

**PENGARUH CURRENT RASIO DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN
TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN OTOMOTIF
YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI)
PERIODE TAHUN 2012 SAMPAI 2016**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.M)
Program Studi Manajemen*

Oleh:

VIDIANTI UTARI.
NPM. 1305160468



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2017**

ABSTRAK

Vidianti Utari. NPM. 1305160468. Pengaruh Current rasio dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas pada perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode Tahun 2012 sampai 2016.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh Current rasio dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas. Data yang digunakan adalah data yang digunakan adalah laporan keuangan perusahaan perusahaan Otomotif dan Komponenya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama lima tahun yaitu dari tahun 2012, 2013, 2014, 2015 dan tahun 2016, pengujian Hipotesis ini menggunakan teknik analisis data uji asumsi klasik diantaranya adalah Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Autokorelasi, Uji Kolmogorov-Smirnov, Uji Regresi berganda, Uji t dan Uji F dan Koefisien Determinasi atau R Square dan melihat tingkat signifikasinya. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Profitabilitas yang ditentukan dengan *Net Profit Margin* dan variabel Independennya adalah *Current rasio* dan pertumbuhan penjualan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya Current rasio berpengaruh terhadap *Net Profit Margin* dengan tingkat signifikasinya adalah (0,04) sedangkan pertumbuhan penjualan tidak mempengaruhi *Net Profit Margin* dengan taraf signifikasinya (0,931) sedangkan pada perusahaan Otomotif dan Komponenya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sedangkan pengujian secara simultan menunjukkan bahwa Current rasio dan pertumbuhan penjualan berpengaruh sebesar (0,015) terhadap *Net Profit Margin*

Kata kunci: *Current rasio*, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, *Net Profit Margin*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.wb

Alhamdulillah robbil 'alamin, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala berkat dan karuniaNya sehinnng penulis dapat menyelesaikan proposal ini yang berjudul : *“Rengaruh Current Rasio dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas pada perusahaan Otomotif a yang Terdaftar di bursa efek indonesia “* proposal ini guna melengkapi tugas-tugas serta memenuhi salah satu syarat untuk mencapai syarat untuk mencapai gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.

Penulis menyadari bahwa isi yang terkandung dalam proposal ini belum sempurna, hal ini disebabkan oleh batas waktu kemampuan dan pengalaman yang penulis miliki dalam penyajiannya, oleh karena itu penulis dengan hati yang tulus dan ikhlas, penulis siap menerima krian dari pihak –pihak yang berkepentingan dengan proposal ini baik dengan dosen pembimbing, dosen penguji maupun dari pihak yang telah berpengalaman dibidang metologi penelitian, guna membantu penulis dalam menyempurnakan proposal ini.

Pada kesempatan ini penulis sertakan ucapan terima Kasih kepada yang benar- benar kepada :

1. Kedua orang tua saya Ayahanda Suherliadi dan Ibunda Seniwati yang telah mengasuh dan membesarkan saya dengan rasa cinta dan kasih sayang, dan juga memberikan dorongan serta nasehat dan doanya selama saya didalam masa pendidikan di Unversitas Muhammadiyah Sumatera Utara baik secara moril ataupun materi, dan itu bermanfaat kepada penulis sehingga penulis,

semoga kelak penulis menjadi manusia yang berguna bagi Keluarga, Agama, Nusa dan Bangsa dan seluruh masyarakat.

2. Bapak Dr. Agusani, MAP selaku rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
3. Bapak, H. Januri, SE, MM, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
4. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung, SE, Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
5. Bapak Hade Chandra Batubara, SE, MM selaku dosen pembimbing dalam penulisan proposal.
6. Seluruh jajaran pegawai dan staf pengajar pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
7. Semua teman teman selama penulis dalam masa pendidikan yang terus menghibur dan memberikan hal yang positif terhadap penulis Siti Mardiah Pohan, Dedek Kurniawan, Citra Dera Pratiwi, Agus Handika.

Dengan bantuan dan dukungan yang penulis dapatkan akhirnya dengan menyerahkan diri dasenantiassa memohon serta meminta petunjuk serta perlindungan kepada Allah SWT semoga amalan yang baik dan perbuatan baik tersebut dapat imbalan yang baik pula. Amin ya robbal 'alamin

Wasalamualaikum Wr. Wb

Medan , Oktober 2017

(VIDIANTI UTARI)
NPM: 1305160468

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang masalah	1
B. Identifikasi masalah	13
C. Batasan Masalah dan Rumusan Masalah	13
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	14
BAB II LANDASAN TEORI.....	16
A. Kajian teoritis.....	16
1. Profitabilitas	16
a. Pengertian profitabilitas	16
b. Tujuan dan Manfaat rasio profitabilitas	18
c. Jenis Rasio –rasio profitabilitas	20
d. Faktor-faktor yang mempengaruhi Net profit margin.	23
e. Pengukuran Net Profit margin.....	25
2. Current Rasio.....	27
a. Pengertian Current Rasio	27
b. Tujuan dan manfaat rasio likuiditas.....	27
c. Pentingnya Rasio Likuiditas Bagi Perusahaan	30
d. Faktor- faktor yang mempengaruhi current rasio.	31

e. Pengukuran Current Rasio.....	32
3. Pertumbuhan penjualan	32
a. Pengertian pertumbuhan penjualan.....	32
b. Prinsip-prinsip penjualan perusahaan.....	34
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi penjualan	35
d. Pengukuran pertumbuhan Penjualan	36
B. Kerangka konseptual.....	37
C. Hipotesis	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
A. Pendekatan Penelitian	42
B. Defenisi Operasional	42
C. Tempat dan Waktu Penelitian	43
D. Populasi Dan Sample.....	44
E. Teknik pengumpulan Data.....	45
F. Teknik Analisis Data	45
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	
A. Hasil Penelitian	52
B. Analisis Data.....	56
1. Statistik Deskriptif	56
2. Uji Asumsi Klasik	56
a. Uji Normalitas	56
b. Uji Multikolonieritas.....	59
c. Uji Heterskedastisitas.....	60
d. Uji Autokorelasi	62

3. Uji Regresi Berganda.....	63
4. Uji t.....	65
5. Uji F.....	66
6. Uji Koefesien Determinasi.....	67
C. Pembahasan.....	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	75
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
PERNYATAAN PENELITIAN	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel III.1	Jadwal Penelitian	43
Tabel III.2	Daftar Nama Perusahaan	44
Tabel III.4	Interprestasi Autokorelasi.....	49
Tabel IV.1	Net Profit Margin perusahaan	52
Tabel IV.2	Current rasio perusahaan	54
Tabel IV.3	Pertumbuhan Penjualan	55
Tabel IV.4	Hasil Uji Kolmogrov- smirnov.....	55
Tabel IV.5	Hasil Uji Multikolonieritas.....	58
Tabel IV.6	Hasil Autokorelasi.....	62
Tabel IV.7	Durbin Watson.....	62
Tabel IV.8	Hasil Uji Regresi Berganda	63
Tabel IV.9	Hasil Uji t	65
Tabel IV.10	Hasil Uji F	66
Tabel IV.11	Hasil Analisis Koefesien Determinasi	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Paradigma Penelitian.....	40
Gambar IV.1 Hasil Uji Normalitas dari Histrogram	44
Gambar IV.2 Hasi Uji Normalitas dari P-Plot.....	58
Gambar IV.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang masalah

Perusahaan Otomotif merupakan suatu perusahaan manufaktur yang kegiatan operasionalnya yang berkaitan dengan alat-alat yang berhubungan dengan otomotif dan komponen alat transportasi, sepeda motor, mobil, dan hal-hal yang berkaitan dengan otomotif spare part yang tujuannya untuk memberikan solusi permintaan bagi kendaraan yang akan melakukan perbaikannya permintaan akan produk otomotif bagi masyarakat sehingga perusahaan ini bersaing untuk mendapatkan pelanggan yang sangat potensial yang dapat memberikan keuntungan yang besar bagi perusahaan.

Net Profit Margin (NPM) adalah rasio yang digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bersih. Menurut Bastian (2009, hal. 58), *Net Profit Margin* adalah perbandingan antara laba bersih dengan penjualan. Rasio ini sangat penting bagi manajer operasi karena mencerminkan strategi penetapan harga penjualan yang diterapkan perusahaan dan kemampuannya untuk mengendalikan beban usaha.

