang dividen (tagihan kepada investee sebagai hasil atas investasi), piutang pajak (tagihan perusahaan kepada pemerintah berupa restitusi atau pengembalian atas kelebihan pembayaran pajak), dan tagihan kepada karyawan.

Menurut KR Subramanyam dan John J.Wild Hal (2010:275) dialih bahasakan oleh Yanivi klasifikasi piutang terdiri dari:

1. Piutang Usaha (*Account Receivable*).
2. Wesel tagih (*Notes Receivable*).
3. Piutang Lain (*Other Receivable*).

Adapun Penjelasan Jenis – jenis Piutang:

1. Piutang Dagang (*Account Receivable*)
   Transaksi Paling Umum yang menciptakan Piutang adalah penjualan barang/ jasa secara Kredit. Piutang Usaha (*account recevables*) semacam ini normalnya di perkirakan akan tertagih dalam periode waktu 30-60 hari. Piutang usaha di klasifikasikan dalam neraca sebagai aktiva lancar.
2. Wesel tagih (*Notes Receivable*)
   Mengacu pada janji tertulis untuk membayar. Dimana pelanggan dimaksud telah menerbitkan surat hutang formal pada perusahaan.
3. Piutang lain (*Other Receivable*)
   Sering kali membutuhkan pengungkapan terpisah berdasarkan sumbernya, seperti piutang perusahaan afiliasi, manajer, direksi dan pegawai perusahaan.

Menurut Warren Reeve dan Fess (2010:504) dialihbahasakan oleh Aria Farahmita mengklasifikasikan piutang kedalam tiga kategori yaitu piutang usaha, wesel, tagih dan piutang lain-lain sebagai berikut:

1. Piutang Usaha
   Piutang usaha timbul dari penjualan secara kredit agar dapat menjual lebih banyak produk atau jasa kepada pelanggan. Transaksi paling umum yang menciptakan piutang usaha adalah penjualan barang dan jasa secara kredit. Piutang tersebut dicatat dengan mendebit akun piutang usaha. Piutang usaha semacam ini normalnya diperkirakan akan tertagih dalam periode waktu yang relative pendek, seperti 30 atau 60 hari. Piutang usaha diklasifikasikan di neraca sebagai aktiva lancar.
2. Wesel Tagih
   Wesel tagih adalah jumlah yang terutang bagi pelanggan di saat perusahaan telah menerbitkan surat utang formal. Sepanjang wesel tagih diperkirakan akan tertagih dalam setahun. Maka biasanya diklasifikasikan dalam neraca sebagai aktiva lancar. Wesel biasanya digunakan untuk periode kredit lebih dari 60 hari. Wesel bisa digunakan untuk menyelesaikan piutang usaha pelanggan. Bila wesel tagih dan piutang usaha berasal dari transaksi penjualan maka hal itu kadang-kadang disebut piutang dagang (*trade receivable*).
3. Piutang lain-lain
   Piutang lain-lain biasanya disajikan secara terpisah dalam neraca. Jika piutang ini diharapkan akan tertagih dalam satu tahun, maka piutang tersebut diklasifikasikan sebagai aktiva lancar. Jika penagihannya lebih dari satu tahun maka piutang ini diklasifikasikan sebagai aktiva tidak lancar dan dilaporkan dibawah judul investasi. Piutang lain-lain (*other receivable*) meliputi piutang bunga, piutang pajak, dan piutang dari pejabat atau karyawan perusahaan.

Berdasarkan klasifikasi piutang diatas dapat disimpulkan bahwa klasifikasi piutang mempunyai beberapa jenis diantaranya piutang usaha, piutang wesel dan piutang lain-lain.

2.1.1.3 Pengertian Perputaran Piutang

Menurut Bambang Riyanto (2010:176) bahwa:

"Perputaran piutang menunjukkan usaha untuk mengukur seberapa sering piutang menjadi kas dalam satu periode tertentu".

Menurut Hery (2013:24) bahwa:

"Perputaran piutang adalah rasio yang digunakan untuk mengukur berapa lama periode penagihan piutang selama satu periode akuntansi".

Sedangkan menurut Kasmir (2012:176) bahwa:

"Perputaran piutang 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".

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa perputaran piutang merupakan rasio untuk mengukur penagihan piutang yang dilaksanakan dalam satu periode.

2.1.1.4 Indikator Perputaran Piutang

Menurut Agus Sartono (2010:119) bahwa:

"Perputaran piutang merupakan salah satu bentuk investasi yang dilakukan oleh pihak perusahaan. Apabila perputaran piutang dikelola secara efisien dan efektif oleh perusahaan, yang bertujuan untuk menghasilkan laba. Semakin cepat periode berputarnya piutang menunjukkan semakin cepat penjualan kredit dapat kembali menjadi kas".

