

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Tujuan utama perusahaan adalah memperoleh dan memaksimalkan laba (*profit*) untuk menambah kekayaan perusahaan dan meningkatkan kesejahteraan pemilik perusahaan dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki suatu perusahaan serta melalui transaksi penjualan barang dan atau jasa kepada konsumen. Namun profit atau laba yang besar diperoleh pada suatu perusahaan belum merupakan suatu ukuran bahwa perusahaan dikatakan sudah bekerja secara efisien. Untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba (*profit*) dapat menggunakan rasio profitabilitas dengan melakukan perbandingan antara laba kotor dengan penjualan suatu perusahaan yang dapat mengklasifikasikan perusahaan dikatakan efisien atau tidak. Semakin baik rasio profitabilitas dapat menggambarkan semakin baik kemampuan perolehan keuntungan perusahaan.

Perolehan besaran laba erat kaitannya dengan kegiatan operasional yang dilakukan perusahaan. Persediaan barang dagangan merupakan aset lancar yang utama kaitannya dalam kegiatan utama perusahaan yakni dalam transaksi penjualan dan sebagai sumber pendapatan dalam perusahaan dagang. Persediaan termasuk aset lancar paling rentan dalam hal terjadinya kerusakan, tindakan pencurian, penyelewengan, maupun persediaan yang kedaluwarsa akibat persediaan yang terus menumpuk di gudang.

Dalam perusahaan dagang hanya ada satu klasifikasi persediaan yaitu persediaan barang dagangan. Barang dagangan ini diperoleh dari pemasok dan dijual kembali kepada konsumen tanpa diubah bentuknya. Kalau terjadi pengolahan, maka pengolahan itu biasanya terbatas pada pengepakan atau pengemasan supaya barang tersebut menjadi lebih menarik (Sinambela, dkk, 2012:148). Atau dengan kata lain, perusahaan dagang mempertemukan produk dengan pelanggan (Nasution, 2011:83).

Sebuah perusahaan dagang harus menyimpan persediaan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya. Kegagalan untuk melakukan hal itu bisa mengakibatkan berhentinya aktivitas penjualan. Di sisi lain, terlalu banyak menyimpan persediaan akan mengurangi solvensi karena tertimbunnya sejumlah dana yang semestinya dapat digunakan untuk melakukan ekspansi atau memperbaiki operasi. Selain itu, kelebihan persediaan juga menambah beban seperti penyimpanan, asuransi, dan pajak properti. Terakhir, persediaan yang berlebihan akan meningkatkan risiko kerugian akibat penurunan harga, kerusakan, atau perubahan pola pembelian pelanggan (Warren, 2008:419).

Suatu ukuran dalam menganalisis efisiensi dan efektivitas pengelolaan persediaan perusahaan yaitu *inventory turnover* (perputaran persediaan). Menurut Jumingan (2008:128) *inventory turnover* menunjukkan berapa kali persediaan barang dijual dan diadakan kembali selama satu periode akuntansi.

Secara umum, semakin tinggi rasio *inventory turnover*, maka semakin efisien dan efektif perusahaan dalam mengelola persediaannya serta menunjukkan aktivitas penjualan barang dagang yang tinggi. Namun perbedaan dalam

perusahaan dan industri begitu besar sehingga tidak memungkinkan untuk menentukan secara khusus seberapa baik tingkat *inventory turnover* (Warren, 2008:420). Maka dapat disimpulkan bahwa ukuran *inventory turnover* tergantung pada jenis perusahaannya. Kemungkinan untuk jenis perusahaan konsumsi akan memiliki tingkat *inventory turnover* lebih tinggi, sebab makanan ataupun sejenisnya merupakan persediaan yang tidak akan mampu bertahan lama. Sebaliknya jika dibandingkan dengan jenis perusahaan yang menjual alat kendaraan seperti mobil dan sepeda motor, kemungkinan memiliki tingkat *inventory turnover* yang lebih rendah.