Menurut Weston (2008, hal. 115), semakin besar *Net Profit Margin* berarti semakin efisien perusahaan tersebut dalam mengeluarkan biaya-biaya sehubungan dengan kegiatan operasinya. Semakin besar NPM, maka kinerja perusahaan akan semakin produktif, sehingga akan meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Rasio ini menunjukkan berapa besar persentase laba bersih yang diperoleh dari setiap

penjualan. Semakin besar rasio ini, maka dianggap semakin baik kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba yang tinggi.

Hubungan antara laba bersih dan penjualan bersih menunjukkan kemampuan manajemen dalam menjalankan perusahaan secara cukup berhasil untuk menyisakan margin tertentu sebagai kompensasi yang wajar bagi pemilik yang telah menyediakan modalnya untuk suatu risiko. Para investor pasar modal perlu mengetahui kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Dengan mengetahui hal tersebut investor dapat menilai apakah perusahaan itu *profitable* atau tidak.

Perusahaan yang mampu memenuhi kewajiban keuangannya tepat pada waktunya berarti perusahaan tersebut dalam keadaan likuid dan perusahaan tersebut bisa dikatakan mampu membayar kewajiban keuangannya tepat pada waktunya apabila perusahaan tersebut mempunyai alat pembayaran ataupun aktiva lancar yang lebih besar daripada hutang lancarnya. Sebaliknya jika perusahaan tersebut tidak dapat segera memenuhi kewajiban keuangannya pada saat ditagih, berarti perusahaan tersebut dalam keadaan illikuid.

Untuk mengetahui sejauh mana perusahaan dapat menjaga tingkat likuiditasnya, maka analisa terhadap rasio-rasio likuiditas dapat digunakan. Dengan menggunakan analisa ini perusahaan bisa melakukan pembenahan terhadap tingkat likuiditasnya untuk masa yang akan datang apabila perusahaan hampir atau sedang dalam keadaan illikuid.

Kadir (2012, hal. 87) bahwa Faktor –faktor yang mempengaruhi *Net Profit Margin* adalah sebagai berikut:

- 1) *Current Ratio* / Rasio lancar
- 2) *Debt rasio* / Rasio hutang

- 3) *Sale growth* / Pertumbuhan penjualan
- 4) *Inventory turnover rasio*/ Perputaran persediaan
- 5) *Receivable turnover rasio* / Rasio perputaran piutang
- 6) *Working capital turnover rasio*/ Rasio perputaran modal kerja

Dengan demikian *Net Profit Margin* merupakan harapan untuk mendapatkan laba perusahaan secara berkelanjutan, bukanlah suatu pekerjaan yang gampang tetapi memerlukan perhitungan yang cermat dan teliti dengan memperhatikan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *Net Profit Margin*. Karena rasio ini menunjukkan berapa besar persentase laba bersih yang diperoleh dari setiap penjualan. Semakin besar rasio ini, maka dianggap semakin baik kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba yang tinggi.

Menurut Munawir (2008, hal, 72) Ratio yang paling umum digunakan untuk menganalisis posisi modal kerja suatu perusahaan adalah *current ratio* yaitu perbandingan antara jumlah aktiva lancar dengan hutang lancar. Ratio ini menunjukkan bahwa nilai kekayaan lancar yang segera dapat dijadikan uang ada sekian kalinya hutang jangka pendek. *Current ratio* 200% kadang-kadang sudah memuaskan bagi suatu perusahaan, tetapi jumlah modal kerja dan besarnya ratio tergantung pada beberapa faktor, suatu standard atau ratio yang umum tidak dapat ditentukan untuk seluruh perusahaan. *Current ratio* 200% hanya merupakan kebiasaan (*rule of thumb*) dan akan digunakan sebagai titik tolak untuk mengadakan penelitian atau analisa yang lebih lanjut.

Munurut Munawir (2008, hal. 72) *Current ratio* ini menunjukkan tingkat keamanan (*margin of safety*) kreditor jangka pendek, atau kemampuan perusahaan untuk membayar hutang-hutang tersebut. Tetapi suatu perusahaan dengan *current ratio* yang tinggi belum tentu menjamin akan dapat dibayarnya hutang perusahaan yang sudah jatuh tempo karena proporsi atau distribusi dari aktiva lancar yang

tidak menguntungkan, misalnya jumlah persediaan yang relatif tinggi dibandingkan taksiran tingkat penjualan yang akan datang sehingga tingkat perputaran persediaan rendah dan menunjukkan adanya *over investment* dalam persediaan tersebut atau adanya saldo piutang yang besar yang mungkin sulit untuk ditagih.

Rasio lancar (*current ratio*) merupakan indikator terbaik sampai sejauh mana klaim dari kreditur jangka pendek telah ditutup oleh aktiva-aktiva yang diharapkan dapat diubah menjadi kas dengan cukup cepat, rasio ini merupakan ukuran solvabilitas jangka pendek yang paling sering digunakan (Brigham & Houston; 2006). Oleh karena itu, dalam tulisan ini *current ratio* digunakan sebagai variabel untuk menguji pengaruhnya terhadap profitabilitas perusahaan.

Menurut Sitanggang (2012, hal.21) “Laporan keuangan akan dianalisis yaitu akan menggabungkan dua unsur variabel yang ada dalam laporan keuangan dalam bentuk rasio-rasio serta menginterpretasikan dan memaknakan rasio-rasio tersebut.”

Rasio pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang. (Barton et al. 2009). Pertumbuhan penjualan merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Laju pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan dalam menandai kesempatan-kesempatan pada masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan tinggi, maka akan mencerminkan pendapatan meningkat sehingga pembayaran deviden cenderung meningkat.

Menurut Devic, (20010, hal. 214). Pertumbuhan perusahaan dalam manajemen keuangan diukur berdasar perubahan penjualan, bahkan secara keuangan dapat dihitung berapa pertumbuhan yang seharusnya (*sustainable growth rate*) dengan melihat keselarasan keputusan investasi dan pembiayaan. Pertumbuhan perusahaan akan menimbulkan konsekuensi pada peningkatan investasi atas aktiva perusahaan dan akhirnya membutuhkan penyediaan dana untuk membeli aktiva.

Pertumbuhan perusahaan didefinisikan sebagai peningkatan dalam penjualan perusahaan, ekspansi bisnis melalui akuisisi atau merger, pertumbuhan laba, pengembangan produk, dan diversifikasi serta peningkatan jumlah karyawan perusahaan (Kouser et al., 2012). Kinerja perusahaan dapat diukur dengan cara yang berbeda dan dengan menerapkan berbagai metode. Metode yang umumnya digunakan adalah rasio profitabilitas (Niresh dan Velnampy, 2014).

Profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut, dengan kata lain profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu (Riyanto, 2011:35).

Profitabilitas mempunyai arti penting bagi perusahaan karena merupakan salah satu dasar untuk penilaian kondisi suatu perusahaan. Tingkat profitabilitas menggambarkan kinerja perusahaan yang dilihat dari kemampuan perusahaan menghasilkan profit. Kemampuan perusahaan memperoleh profit ini menunjukkan apakah perusahaan mempunyai prospek yang baik atau tidak dimasa yang akan datang. Profitabilitas dalam penelitian ini diprosikan dengan

net profit margin (NPM) karena dapat menunjukkan bagaimana kinerja perusahaan dilihat dari keseluruhan profit yang dimiliki oleh perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.

Pengaruh positif dan signifikan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas dibuktikan oleh hasil penelitian Hastuti (2010), Jang dan Park (2011), Hansen dan Juniarti (2014) serta Iqbal dan Zhuquan (2015). Sunarto dan Budi (2009), Nugroho (2011), Santoso dan Juniarti (2014) dan Sari dkk., menemukan hasil yang berbeda bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.

Profitabilitas merupakan salah satu instrumen kinerja keuangan yang fungsinya untuk mengetahui seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau laba. Jumlah laba bersih yang sering dibandingkan dengan ukuran kegiatan atau kondisi keuangan lainnya seperti penjualan, aktiva, dan modal sendiri. besarnya laba yang dihasilkan menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan terhadap kegiatan operasional perusahaan.