Menurut Bambang Riyanto (2010:176) bahwa:

"Perputaran piutang adalah perbandingan antara penjualan dan rata-rata piutang".

$$\frac{\text{Penjualan}}{\text{Rata-rata piutang}}$$

Menurut Hery (2013:26) bahwa:

"Indikator perputaran piutang adalah perbandingan antara penjualan dengan rata-rata piutang".

$$\frac{\text{Penjualan bersih}}{\text{Rata-rata piutang}}$$

Sedangkan menurut Kasmir (2012:176) bahwa :

"Semakin tinggti rasio menunjukkan bahwa modal kerja yang ditanamkan dalam piutang semakin rendah (bandingkan dengan rasio tahun sebelumnya) dan tentunya kondisi ini bagi perusahaan semakin baik. Sebaliknya jika rasio semakin rendah ada over investment dalam piutang. Hal yang jelas adalah rasio perputaran piutang memberikan pemahaman tentang kualitas piutang dan kesuksesan penagihan piutang".

$$\frac{\text{Penjualan Kredit}}{\text{Rata-rata piutang}}$$

Berdasarkan pemikiran diatas, maka indikator untuk perputaran piutang adalah penjualan dibagi rata-rata piutang. Dari indikator diatas peneliti mengambil indikator perputaran piutang menurut Hery (2013:26) rumusnya adalah sebagai berikut:

$$\frac{\text{Penjualan bersih}}{\text{Rata-rata piutang}}$$

2.1.2 Ukuran Perusahaan

2.1.2.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Menurut Niresh (2014:57) bahwa:

"Ukuran perusahaan adalah faktor utama untuk menentukan profitabilitas dari suatu perusahaan dengan konsep yang biasa dikenal dengan skala ekonomi". Maksudnya skala ekonomi menunjuk kepada keuntungan biaya rendah yang didapat oleh perusahaan besar karena dapat menghasilkan produk dengan harga per unit yang rendah. Perusahaan dengan ukuran besar membeli bahan baku (input produksi) dalam jumlah yang besar sehingga perusahaan akan mendapat potongan harga (*quantity discount*) lebih banyak dari pemasok".

Menurut Butar dan Sudarsi (2012) bahwa:

"Ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar/kecilnya perusahaan."

Sedangkan Menurut Agnes Sawir dalam Amellia Atassya (2012:17) bahwa:

"Ukuran perusahaan adalah ukuran perusahaan yang dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan memperoleh dana dari pasar modal".

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan semakin besar total aktiva, maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut karena ukuran perusahaan faktor utama menentukan profitabilitas.

2.1.2.2 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Klasifikasi ukuran perusahaan menurut UU No.20 Tahun 2008 dibagi kedalam 4 (empat) kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar.

Pengertian dari usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar menurut UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 1 (Satu) adalah sebagai berikut:

"1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasi, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kritera usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan 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 hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

4. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih 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".

Kriteria ukuran perusahaan yang diatur dalam UU No. 20 tahun 2008 adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1
Kriteria Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan	Kriteria	
	Assets (tidak termasuk tanah & bangunan tempat usaha)	Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
Usaha Kecil	>50 juta - 500 juta	>300 juta - 2,5 M
Usaha Menegah	>10 juta - 10 M	2,5 M - 50 M
Usaha Besar	>10 M	>50 M

Kriteria di atas menunjukkan bahwa perusahaan besar memiliki asset (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) lebih dari sepuluh miliar rupiah dengan penjualan tahunan lebih dari lima puluh miliar rupiah.

2.1.2.3 Indikator Ukuran Perusahaan

Menurut Saidi (2004:50) indikator ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln. Total Aktiva}$$

Variabel ukuran perusahaan diukur dengan Logaritma Natural (Ln) dari total aktiva. Hal ini disebabkan besarnya total aktiva masing-masing perusahaan berbeda bahkan mempunyai selisih yang besar, sehingga dapat menyebabkan nilai

yang ekstrim. Untuk menghindari adanya data yang tidak normal tersebut maka data total aktiva perlu di Ln kan. Logaritma Natural sendiri adalah logaritma yang berbasis e adalah 2,7181818….yang terdefinisikan untuk semua bilangan real positif x dan dapat juga didefinisikan untuk bilangan kompleks yang bukan nol.