Kondisi perusahaan yang baik adalah dimana kepemilikan persediaan dan *inventory turnover* adalah selalu berada dalam kondisi yang seimbang, artinya jika *inventory turnover* kecil maka akan terjadi penumpukan barang dalam jumlah yang banyak di gudang, namun jika perputaran terlalu tinggi maka jumlah barang yang tersimpan di gudang akan kecil, sehingga jika sewaktu-waktu terjadi kehilangan bahan/barang di pasaran dalam kejadian yang bersifat di luar perhitungan seperti gagal panen, bencana alam, kekacauan stabilitas politik dan keamanan serta berbagai kejadian lainnya. Maka ini bisa menyebabkan perusahaan terganggu aktivitas produksinya dan lebih jauh berpengaruh pada sisi penjualan serta perolehan keuntungan. Dengan begitu bagi pihak manajer perlu menjaga keseimbangan dengan baik yaitu dengan memahami kondisi pasar saat ini dan yang akan datang (Fahmi, 2017:133).

Untuk mencapai tingkat *inventory turnover* yang baik diperlukan perencanaan dan pengawasan persediaan yang efisien (Jumingan, 2008:70). Menurut Hery

(2013:155) pengendalian internal atas persediaan mutlak diperlukan mengingat aktiva ini tergolong cukup lancar. Tujuan utama dari diterapkannya pengendalian internal tersebut yaitu untuk mengamankan atau mencegah aktiva perusahaan (persediaan) dari tindakan pencurian, penyelewengan, penyalahgunaan, dan kerusakan, serta menjamin keakuratan (ketepatan) penyajian persediaan dalam laporan keuangan. Di dalamnya, termasuk pengendalian atas keabsahan transaksi pembelian dan penjualan barang dagangan.

Pengendalian internal atas persediaan seharusnya dimulai pada saat barang diterima (yang dibeli dari pemasok). Laporan penerimaan barang yang bernomor urut tercetak seharusnya disiapkan oleh bagian penerimaan untuk menetapkan tanggung jawab awal atas persediaan. Untuk memastikan bahwa barang yang diterima sesuai dengan apa yang dipesan, maka setiap laporan penerimaan barang harus dicocokkan dengan formulir pesanan pembelian yang asli. Harga barang yang dipesan, seperti yang tertera dalam formulir pesanan pembelian, seharusnya dicocokkan dengan harga yang tercantum dalam faktur tagihan (*invoice*). Setelah laporan penerimaan barang, formulir pesanan pembelian, dan faktur tagihan dicocokkan, perusahaan akan mencatat persediaan dalam catatan akuntansi.

Pengendalian internal atas persediaan juga sering kali melibatkan bantuan alat pengaman, seperti kaca dua arah, kamera, sensor magnetik, kartu akses gudang, pengatur suhu ruangan, dan sebagainya, termasuk petugas keamanan (Hery, 2013:156).

Antara penjualan dengan modal kerja terdapat hubungan yang erat. Apabila volume penjualan naik, investasi dalam persediaan juga meningkat, ini berarti

juga meningkatkan modal kerja (Jumingan, 2008:132). Untuk membelanjai operasi perusahaan dari hari ke hari, misalnya untuk memberi uang muka pada pembelian bahan baku atau barang dagangan, membayar upah buruh dan gaji pegawai, dan biaya-biaya lainnya, setiap perusahaan perlu menyediakan modal kerja. Sejumlah dana yang telah dikeluarkan untuk membelanjai operasi perusahaan tersebut diharapkan akan dapat kembali lagi masuk dalam perusahaan dalam jangka waktu pendek melalui hasil penjualan barang dagangan atau hasil produksinya. Uang yang masuk yang bersumber dari hasil penjualan barang dagangan tersebut akan dikeluarkan kembali guna membiayai operasi perusahaan selanjutnya. Dengan demikian, uang atau dana tersebut akan berputar secara terus-menerus setiap periodenya sepanjang hidupnya perusahaan (Jumingan, 2008:66).