Dalam penelitian ini bahwa perusahaan Otomotif dan komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia bahwa nilai profitabilitas mengalami Fluktuasi baik itu kenaikan atau penurunan dalam hal ini bahwa persaingan yang ada pada perusahaan sangatlah ketat apabila kinerja manajemen perusahaan yang diukur menggunakan dimensi-dimensi profitabilitas dalam kondisi baik, maka akan berdampak positif terhadap keputusan investor di pasar modal untuk menanamkan modal. modal dimiliki hal nya akan berdampak pada keputusan kreditor dalam

kaitanya dengan pendanaan perusahaan melalui hutang jadi secara konsep dapat disimpulkan bahwa kinerja fundamental perusahaan yang di proksikan melalui dimensi profitabilitas perusahaan.

Berikut ini adalah data empiris mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: *Current Ratio*, Pertumbuhan Penjualan dan *Net Profit Margin*, dapat dilihat pada Tabel 1.1 sebagai berikut:

Tabel 111
Rata-rata *Current Ratio*, Pertumbuhan Penjualan dan *Net Profit Margin*
Pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar Di BEI
Periode 2011-2015

Tahun	Current Ratio %	Pertumbuhan Penjualan %	Net Profit Margin%
2011	138,72	26,15	2,42
2012	169,72	10,10	6,09
2013	164,57	21,17	8,90
2014	167,99	49,19	7,43
2015	171,82	23,64	8,16

Dari data perusahaan bahwa perusahaan Otomotif juga mengalami kenaikan (*apresiations*) nilai *Current rasio* di beberapa periode pada tahun 2011 ke tahun 2012 mengalami kenaikan *Current rasio* dengan persentase 169,72 pada tahun 2012 namun pada tahun 2013 mengalami penurunan menjadi 164,57% , walaupun naik pada tahun berikutnya pada tahun 2014 yaitu 167,99 namun belum terjadi kenaikan yang signifikan. Namun pada tahun 2015 mengalami kenaikan menjadi 171,82 % hal ini bila menggambarkan bahwa perusahaan ini likuid namun disisi lain terjadi banyak penumpukan sejumlah dana yang tersimpan di aktiva lancar yang seharusnya dapat digunakan untuk keperluan perusahaan dengan tujuan meningkatkan keuntungan perusahaan

Menurut Subramanyam (2010) menyatakan bahwa “Likuiditas yang tinggi tak selalu menguntungkan bagi perusahaan karena menimbulkan dana-dana yang menganggur yang sebenarnya dapat digunakan untuk investasi dalam proyek-proyek yang menguntungkan perusahaan.”

Budi Priharyanto (2009) dalam penelitiannya menggunakan sampel 44 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2006-2008 dengan menganalisis pengaruh *Current ratio*, *Inventory turnover*, *Debt to equity ratio* dan *size* terhadap profitabilitas dan hasilnya menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan *Current ratio* terhadap profitabilitas.

Dalam penelitian ini selain *Current ratio* yang menjadi variabel independen pertumbuhan penjualan juga menjadi variabel independen atau variabel bebas, pertumbuhan penjualan merupakan tingkat kemampuan suatu perusahaan dalam mempertahankan prestasi penjualannya dari tahun sebelumnya, penjualan sekarang, dan penjualan yang akan datang.

Dari data perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia bahwa perusahaan juga mengalami penurunan pertumbuhan penjualan di beberapa periode, pada tahun 2012 mengalami penurunan menjadi 10,10% dari tahun sebelumnya yaitu tahun 2011 sebesar 26,15%, pada tahun 2013 naik menjadi 21,27% namun masih dianggap belum signifikan dibandingkan tahun 2013. Pada tahun 2014 terjadi kenaikan pertumbuhan penjualan yaitu 49,19%, namun kenaikan tidak berlanjut pada tahun 2015 dan terjadi penurunan yang signifikan pertumbuhan penjualan yaitu sebesar 23,64%. Jika hal ini terus terjadi dalam tiap tahun ini menggambarkan bahwa perusahaan tidak efisien dalam melakukan penjualan dan bisa berdampak akan terjadi kerugian pada perusahaan.

Dari data perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terjadi Fenomena diantara adalah *Net Profit margin* mengalami kenaikan pada tahun 2012 yaitu sebesar 6,09% dan tahun 2013 naik sebesar 8,90% . Penurunan terjadi pada tahun 2014 yaitu sebesar 7,43% dan pada tahun 2015 mengalami kenaikan sebesar 8,16. Rata-rata *Net Profit Margin* mengalami Fluktasi nilai dari tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari tiap penjualannya yang signifikan karena tingkat kemampuan perusahaan dalam menentukan *Net Profit Margin* belum bisa ditentukan pada kondisi persaingan perusahaan otomotif dan komponennya yang semakin kompetitif.

Penelitian Kadir dan Phang (2012) melakukan penelitian yang menguji tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *Net profit margin* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2008-2011 rasio rasio yang digunakan adalah *inventory turnover rasio*, *receivable turnover rasio*, *working capital turnover rasio*, *current rasio*, rasio pertumbuhan penjualan dan *debt rasio*. bahwa penelitian tersebut menyimpulkan bahwa ada satu variabel yang mempengaruhi secara sangat signifikan terhadap *Net Profit Margin* sedangkan secara simultan semua variabel mempengaruhi secara signifikan pada *Net Profit Margin* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Sedangkan penelitian Hantono (2013) Hasil pembahasan menunjukkan bahwa secara simultan variabel-variabel independen; *Current Ratio*, *pertumbuhan penjualan* dan *Debt to Equity Ratio* dengan uji F, secara bersama-sama berpengaruh terhadap *Net Profit Margin*. Hasil secara parsial dengan uji t, variabel *Current Ratio* dan *Debt to Equity Ratio* berpengaruh terhadap *Net Profit Margin*.

Sedangkan hasil penelitian Aminatuzzahra (2010) Dari hasil analisis menunjukkan bahwa data CR, DER, TAT, secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap NPM perusahaan manufaktur di BEI periode 2005-2009 pada level of significance kurang dari 5% (masing-masing sebesar 0,000%). Sementara secara simultan (CR, DER, TAT) terbukti signifikan berpengaruh terhadap NPM perusahaan manufaktur di BEI.

Hasil Penelitian Rian Muharsyah (2011) yang menyimpulkan bahwa *Curent Ratio* berpengaruh signifikan terhadap likuiditas perusahaan. Namun pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap *Net Profit Margin*. Sehingga dapat disimpulkan semakin tinggi tingkat *current ratio* maka semakin tinggi pula *net profit margin perusahaan*, ini berarti likuiditas perusahaan semakin baik.

Hal ini juga diperkuat dengan penelitian sebelumnya dari Rian Muharsyah (2011) yang menyimpulkan bahwa perputaran piutang berpengaruh signifikan terhadap likuiditas perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan semakin tinggi tingkat perputaran piutang maka semakin tinggi pula pengelolaan piutang tersebut, ini berarti likuiditas perusahaan semakin baik.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Abdul Raheman dan Mohamed Nasr (2007) disebutkan bahwa ada hubungan negatif signifikan antara likuiditas (*current ratio*) dengan profitabilitas. Sedangkan penelitian yg dilakukan oleh Estiningsih (2005) dan Dani (2003) menunjukkan bahwa *current ration* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap profitabilitas.

Menurut Subramanyam (2010) menyatakan bahwa “Likuiditas yang tinggi tak selalu menguntungkan bagi perusahaan karena menimbulkan dana dana yang

mengganggu yang sebenarnya dapat digunakan untuk investasi dalam proyek-proyek yang menguntungkan perusahaan.”

Budi Priharyanto (2009) dalam penelitiannya menggunakan sampel 44 perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia 2006-2008 dengan menganalisis pengaruh *Current ratio*, *Inventory turnover*, *Debt to equity ratio* dan *size* terhadap profitabilitas dan hasilnya menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan *Current ratio* terhadap profitabilitas.

Dalam penelitian ini selain *Current ratio* yang menjadi variabel independen pertumbuhan penjualan juga menjadi variabel independen atau variabel bebas, pertumbuhan penjualan merupakan tingkat kemampuan suatu perusahaan dalam mempertahankan prestasi penjualannya dari tahun sebelumnya, penjualan sekarang, dan penjualan yang akan datang.