Menurut Machoedz dalam Wildaryanti (2009) indikator ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln. Total Aktiva}$$

Sedangkan menurut Hartono (2013:282) indikator ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln (Total Aktiva)}$$

Berdasarkan pemikiran diatas, maka indikator untuk ukuran perusahaan adalah ukurn perusahaan dibagi total aktiva. Dari indikator diatas peneliti mengambil indikator ukuran perusahaan menurut Hartono (2013:282) rumusnya adalah sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln (Total Aktiva)}$$

2.1.3 Profitabilitas (ROA)

2.1.3.1 Pengertian Profitabilitas

Menurut Werner (2013:63) bahwa:

"Rasio profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk mengahasilkan keuntungan".

Menurut Irham Fahmi (2011:184) bahwa:

"Profitabilitas adalah mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi".

Sedangkan menurut I Made Sudana (2011:22) bahwa:

"Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba".

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa profitabilitas merupakan laba yang optimal dari suatu perusahaan, dikaitkan dengan penjualan yang berhasil didapat perusahaan untuk menghasilkan laba.

2.1.3.2 Tujuan dan Manfaat Rasio Profitabilitas

Menurut Kasmir (2012:197) bahwa:

"Rasio profitabilitas juga memiliki tujuan dan manfaat, tidak hanya bagi pihak pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak di luar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan".

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

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu;
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu;
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;

5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Sementara itu, manfaat yang diperoleh adalah 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.

2.1.3.3 Indikator Profitabilitas

Menurut Werner (2013:63) rasio profitabilitas terdiri dari 5 rasio, yaitu :

1. *Gross Profit Margin* (GPM)

Gross Profit Margin menggambarkan persentase laba kotor yang dihasilkan oleh setiap pendapatan perusahaan. GPM diperoleh dengan cara:

$$GPM = \frac{gross\ profit}{revenue}$$

2. *Operating Margin* (OM)

Operating income mencerminkan kemampuan manajemen mengubah aktivitasnya menjadi laba. *Operarting income* sering pula disebut sebagai laba sebelum bunga dan pajak dengan catatan bahwa diperusahaan tersebut tidak terdapat pendapatan non-operasional.

Operating Income diperoleh dengan cara :

$$OM = \frac{operating\ income}{revenue}$$

3. *Net Profit Margin* (NPM)

Net Profit Margin mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba neto dari setiap penjualannya. NPM diperoleh dengan cara :

$$NPM = \frac{Net\ profit\ margin}{revenue}$$

4. *Return on Equity* (ROE)

Return on Equity mencerminkan seberapa besar return yang dihasilkan bagi pemegang saham atas setiap rupiah uang yang ditanamkannya. ROE diperoleh dengan cara :

$$ROE = \frac{Net\ income}{Total\ Equity}$$

5. *Return on Asset* (ROA)

Return on Asset mencerminkan seberapa besar return yang dihasilkan atas setiap rupiah uang yang ditanamkan dalam bentuk *asset*. ROA diperoleh dengan cara :

$$ROA = \frac{Net\ income}{Total\ Asset}$$

Dari indikator diatas penulis mengambil rasio profitabilitas dengan pendekatan ROA, dengan rumus :

$$ROA = \frac{Net\ income}{Total\ Asset}$$

Sumber Werner (2013:63)

Ket :
Net income = Laba bersih
Total Asset = Total aset

Alasan peneliti menggunakan ROA karena ROA berfungsi untuk mengukur kemampuan manajemen dalam menggunakan aset perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Semakin tinggi ROA dalam suatu perusahaan menunjukkan bahwa kinerja perusahaan semakin baik dalam hal ini laba yang diperoleh semakin besar juga.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh Perputaran Piutang Terhadap Profitabilitas (ROA)

Menurut Wiagustini (2010:16) bahwa:

"Semakin besar piutang semakin besar pula kebutuhan dana yang ditanamkan pada piutang, dan semakin besar piutang semakin besar pula resiko yang timbul, disamping akan memperbesar profitabilitas".

Menurut Bambang Riyanto (2010:176) bahwa:

"Semakin besarnya jumlah perputaran piutang berarti semakin besar pula profitabilitasnya, namun bersamaan dengan itu juga memperbesar resiko yang mungkin akan terjadi atas likuditasnya".

Menurut Sofyan Syafri Harahap (2010:306) bahwa:

"Semakin tinggi tingkat perputaran kas dan perputaran piutang semakin tinggi pula tingkat profitabilitas termasuk ROA".

Selain itu hal serupa ditemukan oleh beberapa peneliti diantaranya penelitian yang dilakukan I Wayan Suteja Putra dan I Gde Ary Wirajaya (2013) menyatakan bahwa tingkat perputaran piutang secara parsial berpengaruh positif pada profitabilitas, kemudian penelitian yang dilakukan Nina Sufiana dan Ni Ketut Purnawati (2013) perputaran piutang berpengaruh positif terhadap profitabilitas dan penelitian yang dilakukan Clairene E.E. Santoso (2013) Perputaran berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas Perusahaan.