Untuk menguji efisiensi penggunaan modal kerja menggunakan rasio *working capital turnover* (perputaran modal kerja) yakni rasio antara penjualan neto dengan modal kerja rata-rata. *Working capital turnover* ini menunjukkan jumlah rupiah penjualan neto yang diperoleh bagi setiap rupiah modal kerja. Dari hubungan antara penjualan neto dengan modal kerja tersebut dapat diketahui juga apakah perusahaan bekerja dengan modal kerja yang tinggi atau bekerja dengan modal kerja yang rendah (Jumingan, 2008:132).

Semakin tinggi *working capital turnover* maka semakin baik perusahaan dalam memenuhi kebutuhannya. Oleh karena itu perusahaan harus mampu mengelola *working capital turnover* ini seefisien mungkin, sehingga modal kerja ini berputar secara produktif. Sebab bagaimanapun, perusahaan akan harus terus menjalankan kegiatan operasionalnya.

Seiring perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan untuk memperoleh dan memaksimalkan laba, maka perusahaan tentunya harus melakukan segala usaha agar persediaan segera terjual dan mampu melakukan penjualan yang lebih banyak. Sebab, apabila persediaan barang dagang tidak segera terjual, maka persediaan yang telah menumpuk ini dapat merugikan perusahaan dengan berbagai risiko yang dapat ditimbulkannya seperti menambah biaya pemeliharaan yang dikeluarkan oleh perusahaan, kemungkinan terjadinya penurunan harga, perubahan selera pelanggan, kerusakan persediaan, dan risiko terjadinya kebakaran, banjir, dan berbagai hal tidak terduga lainnya. Akibatnya pula, sejumlah dana yang tertanam pada persediaan ini (*working capital*) juga tidak segera kembali menjadi uang. Sehingga memungkinkan perusahaan kesulitan dalam memenuhi setiap kebutuhannya dan terhambat dalam kelancaran operasionalnya. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu cepat memutar persediaannya, sehingga perusahaan segera memperoleh *feedback* atas transaksi penjualan yang dilakukan oleh perusahaan.

Keberhasilan suatu perusahaan mencapai tujuan dan sasaran perusahaan sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan memasarkan produknya. Tujuan perusahaan untuk dapat menjamin kelangsungan hidupnya, berkembang dan mampu bersaing, hanya mungkin apabila perusahaan dapat menjual produknya dengan harga yang menguntungkan pada tingkat kuantitas yang diharapkan serta mampu mengatasi tantangan dari para pesaing dalam pemasaran (Assauri, 2014:59).

Setiap perusahaan perlu mengarahkan kegiatan usahanya untuk menghasilkan produk yang dapat memberikan kepuasan konsumen, sehingga dalam jangka panjang perusahaan mendapatkan keuntungan yang diharapkannya. Melalui produk yang dihasilkannya, perusahaan menciptakan dan membina pelanggan. (Assauri, 2014:1). Menurut Nitisusastro (2017:126) konsep pemasaran berorientasi kepada filosofi *'customer-centered'* dan *'sense-and-respond'*. Konsep pemasaran berpendapat bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi, terdiri dari dua jalan. Pertama, perusahaan harus menciptakan dan mendeliveri produk lebih unggul dari pesaing. Kedua, mempromosikan keunggulan produk dimaksud kepada target pasar yang ingin dijangkau.

Strategi pemasaran (*marketing strategy*) yang dijalankan perusahaan harus ditujukan kepada upaya peningkatan jumlah pembeli, upaya peningkatan *demand* guna meningkatkan pertumbuhan laba perusahaan. Para pemasar dilatih untuk mampu menumbuhkan kebutuhan konsumen terhadap produk-produk perusahaan (Nitisusastro, 2017:124).