Penelitian ini dimaksudkan untuk melakukan pengujian lebih lanjut mengenai rasio profitabilitas, melalui *Net Profit margin* yang digunakan dalam penelitian ini karena untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Current ratio* dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas secara parsial ataupun secara simultan.

Penelitian ini menggunakan dua rasio yaitu (1) rasio likuiditas; *Current ratio* dan rasio Pertumbuhan ; pertumbuhan penjualan, berdasarkan dari rasio keuangan yang digunakan penelitian sebelumnya dan dari sumber yang lain dengan mempertimbangkan ketersediaan data laporan keuangan yang di peroleh dari Bursa Efek Indonesia

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa analisis rasio keuangan dapat membantu para pelaku bisnis untuk mengevaluasi keadaan keuangan dimasa

lalu, sekarang dan untuk memproyeksikan hasil dari profitabilitas yang akan datang setar penelitian terdahulu membuktikan ada hubungan antara *Current rasio* dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas, sehingga penelitian ini akan membahas **“Pengaruh *Current Rasio* dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.”**

B. Identifikasi masalah

Berdasarkan hasil survey awal yang dilakukan peneliti dan hasil pernyataan dari latar belakang di atas dapat disimpulkan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Terjadi penurunan nilai persentase *Net Profit Margin* di beberapa periode pada perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Terjadi kenaikan nilai persentase *Current Rasio* tetapi tidak diikuti kenaikan *Net profit margin* di beberapa perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
3. Terjadi penurunan Pertumbuhan Penjualan yang tidak diikuti penurunan *Net Profit Margin* di beberapa perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

C. Batasan Masalah dan Rumusan Masalah

1. Batasan masalah

Agar penelitian ini tidak terlalu melebar peneliti membatasi profitabilitas adalah *Net Profit Margin* sebagai variable terikat, sedangkan variable bebas dalam penelitian ini adalah *current ratio* dan Pertumbuhan Penjualan perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2. Rumusan Masalah

Dari uraian identifikasi masalah diatas dapat di simpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah ada pengaruh *Current Rasio* terhadap profitabilitas pada perusahaan Otomotif terdaftar di Bursa Efek Indonesia
- b. Apakah ada Pengaruh Pertumbuhan penjualan terhadap Profitabilitas pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- c. Apakah ada pengaruh *Current rasio* dan pertumbuhan penjualan secara bersama-sama terhadap *net profit margin* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yang ingin dicapai adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menguji pengaruh *Current rasio* terhadap profitabilitas pada perusahaan otomotif yang terdasftar di Bursa Efek Indonesia
- b. Untuk menguji pengaruh pertumbuhan terhadap profitabilitas pada perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
- c. Untuk menguji pengaruh *Current rasio* dan pertumbuhan penjualan secara simultan terhadap profitabilitas pada perusahaan otomotif yang terpadaftar di Bursa Efek Indonesia.

2. Manfaat penelitan

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pihak yang membacanya. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi penulis, untuk menambah pengetahuan peneliti mengenai pengaruh *Current ratio* dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas perusahaan
- b. Bagi perusahaan, sebagai masukan dan pertimbangan untuk pengambilan keputusan dalam mempertahankan tingkat keuntungan di tiap tahunnya.
- c. Bagi pihak lain, sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh *Current ratio* dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian teoritis

1. Profitabilitas

a. Pengertian Profitabilitas

Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh keuntungan atau laba yang maksimal, disamping hal-hal yang lainya dengan memperoleh laba yang maksimal seperti yang telah ditargetkan perusahaan dapat dapat berbuat banyak bagi kesejahteraan perusahaan, pemilik ataupun karyawan serta meningkatkan mutu produks den menjalankan investasi baru, oleh karena itu menejemen perusahaan dalam praktiknya dituntut harus mampu untuk memnuhi target yang telah ditetapkan, untuk mengukur tingkat keuntungan perusahaan suatu perusahaan digunakan rasio keuntungan atau rasio Profitabilitas.

Menurut Kasmir, (2012,hal.196) menyatakan bahwa:

“Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas menejemen suatu perusahaan, hal ini di tunjukan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi,intinya penggunaan rasio ini menunjukan efesiensi perusahaan”.

Dari teori yang dikemukakan oleh kasmir diatas dimaksudkan bahwa rasio profitabilitas adalah rasio yang menilai tingkat kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan selain itu rasio profitabilitas juga dapat menilai efektifitas menejemen suatu perusahaan karena dari dilihat dari tingkat

kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan apakah keuntungan tersebut dari hasil operasional seperti penjualan barang jadi atau laba yang dihasilkan dari hasil investasi.

Menurut Harmono, (2011,hal.109) mengatakan bahwa:

“Rasio profitabilitas menggambarkan kinerja fundamental perusahaan yang ditinjau dari tingkat efisiensi dan efektifitas operasi perusahaan dalam memperoleh laba. Dimensi-dimensi konsep profitabilitas dapat menjelaskan kinerja manajemen perusahaan. konsep profitabilitas ini dalam indikator fundamental perusahaan mewakili kinerja manajemen”

Dari teori yang dikemukakan oleh Harmono diatas dimaksudkan bahwasanya rasio profitabilitas merupakan gambaran dari kinerja suatu perusahaan dan menjadi tujuan utama suatu perusahaan, selain itu agar perusahaan mendapatkan laba yang maksimal harus memperhatikan faktor-faktor apa saja mempengaruhi laba apakah faktor tersebut menunjang perusahaan dalam menghasilkan laba atau sebaliknya menjadi ancaman bagi perusahaan dalam menghasilkan laba.

Menurut Sitanggang, (2012,hal 2009) mengatakan bahwa:

“Rasio profitabilitas adalah rasio kemampuan memperoleh laba perusahaan tergantung dari laba dan modal mana yang akan diperhitungkan. Mengetahui bahwa jenis laba perusahaan bermacam-macam tingkatanya mulai dari laba kotor, laba usaha, laba sebelum bunga dan pajak, laba kena pajak dan laba bersih perusahaan, demikian juga modal yang di gunakan sangat bermacam penyebutanya seperti modal usaha/modal operasional modal utang modal sendiri atau modal keseluruhanya”.

Berdasarkan beberapa teori yang dikemukakan oleh Sitanggang diatas dapat disimpulkan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dengan memanfaatkan semua sumber daya yang

terdapat di perusahaan dan mengukur efektifitas manajemen yang di hasilkan dari penjualan dan investasi perusahaan. Profitabilitas juga menggambarkan kinerja fundamental perusahaan yang mewakili kinerja manajemen, dan untuk menentukan tingkatan laba yang terdiri dari laba kotor, laba usaha laba sebelum bunga dan pajak, laba kena pajak, dan laba bersih.

Suatu perusahaan haruslah dalam keadaan yang menguntungkan profit tanpa adanya keununtungan karena didasari betul pentingnya arti keuntungan bagi masa depan perusahaan.

Ada babarapa pengukuran profitabilitas perusahaan dimana masing-masing pengukuran dihungakan dengan volume penjualan, total aktiva, dan modal sendiri maupun keseluruhan ketiga pengukuran ini akan memungkinkan seorang penganalisa untuk mengevaluasi tingkat Erning dalam hubunganya dengan volume penjualan jumlah aktiva, investasi dari pemilik perusahaan.

b. Tujuan dan Manfaat rasio profitabilitas

Seperti rasio-rasio lain yang sudah dibahas sebelumnya, rasio profitabilitas juga memiliki tujuan dan manfaat, tidak hanya bagi pihak pemilik udaha atau manajemen saja tetapi juga pada pihak luar perusahaan, terutama pihak-pihak yang berurusan dengan perusahaan.

Menurut Kasmir (2012, hal 197) menyatakan bahwa:

“Tujuan pengguna rasio profitabilitas bagian perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan.

- 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 menilainya besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- 5) Untuk mengukur produktifitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan modal sendiri dan tujuannya

Dari teori yang dikemukakan oleh Kasmir di atas bahwa manfaat dari rasio profitabilitas adalah untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan, untuk menilai laba dari tahun sebelumnya dan yang akan datang, untuk menilai perkembangan laba dari waktu – ke waktu, untuk menilai besarnya laba bersih dengan menggunakan modalnya sendiri.