Dari beberapa pernyataan di atas dapat dinyatakan bahwa perputaran piutang berpengaruh terhadap profitabilitas.

2.2.2 Pengaruh Ukuran PerusahaanTerhadap Profitabilitas (ROA)

Menurut Bambang Riyanto (2010:299) suatu perusahaan yang besar di mana sahamnya tersebar sangat luas, setiap perluasan modal saham hanya akan mempunyai pengaruh kecil terhadap kemungkinan hilangnya atau tergesernya control dari pihak dominan terhadap perusahaan yang bersangkutan.

Sebaliknya, perusahaan yang kecil di mana sahamnya hanya tersebar di lingkungan kecil, penambahan jumlah saham akan mempunyai pengaruh yang besar terhadap kemungkinan hilangnya kontrol pihak dominan terhadap perusahaan yang bersangkutan.

Dengan demikian maka pada perusahaan yang besar dimana sahamnya tersebar sangat luas akan lebih berani mengeluarkan saham baru dalam memenuhi

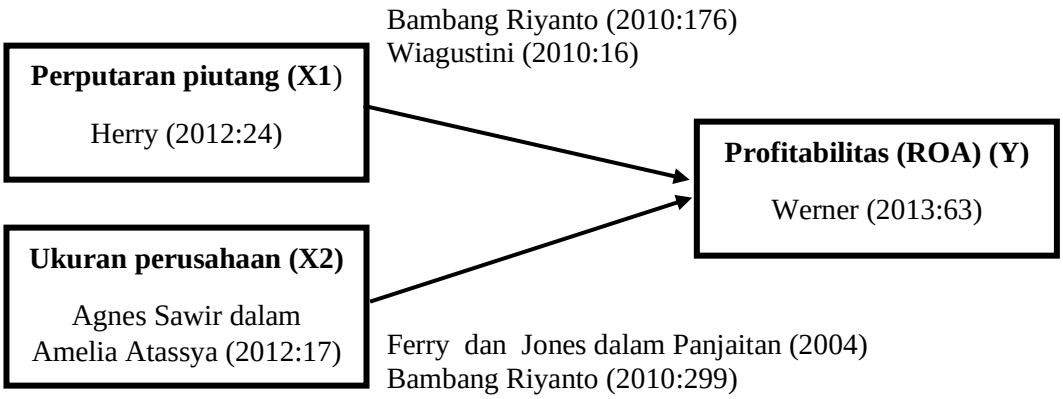
kebutuhannya untuk membiayai pertumbuhan penjualan dibandingkan dengan perusahaan yang kecil.

Menurut Ferry dan Jones dalam Panjaitan (2004) Semakin besar jumlah ukuran perusahaan, maka semakin tinggi pula profitabilitas (ROA) yang didapatkan perusahaan karena ukuran perusahaan dapat dinyatakan dalam total aktiva semakin besar total aktiva maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu.

Selain itu hal serupa ditemukan oleh beberapa peneliti diantaranya penelitian yang dilakukan Made Ucca Pavitrin Koriawan dan Ni Gst. Putu Wirawati (2014) Dari hasil pengujian diketahui bahwa ukuran perusahaan berpengaruh pada profitabilitas, kemudian penelitian yang dilakukan Yunni Rusmawati Dj (2016) Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa Ukuran Perusahaan variabel yang berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas dan penelitian yang dilakukan Ida Bagus Gde Indra Wedhana Purba dan Putu Yadnya (2015) diketahui bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Dari beberapa pernyataan di atas dapat dinyatakan bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas.

Berdasarkan kerangka pemikiran dan teori penghubung di atas akan dibuat paragdima penelitian sebagai berikut :



Gambar 2.1
Paradigma penelitian

2.3 Hipotesis

Menurut Deni Darmawan (2013:120) bahwa:

"Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian"

Kemudian menurut Sugiyono (2013:96) bahwa:

"Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan".

Selanjutnya menurut Umi Narimawati (2010:7) adalah sebagai berikut:

"Hipotesis adalah asumsi atau dugaan sementara yang harus diuji kebenarannya dalam suatu analisis statistik."

Berdasarkan pernyataan diatas, dapat dikatakan bahwa hipotesis diartikan sebagai dugaan sementara, hal ini masih harus dibuktikan dengan melakukan penelitian. Berfungsi agar lebih terarah dalam melakukan penelitian.

Berdasarkan kerangka pemikiran yang dikembangkan maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

H_1 : Perputaran piutang berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas (ROA)

H_2 : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas (ROA)