Keberhasilan pencapaian sasaran tingkat keuntungan yang telah ditetapkan, ditentukan oleh pencapaian tingkat penjualan yang telah direncanakan dan harga penjualan yang telah ditentukan. Apabila pemasaran tidak mampu mencapai jumlah penjualan yang ditargetkan, maka jumlah penerimaan hasil penjualan akan lebih rendah dari yang direncanakan, sehingga tingkat keuntungan yang ditargetkan tidak akan tercapai. Disamping itu, dengan tidak tercapainya jumlah penjualan yang ditargetkan, besarnya biaya yang telah diperhitungkan per unit produk menjadi lebih tinggi, sehingga kemungkinan tingkat biaya yang

sebenarnya lebih tinggi dari harga jual atau mungkin sama. Bila hal tersebut terjadi, kemungkinan perusahaan merugi atau tidak mendapatkan keuntungan. (Assauri, 2014:62).

Salah satu strategi penjualan dan pemasaran era modern yang menjadi pusat perhatian perusahaan dan pelanggan dewasa ini ialah *e-commerce*. Menurut Sutojo (2014:323) *e-commerce* atau *electronic commerce* merupakan salah satu teknik memasarkan produk secara langsung yang dilakukan melalui jaringan *internet*. Sedangkan *internet* adalah infrastruktur teknis yang dapat menghubungkan jutaan *personal computer* yang dioperasikan orang-perorangan dan organisasi di seluruh dunia melalui jaringan telekomunikasi. *E-commerce* juga disebut *online marketing* atau *business online*.

Melalui jaringan *internet* perusahaan kecil, menengah, atau besar secara mudah dapat menyajikan informasi tentang perusahaan mereka, produk yang ditawarkan, harga produk, syarat pembelian, cara pemesanan dan pembayaran produk, pengiriman barang, dan sebagainya kepada pelanggan, calon pembeli dan mitra usaha di berbagai penjuru dunia. Informasi tersebut disajikan secara cepat, mudah, dan terfokus kepada kebutuhan masing-masing pembeli melalui jaringan komputer dunia (*global web of computer network*). Melalui jaringan *internet* mereka juga dapat melayani pesanan pembelian barang atau jasa selama 24 jam setiap hari (Sutojo, 2014:324). Oleh karena itu, dengan adanya *e-commerce* dapat memperluas *market place* dalam penjualan dan pemasaran produk perusahaan serta dengan mudah menemukan lebih banyak pelanggan yang dapat memberikan peluang kepada perusahaan untuk memutar cepat persediaannya sehingga

memperoleh laba sesegera mungkin pula. Selain itu, modal kerja yang telah tertanam pada persediaan pun segera kembali menjadi bentuk kas yang kemudian digunakan kembali pada operasional perusahaan guna mencapai tujuan utama perusahaan dalam memperoleh laba.

Terdapat beberapa penelitian yang telah membahas mengenai pengaruh *inventory turnover* dan *working capital turnover* terhadap profitabilitas, namun terdapat perbedaan hasil penelitian yang dilakukan dari penelitian sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni (2014) bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari perputaran persediaan terhadap profitabilitas (ROA). Meldarianisa (2017) perputaran persediaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap rentabilitas ekonomis. Warrad (2013) terdapat pengaruh yang signifikan antara *working capital turnover* terhadap *return on assets* (ROA). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Lestari, Arum (2017) perputaran persediaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Rizqi (2017) *inventory turnover* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap *profitability* (ROI). Lestari, Elly (2017) *inventory turnover* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas (ROA). Sarwat (2017) *inventory turnover ratio* ditemukan tidak signifikan terhadap *profitability* (ROA). Maulana (2017) perputaran modal kerja tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Desliana (2015) perputaran modal kerja tidak berpengaruh positif terhadap profitabilitas dan perputaran persediaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Berdasarkan penelitian yang saling bertentangan di atas dan menimbulkan adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian, maka peneliti tertarik untuk menguji