Adapun manfaat dari rasio profitabilitas sangat diperlukan bagi perusahaan sehingga perusahaan dapat mengetahui seberapa besar laba tahun ini dari tahun-tahun sebelumnya

Menurut Kasmir (2008, hal 198) menyatakan bahwa:

“Manfaat rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar yaitu:

- 1) Mengetahui tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu 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) Untuk mengetahui produktifitas dari keseluruhan dana perusahaan yang digunakan baik pihak peminjam maupun modal sendiri dan manfaatnya.

Dari teori yang dikemukakan oleh Kasmir bahwa manfaat dari rasio profitabilitas di atas adalah untuk mengetahui dan menganalisis tingkatan laba yang diperoleh perusahaan untuk mengetahui posisi laba perusahaan, untuk mengetahui perkembangan laba dari waktu- ke waktu dan mengetahui dan menganalisis besarnya laba bersih dari modal yang digunakan oleh perusahaan. dan untuk mengetahui produktifitas dari keseluruhan dana perusahaan.

Tingkat profitabilitas dapat digambarkan dengan nilai efektifitas manajemen dalam mengelolah sumberdaya yang ada pada perusahaan yang tujuannya mensejahterahkan pemilik saham ataupun karyawan

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dan mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan.

Hasil pengukuran tersebut dapat dijadikan alat evaluasi kinerja manajemen selama ini, apakah mereka telah bekerja secara efektif atau tidak. Jika berhasil mencapai target yang telah ditentukan mereka dikatakan telah berhasil mencapai target untuk periode atau beberapa periode, sebaliknya jika gagal atau tidak berhasil mencapai target yang telah ditentukan, ini akan menjadi pelajaran bagi manajemen untuk periode ke depan. Kegagalan ini harus diselidiki dimana letak kesalahan dan kelemahannya sehingga kejadian tersebut tidak terulang. Kegagalan atau keberhasilan dapat dijadikan sebagai bahan acuan untuk perencanaan laba ke depan, sekaligus kemungkinan untuk menggantikan manajemen yang baru terutama setelah manajemen lama mengalami kegagalan. Rasio Profitabilitas ini sering disebut sebagai salah satu alat ukur kinerja manajemen.

c. Jenis Rasio –Rasio Profitabilitas

Dengan tujuan yang sesuai hendak dicapai,beberapa rasio profitabilitas yang dapat digunakan.masing –masing jenis rasio profitabilitas digunakan

untuk menilai serta mengukur posisi keuangan perusahaan suatu periode tertentu atau beberapa periode.

Secara umum rasio Profitabilitas menurut Sitanggang (2012,hal.30)

dalam perusahaan dapat dibedakan sebagai berikut:

- 1) Margin Laba Kotor Atas Penjualan (*Gross Profit Margin*)
Gross Profit Margin adalah rasio yang mengukur seberapa besar tingkat keuntungan kotor perusahaan dari setiap penjualannya, artinya disini belum memperhitungkan biaya operasi perusahaan. jika rasio ini semakin tinggi rasio ini, menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai margin yang sangat tinggi dari setiap penjualannya setelah memperhitungkan harga pokok penjualan barang.
- 2) Margin Laba Operasional / Laba Atas Penjualan (*Operating Profit Margin*)
Operating profit margin adalah rasio adalah rasio yang mengukur seberapa besar yang mengukur tingkat keuntungan operasional/usaha perusahaan dari setiap penjualannya. Artinya hasil *operating profit margin* belum memperhitungkan biaya bunga dan pajak perusahaan
- 3) Margin Laba Bersih Atas Penjualan (*Net Profit Margin*)
Net profit margin adalah rasio yang mengukur seberapa besar tingkat keuntungan bersih perusahaan dari tiap penjualan yang dilakukan perusahaan barang, Artinya disini telah mempertimbangkan biaya operasi, bunga dan pajak perusahaan
- 4) Pengembalian Investasi / Asset (*Return on investment "ROI"/ Asset"ROA"*)
Return on investment/asset yaitu rasio yang mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba bersih dari jumlah dana yang di investasikan atau total asset perusahaan, untuk menentukan jumlah dana yang diinvestasikan dalam beberapa literatur jumlah dana yang telah diinvestasikan disamakan dengan jumlah total asset, hal ini dapat di terima selama semua asset diopersinalkan dalam semua oprasi perusahaan (*Core Buiness*). Artinya tidak ada asset yang masih belum dioperasionalkan atau dioprasionalkan tetapi bukan operasional utama perusahaan.dalam keadaan seperti itu maka pengembalian investasi identik dengan pengembalian asset. Pengukuran rasio tersebut bahwa laba dan investasi yang digunakan adalah laba dan investasi yang benar-benar terjadi pada perusahaan, disini perlu pemahaman atas investasi itu sendiri ada yang mengimpersentasikan bahwa semua asset perusahaan merupakan investasi perusahaan, maka dalam pengertian demikian jelas dalam jumlah seluruh asset perusahaan tetapi tidak salah juga pada pemahaman bahwa belum tentu bahwa investasi tersebut telah mendatangkan pendapatnya

misalnya gedung dalam konstruksi atau mesin dalam penetapan. Dalam pengertian demikian bahwa jumlah dana investasi adalah jumlah dana yang tertanam dalam asset yang benar-benar mendatangkan pendapatan bersih (*Net Asset In Generating Current Net Income*) semakin tinggi rasio ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu memanfaatkan asset perusahaan untuk memperoleh laba untuk mendapatkan laba bersih perusahaan.

5) Pengembalian atas modal sendiri/Equitas (*return on equity "ROE"*)

Return on asset merupakan pengukuran kemampuan perusahaan untuk memberikan imbalan bersih dari atas setiap rupiah modal pemegang saham, bagi pemilik modal tingkat pengembalian atas modal sendiri ini adalah ukuran yang paling penting karena rasio ini menunjukkan tingkat hasil yang di peroleh pemilik modal. Terutama bagi perusahaan yang belum go publik ukuran ini adalah satu dalam perusahaan.

Variabel terikat (Y) yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Net Profit Margin* (margin laba bersih atas penjualan). *Net Profit Margin* merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari setiap penjualannya. Perhitungan *Net profit Margin* dilakukan dengan membandingkan antara laba bersih dengan penjualan

Menurut Subramanyam. (2010, hal.152) mengatakan bahwa:

Dengan mengetahui Margin Laba Bersih maka perusahaan dapat menganalisis pengembangan asset operasi bersih. *Net profit margin* menggambarkan tingkat pengembalian dari perusahaan pada suatu industri yang juga merupakan metode yang berguna untuk membandingkan dengan menganalisis perusahaan.

Semakin tinggi rasio *Net profit margin* menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai margin yang tinggi dari setiap penjualannya terhadap seluruh biaya bunga dan pajak perusahaan hal ini menunjukkan bahwa perusahaan telah berhasil dalam mengelola sumber dayanya.

d. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Profitabilitas

Peningkatan atau penurunan pada rasio profitabilitas memiliki banyak faktor yang mempengaruhinya. Dapat disebabkan dari aktivitas dalam perusahaan ataupun diluar perusahaan, seperti aktivitas operasi dan pinjaman perusahaan.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap profitabilitas suatu perusahaan, dapat digunakan rasio keuangan. Menurut Riyanto (2011, hal. 81), mengklasifikasikan angka-angka rasio keuangan sebagai berikut.

1) Rasio Likuiditas

Rasio ini membandingkan kewajiban jangka pendek dengan sumber daya jangka pendek (atau lancar) yang tersedia untuk memenuhi kewajiban tersebut. Macam-macam rasio yang terdapat pada rasio likuiditas antara lain :

a) Rasio Lancar (*Current Ratio*)

Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendeknya dengan menggunakan aktiva lancarnya.

b) Rasio Cepat (*Acid-Test (Quick) ratio*)

Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek dengan aktiva yang paling likuid (cepat).

2) Rasio Aktivitas

Disebut juga sebagai rasio efisiensi atau perputaran, mengukur seberapa efektif perusahaan menggunakan berbagai aktivitya. Menurut Riyanto (2011, hal. 83), contoh dari rasio aktivitas, antara lain :

a) *Average payable period*

Merupakan periode rata-rata yang diperlukan untuk membayar hutang dagang.

b) *Average day's inventory*

Periode menahan persediaan rata-rata atau periode rata-rata persediaan barang dagang di gudang.