kembali pengaruh *inventory turnover* dan *working capital turnover* terhadap profitabilitas. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Meldarianisa (2017). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Meldarianisa (2017) yaitu peneliti menambah variabel independen dengan *working capital turnover* (perputaran modal kerja). Kemudian peneliti mengambil objek dan tahun penelitian pada perusahaan dagang sub sektor perdagangan besar yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017, sedangkan penelitian Meldarianisa (2017) mengambil objek dan tahun penelitian pada perusahaan dagang sub sektor perdagangan eceran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2015. Selain itu, penelitian Meldarianisa (2017) mengukur variabel dependen rentabilitas ekonomis (atau dapat disebut juga dengan profitabilitas) dengan membandingkan antara laba setelah pajak dan total aset (sama seperti perbandingan rasio *return on assets/ROA* atau *return on investment/ROI*) dan mayoritas penelitian sebelumnya mengukur profitabilitas dengan *return on assets* (ROA) atau *return on investment* (ROI). Maka peneliti tertarik untuk mengukur variabel dependen profitabilitas dengan rasio *gross profit margin* (GPM). Sebab rasio *gross profit margin* (GPM) ini berkaitan langsung pada perbandingan antara laba kotor dengan penjualan yakni pada kegiatan utama pada perusahaan dagang.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas, maka penulis tertarik untuk membuat suatu karya ilmiah berbentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh *Inventory Turnover* dan *Working Capital Turnover* Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Dagang yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian yang terdapat pada latar belakang di atas, maka identifikasi masalah pada penelitian ini adalah:

1. Faktor apa yang mempengaruhi tingkat *inventory turnover* pada suatu perusahaan?
2. Faktor apa yang mempengaruhi tingkat *working capital turnover* pada suatu perusahaan?
3. Bagaimana tingkat *inventory turnover* yang baik dalam suatu perusahaan?
4. Bagaimana tingkat *working capital turnover* yang baik dalam suatu perusahaan?
5. Bagaimana upaya meningkatkan laba yang baik dalam suatu perusahaan?
6. Apakah *inventory turnover* berpengaruh terhadap profitabilitas pada suatu perusahaan?
7. Apakah *working capital turnover* berpengaruh terhadap profitabilitas pada suatu perusahaan?
8. Apakah *inventory turnover* dan *working capital turnover* berpengaruh terhadap profitabilitas pada suatu perusahaan?

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka peneliti membatasi permasalahan dalam penelitian ini pada pengaruh *inventory turnover* dan *working*

capital turnover terhadap profitabilitas pada perusahaan dagang yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah *inventory turnover* berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan dagang yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017?
2. Apakah *working capital turnover* berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan dagang yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017?
3. Apakah *inventory turnover* dan *working capital turnover* berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan dagang yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk memperoleh bukti empiris pengaruh *inventory turnover* terhadap profitabilitas pada perusahaan dagang yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017.
2. Untuk memperoleh bukti empiris pengaruh *working capital turnover* terhadap profitabilitas pada perusahaan dagang yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017.

3. Untuk memperoleh bukti empiris pengaruh *inventory turnover* dan *working capital turnover* terhadap profitabilitas pada perusahaan dagang yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan mengembangkan wawasan mengenai pengaruh *inventory turnover* dan *working capital turnover* terhadap profitabilitas pada perusahaan dagang.

2. Bagi Akademis dan peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini mampu memberikan tambahan literatur yang dapat membantu dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang akuntansi keuangan khususnya tentang profitabilitas. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi pembanding pada penelitian sebelumnya dan sebagai bahan referensi pada penelitian selanjutnya.

3. Bagi Praktisi

Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan sumbangan informasi sebagai bahan masukan serta pertimbangan bagi perusahaan mengenai pengaruh *inventory turnover* dan *working capital turnover* terhadap profitabilitas.