3) Ukuran perusahaan

Menurut Kusuma (2007, hal.78), ada tiga teori yang secara implisit menjelaskan hubungan antara ukuran perusahaan dan tingkat keuntungan, antara lain :

- a) Teori teknologi, yang menekankan pada modal fisik, *economies of scale*, dan lingkup sebagai faktor-faktor yang menentukan besarnya ukuran perusahaan yang optimal serta pengaruhnya terhadap profitabilitas.
- b) Teori organisasi, menjelaskan hubungan profitabilitas dengan ukuran perusahaan yang dikaitkan dengan biaya transaksi organisasi, didalamnya terdapat teori *critical resources*
- c) Teori institusional mengaitkan ukuran perusahaan dengan faktor-faktor seperti sistem perundang-undangan, peraturan *anti-trust*, perlindungan patent, ukuran pasar dan perkembangan pasar keuangan.

e. Pengukuran Profitabilitas

1) *Gross Profit Margin*

Menurut Sitanggan (2012,hal.30) *Gross profit margin* dirumuskan dengan membandingkan antara laba kotor dengan penjualan suatu perusahaan, berikut adalah rumus *Gross profit Margin*

$$\text{Gross profit margin} = \frac{\text{laba Kotor}}{\text{Penjualan}}$$

Gross profit margin mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba kotornya dari penjualannya artinya disini belum memperhatikan biaya oprasional, bunga dan pajak

2) *Operating profit margin*

Menurut Sitanggan (2012,hal.30) oprating profit margin dirumuskan dengan membandingkan antara laba operasi dengan penjualan berikut adalah rumus *Operating Profit Margin*

$$\text{Operating profit margin} = \frac{\text{laba operasi}}{\text{Penjualan}}$$

Operating profit margin adalah mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba operasi dari tiap penjualan operasional suatu perusahaan.

3) *Net Profit Margin*

Menurut Sitanggang (2012,hal.30) menyatakan bahwa rasio *net profit margin* mengukur seberapa besar tingkat keuntungan bersih perusahaan dari setiap penjualannya artinya disini memperhatikan biaya operasi bungan dan pajak perusahaan.

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{laba bersih}}{\text{pejualan}}$$

Laba bersih adalah keuntungan yang sudah dikurangi dengan harga pokok penjualan dan biaya operasional, dan biaya pajak dan bunga. jika tingkat keuntungan ini semakin tinggi maka akan tinggi persentase *Net profit margin*

4) Pengembalian atas Investasi dan Asset (*ROI & ROA*)

Menurut Fester dan Ormiston (2008,hal.238) menyatakan bahwa Return on Investment dan Return on Asset merupakan perbandingan antara laba bersih dengan total Investasi atau total Asset, berikut adalah rumus *ROI dan ROA* dibawah ini

$$ROI/ROA = \frac{Laba\ bersih}{total\ investasi/Asset}$$

ROI dan *ROA* adalah dua rasio yang mengukur efisiensi keseluruhan perusahaan dalam mengelolah total investasi dan total aktiva dalam menghasilkan pengembalian kepada pemegang saham.

5) Pengembalian atas modal *ROE*

Menurut Fester dan Ormiston (2008,hal.238) menyatakan bahwa *ROE* adalah perbandingan antara laba bersih dengan Ekuitas per saham, berikut adalah rumus *ROE* dibawah ini

$$ROE = \frac{Laba\ bersih}{Ekuitas\ per\ saham}$$

ROE adalah mengukur pengembalian atas modal pemegang saham biasa jika kalau sebuah perusahaan memiliki saham preferent yang beredar.

2. *Current Rasio*

a. *Pengertian Current Rasio*

Current rasio merupakan salah satu aspek likuiditas yang fungsinya untuk mengetahui seberapa besar kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendek atau hutang jangka panjang yang sudah jatuh tempo.

Munurut Kasmir (2012,hal.134) menyatakan bahwa

Current rasio (rasio lancar) adalah merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau hutang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan dengan kata lain seberapa banyak aktiva yang tersedia untuk menutui kewajiban jangka pendek yang segera jatuh tempo.rasio lancar dapat pula dikatakan sebagai bentuk untuk mengukur tingkat keamanan (*margin of safety*) suatu perusahaan.

Dari teori yang dikemukakan oleh Kasmir dapat disimpulkan bahwasanya *Current rasio* mengukur seberapa cepat perusahaan dalam membayar hutang yang kurang dari satu tahun yang biasanya dikatakan hutang jangka pendek atau hutang jangka panjang yang sudah jatuh tempo.dan juga dikatakan sebagai ukuran tingkat keamanan bagi kresitur suatu perusahaan.

Menurut Sitanggang,(2012,hal.22) mengatakan bahwa:

Current rasio adalah perbandingan antara harta lancar (*current asser*) dengan hutang lancar (*current liabilities*) yang dinyatakan dalam perkalian. angka rasio tersebut mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban lancar sebesar rasio tersebut. Tentunya besarnya rasio lancar ini hanya merupakan indikasi dan untuk itu perlu likuid atau kurang likuid dibandingkan dengan perusahaan sejenis dalam industri.

Dari teori yang dikemukakan oleh Sitanggang menyatakan bahwasanya *Current rasio* adalah rasio cerminan perusahaan dalam memenuhi kewajiban lancar dan sebagai alat untuk mengukur bahwasanya perusahaan likuid atau tidak likud

Rasio keuangan yang paling umum digunakan untuk menganalisa posisi keuangan perusahaan adalah *Current ratio*, yaitu perbandingan antara jumlah aktiva lancar dan hutang lancar. Ratio ini menunjukkan bahwa nilai kekayaan lancar ada sekian kalinya hutang jangka pendek. Likuiditas perusahaan sangat besar pengaruhnya terhadap profitabilitas perusahaan dan kebijakan pemenuhan kebutuhan kegiatan dimana keputusan manajemen akan menentukan tingkat laba yang akan di peroleh perusahaan

Jika suatu perusahaan kesulitan dalam keuangan perusahaan mulai lambat membayar tagihan (utang usaha), pinjaman bank, dan kewajiban lainnya yang akan meningkatkan kewajiban lancar.

Dari hasil pengukuran rasio apabila rasio lancar rendah dapat dinyatakan bahwa perusahaan kurang modal untuk membayar hutang namun, apabila pengukuran rasio tinggi belum tentu kondisi perusahaan sedang baik, karena untuk menyatakan kondisi suatu perusahaan sedang baik atau tidaknya ada suatu standar yang digunakan, misalnya rata-rata industri untuk usaha sejenis untuk mengetahui perusahaan lebih likuid dibandingkan dengan perusahaan yang lain yang sejenis sedangkan current rasio hanya sebagai indikasi.

Nilai *Current rasio* yang tinggi dari suatu perusahaan akan mengurangi ketidak pastian bagi investor, namun mengindikasikan adanya dana yang menganggur sehingga akan mengurangi tingkat profitabilitas perusahaan

b. Tujuan Dan Manfaat Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas memberikan cukup banyak manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan, seperti pemilik perusahaan dan manajemen perusahaan guna mengetahui kemampuan mereka sendiri. Kemudian dari pihak

luar perusahaan juga memiliki kepentingan seperti kreditor atau penyedia dana bagi perusahaan pihak distributor atau sumplier menjual atau menjual barang yang pembayarannya secara angsuran kepada perusahaan.

Menurut Kasmir (2012, hal.132) Menyatakan adapun tujuan dan manfaat dari rasio likuiditas adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban atau hutang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih, artinya kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban yang sudah waktunya di bayar sesuai batas yang telah ditetapkan.
- 2) Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar secara keseluruhan, Artinya jumlah kewajiban yang dibawah umur satu tahun atau sama dengan satu tahun dibandingkan dengan aktiva lancarnya.
- 3) Untuk mngukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan menggunakan aktiva lancar
- 4) Untuk mengukur atau membandingkan antara jumla persediaan yang ada pada modal kerja perusahaan
- 5) Untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar hutang
- 6) Sebagai alat perencana ke depan, terutama yang berkaitan dengan perencanaan kas dan hutangnya.
- 7) Untuk melihat kondisi dan posisi keuangan likuiditas perusahaan dari waktu ke waktu dengan membandingkan untuk beberapa periode.
- 8) Untuk melihat kelemahan yang dimiliki perusahaan dari masing –masing komponen yang ada di aktiva lancar dan hutang lancar.
- 9) Menjadi alat pemicu bagi pihak menejemen untuk memperbaiki kinerja dengan melihat rasio likuiditasnya.

Dari pernyataan yang dikemukakan oleh Kasmir dapat disimpulkan bahwa tujuan dan manfaat dari mengetahui rasio likuiditas perusahaan adalah untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban dan hutang yang akan jatuh tempo pada saat ditagih dan untuk mengukur kemampuan perusahaan

membayar kewajiban perusahaan jangka pendek dengan aktiva lancar dengan keseluruhan

c. Pentingnya Rasio Likuiditas Bagi Perusahaan

Laporan keuangan melaporkan posisi keuangan perusahaan pada suatu tertentu maupun operasinya selama beberapa periode yang lalu, dari sudut pandang perusahaan digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan saat ini dan sebagai pedoman dasar untuk mengukur kinerja dimasa yang akan datang, sedangkan dari sudut pandang investor analisis laporan keuangan digunakan untuk mengukur peramalan keuntungan dimasa depan, sedangkan dipandang dari sudut kreditur laporan keuangan perusahaan digunakan untuk melihat seberapa kemampuan perusahaan untuk membayar kewajibannya baik jangka pendek jangka menengah maupun jangka panjang

Para kreditor ini akan memperhatikan perusahaan terhadap rasio-rasio modal kerja yaitu rasio yang digunakan untuk menganalisa dan menginterpersentasekan posisi keuangan dalam jangka pendek, efisiensi modal kerja yang digunakan dalam perusahaan juga penting bagi kreditor jangka panjang dan pemegang saham yang akhirnya atau setidaknya-tidaknya ingin mengetahui prospek dari pembayaran bunga dimasa yang akan datang.

Menurut Harmono,(2011,hal.106) mengatakan bahwa:

Konsep likuiditas dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam melunasi sejumlah hutang jangka pendek, umumnya kurang dari satu tahun,dimensi konsep likuiditas mencakup *current ratio* *quick ratio*, *cast ratio*, dan *net working capital to total asset ratio*, dimensi konsep likuiditas tersebut ukuran kinerja manajemen ditinjau dari sejauhman manajemen mampu mengelolah modal kerja yang didanai dari hutang lancar dan saldo kas perusahaan

Likuiditas merupakan ukuran kinerja perusahaan dalam kemampuannya perusahaan untuk memnuhi kewajiban keuangan yang jatuh temponya sampai dengan satu tahun.jatuh tempo utang perusahaan merupakan komitmen menejemen sebelumnya dan harus dipenuhi sesuai dengan waktu dan jumlah yang ada dalam perjanjian, untuk memenuhi kewajiban tersebut menejemen harus mempersiapkan asset yang benar-benar siap menjadi uang kas dalam waktu dan jumlah yang sesuai.

d. Faktor – faktor yang mempengaruhi *Current rasio*

Current rasio adalah rasio yang mengukur tingkat kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan kewajiban jagka pendek atau hutang jangka pendek yang periodenya kurang dari satu tahun atau hutang jangka panjang yang sudah jatuh tempo.Menurut Jumingan (2005,hal124) mengatakan bahwa faktor- faktor yang mempengaruhi *Current rasio* adalah sebagai berikut:

- 1) Distribusi dari pos-pos aktiva lancar
- 2) Data trend dari aktiva lancar dan hutang jangka pendek untuk jagan 5 atau 10 tahun
- 3) Syarat kredit yang diberikan oleh kreditur kepada perusahaan dalam pengembalian barang dan syarat kredit yang diberikan perusahaan kepada pelanggan dalam penjualan barang
- 4) Nilai sekarang atau nilai pasar atau nilai ganti dari barang dagangan dan tingkat pengumpulan piutang
- 5) Kemungkinan adanya perubahan aktiva lancar
- 6) Perubahan persediaan dalam hubunganya dengan volume penjualan sekarang dan yang akan datang
- 7) Besar kecilnya kebutuhan modal kerja untuk tahunan mendatang
- 8) Besar kecilnya jumlah kas dan surat-surat berharga dalam hubunganya dengan kebutuhan modal kerja
- 9) *Credit rating* perusahaan pada umumnya
- 10) Besar kecilnya piutang dalam hubunganya dengan volume penjualan
- 11) Jenis perusahaan, apakah perusahaan industri perusahaan dagang atau perusahaan *publik untility*

e. Pengukuran *Current rasio*

Menurut Kasmir (2012,hal.129) menyatakan bahwa rasio likuiditas berfungsi untuk menunjukan atau pengukuran kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek atau kewajiban yang sudah jatuh tempo. Rumus untuk mencari *current rasio* dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{Current rasio} = \frac{\text{aktiva lancar}}{\text{hutang lancar}}$$

Aktiva lancar adalah semua asset yang mempunyai tingkat kemudahan untuk menjadi uang paling tidak dalam kegiatan operasi perusahaan dapat uang tidak lebih dari satu tahun

Hutang lancar adalah semua kewajiban yang harus dilunasi paling tidak dalam tempo satu tahun. kewajiban ini secara umum terdiri dari utang usaha, upah terutang, pajak terutang wesel dan utang bank jangka pendek atau hutang jangka panjang yang sudah jatuh tempo

3. Pertumbuhan Penjualan

a. Pengertian Pertumbuhan Penjualan.

Pertumbuhan penjualan adalah kemampuan perusahaan dalam mempertahankan prestasi penjualan dalam periode masa lalu, periode sekarang, dan yang akan datang, berikut ada beberapa pengertian pertumbuhan penjualan yang dikemukakan oleh beberapa ahli.

Menurut Sitanggang(2012 hal.33) mengatakan bahwa:

Rasio pertumbuhan pada dasarnya adalah untuk mengetahui seberapa besar pertumbuhan prestasi yang dicapai perusahaan pada kurun waktu tertentu. didalam menentukan rasio pertumbuhan ini dibedakan dengan antara rasio pertumbuhan nominal dengan rasio pertumbuhan rill.

Dari teori yang dikemukakan Oleh Sitanggang bahwasanya rasio pertumbuhan adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mempertahankan prestasi yang dicapai dalam kurun waktu tertentu dan rasio pertumbuhan dibedak menjadi dua rasio yaitu rasio pertumbuhan secara Nominal dan rasio pertumbuhan secara Rill

Menurut J.Fred Weston dalam Kasmir (2012,hal.107) menyatakan bahwa:

Rasio pertumbuhan merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonomi ditengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usaha, sedangkan jenis rasio pertumbuhan terdiri dari empat jenis yaitu rasio pertumbuhan laba bersih, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pendapatan persaham, perndapatan devident per saham.

Dari teori yang dikemukakan oleh J.Fred Weston bahwasanya rasio pertumbuhan adalah rasio yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan Posisi ekonomi di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usaha yang semakin hari persaingan ekonomi semakin ketat.

Menurut Kasmir (2012, hal.305) menyatakan bahwa “Penjualan adalah jumlah Omset barang atau jasa yang dijual baik dalam unit ataupun dalam rupiah.besar kecilnya penjualan ini penting bagi perusahaan sebagai data awal dalam melakukan analisis.”

Menurut Fraster dan Ormiston (2008,hal.125) mengatakan bahwa:”Penjualan adalah sumber pendapatan utama bagi kebanyakan perusahaan maka elemen kunci dalam pengukuran kinerja .jika penjualan perusahaan maka penting bagaimana cara untuk menentukan apakah perubahan disebabkan oleh krena harga, volume atau kombinasi dari keduanya” .

Dari pengertian bebarapa ahli dapat disimpulkan bahwa rasio pertumbuhan penjualan adalah kemampuan perusahaan dalam mempertahankan omest barang dan jasa yang dijual dan mempertahankan prestasinya di tengah posisi perekonomian disektor usaha karena pertumbuhan penjualan adalah elemen kunci pengukuran kinerja.

Pertumbuhan penjualan dapat diartikan sebagai perubahan penjualan pertahun Pertumbuhan penjualan suatu produk sangat tergantung dari daur hidup produk. Pertumbuhan penjualan merupakan cerminan manyfestasi keberhasilan perusahaan di masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang pertumbuhan penjualan merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaa dalam suatu industri, laju pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan dalam mempertahankan keuntungan dalam mendanai kesempatan pada masa yang akan datang.pertumbuhan penjualan yang tinggi akan mencerminkan pendapatan meningkat sehingga akan meningkatkan keuntungan perusahaan.

b. Prinsip-prinsip penjualan perusahaan

Penjualan adalah suatu kegiatan operasional perusahaan dimana kegiatan tersebut menukarkan barang atau jasa dengan sesuatu yang mempunyai nilai seperti Uang dan selain itu penjualan merupakan salah kegiatan yang dapat menghasilkan keuntungan dari setiap perusahaan Menurut Dewanti (2008,hal.149) mentakan bahwa prinsip-prinsip penjualan personal terdapat tiga aspek adalah sebagai berikut:

- 1) Personelisme penjualan
- 2) Negosiasi
- 3) Pemasaran Hubungan

- a) Prosonalisme penjualan adalah Pendekatan pelatihan penjualan berusaha mengubah berusaha mengubah seorang wiraniaga dari menerima pesanan yang pasif menjadi pencari yang aktif
- b) Negosiasi adalah Keahlian dalam mempersiapkan dan merencanakan pengetahuan mengenai masalah yang dinegosiasi, kemampuan untuk berpikir dengan jelas dan cepat dalam situasi dibawah tekanan kemampuan dalam menyatakan pikiran secara verbal keahlian untuk mendengarkan kemampuan untuk membujuk pihak lain
- c) Pemasaran Hubungan adalah Banyak perusahaan sekarang mengalihkan penekanan mereka dari pesaran transaksi ke pemasaran hubungan, pelanggan masa kini berukuran besar dan bersifat global, mereka pemasok yang dapat menjual dan mengirim kumpulan produks dan pelayanan terkoordinir keberbagai transaksi

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi Pertumbuhan penjualan

Penjualan adalah suatu kegiatan operasional perusahaan dimana kegiatan tersebut menukarkan barang atau jasa dengan sesuatu yang mempunyai nilai seperti Uang dan selain itu penjualan merupakan salah kegiatan yang dapat menghasilkan keuntungan dari setiap perusahaan. Menurut Basu Swatha dalam Sudayat (2000.hal 422) Menyakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan adalah sebagai berikut:

- 1) Kondisi dan kemampuan penjual
- 2) Kondisi pasar
- 3) Modal
- 4) Kondisi organisasi
- 5) Faktor – faktor lainnya

- a) Perusahaan harus dapat meyakinkan kepada pembeli agar dapat berhasil mencarapi sasaran penjualan yang diharapkan, untuk itu penjual harus dapat memahami beberapa hal yaitu jenis karakteristik barang yang di tawarkan harga profuk dan syarat penjualan
- b) Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualan, adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu di perhatikan adalah jenis pasar kolompok pembeli dan daya belinya, frekuensi pembelian dan keinginan serta kebutuhanya
- c) Untuk melaksanakan kegiatan penjualan maka penjual harus dapat mempunyai sejumlah modal
- d) Pada perusahaan besar biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri, bagian penjualan yang dipegang oleh orang-orang tertentu yang ahli pada bidang penjualan, sedangkan pada perusahaan kecil masalah penjualan masih ditangani oleh orang yang juga melaksanakan fungsi-fungsi lainnya
- e) Faktor – faktor lain tersebut diantaranya adalah periklanan, peragaan, kampanye dan pemberian hadiah

d. Pengukuran pertumbuhan penjualan

Pertumbuhan Penjualan merupakan kenaikan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu. dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Pertumbuhan penjualan} = \frac{St - (St - 1)}{St - 1}$$

Kesuma dalam Marpaung (2009, hal.41)

Keterangan

St= penjualan pada tahun t

St-1= penjualan ketahun t dikurang satu tau tahun sebelumnya

B. Kerangka konseptual

1. Pengaruh *Current Ratio* Terhadap Profitabilitas

Current ratio adalah perbandingan antara aktiva lancar dengan hutang lancar. Rasio ini menunjukkan bahwa nilai kekayaan lancar akan menutupi nilai pada satu hutang lancar perusahaan. *current ratio* perusahaan sangat besar pengaruhnya terhadap profitabilitas perusahaan dan kebijakan-kebijakan pemenuhan kebutuhan dimana keputusan manajemen akan menentukan tingkat keuntungan yang akan diterima oleh perusahaan. *Current ratio* menunjukkan tingkat keamanan perusahaan (*margin of safety*) kreditor jangka pendek dan hutang – hutang tersebut. Tetapi sesuatu dengan *current ratio* yang tinggi belum tentu menjamin perusahaan dapat membayar hutang perusahaan yang sudah jatuh tempo karena komposisi atau distribusi dari aktiva lancarnya tidak menguntungkan. misalnya bila jumlah persediaan dan jumlah piutangnya relatif tinggi yang mungkin sulit untuk ditagih dan akan berdampak pada *Net Profit Margin*.

Menurut Subramanyam dalam Kadir dan Phang (2012) Menyatakan bahwa jika perusahaan memutuskan modal kerja dalam jumlah yang besar kemungkinan tingkat likuiditas akan terjaga namun kesempatan untuk mendapatkan laba akan menurun yang pada akhirnya akan berdampak pada menurunnya profitabilitas, semakin tinggi tingkat likuiditas perusahaan maka semakin baik pula perusahaan dimata kreditor, tingkat likuiditas yang tinggi tak selalu menguntungkan bagi pemegang saham karena menimbulkan dana-dana yang menganggur yang sebenarnya dapat digunakan untuk keperluan investasi dalam proyek-proyek yang menguntungkan bagi perusahaan.

Menurut Gde Bisma dalam Jurnalnya (2009) menyatakan bahwa Bila perusahaan lebih menekankan likuiditas berarti akan banyak aktiva lancar yang mengendap, hal ini akan menyebabkan profitabilitas menurun. Begitu sebaliknya bila perusahaan lebih menekankan profitabilitas berarti seluruh aktiva harus produktif sehingga dapat mengganggu likuiditas. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa antara likuiditas dengan profitabilitas mempunyai hubungan terbalik.

Budi Priharyanto (2009) dalam penelitian mengatakan bahwa ada pengaruh Current rasio terhadap profitabilitas perusahaan yang dilakukan di perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia

2. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas

Perusahaan manufaktur tidak akan berjalan tanpa adanya sistem penjualan yang baik, penjualan merupakan ujung tombak perusahaan ramalan penjualan sangat tepat digunakan agar proses penjualan agar dapat maksimal sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan menggunakan rasio pertumbuhan penjualan perusahaan dapat mengetahui tren penjualan produk dari tahun-ketahun

Penjualan merupakan kriteria penting untuk menilai profitabilitas perusahaan dan merupakan indikator utama atas aktivitas perusahaan (Andrayani, 2013). Pertumbuhan penjualan adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu (Kennedy dkk., 2013). Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh yang strategis bagi perusahaan karena pertumbuhan penjualan ditandai dengan peningkatan market share yang akan berdampak pada peningkatan penjualan dari perusahaan sehingga akan meningkatkan profitabilitas dari perusahaan (Pagano dan Schivardi, 2008)

Menurut Bringham dan Huston dalam Gde Bisma (2006, hal.168) menyatakan bahwa: “penjualan harus dapat menutupi biaya sehingga dapat meningkatkan keuntungan.”

Pertumbuhan penjualan adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu (Kennedy dkk., 2013). Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh yang strategis bagi perusahaan karena pertumbuhan penjualan ditandai dengan peningkatan market share yang akan berdampak pada peningkatan penjualan dari perusahaan sehingga akan meningkatkan profitabilitas dari perusahaan (Pagano dan Schivardi, 2003).

Penelitian Kadir dan Phang (2012) menyatakan bahwa: Menyimpulkan dalam penelitian bahwa ada pengaruh yang positif pertumbuhan penjualan terhadap *Net Profit Margin* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek

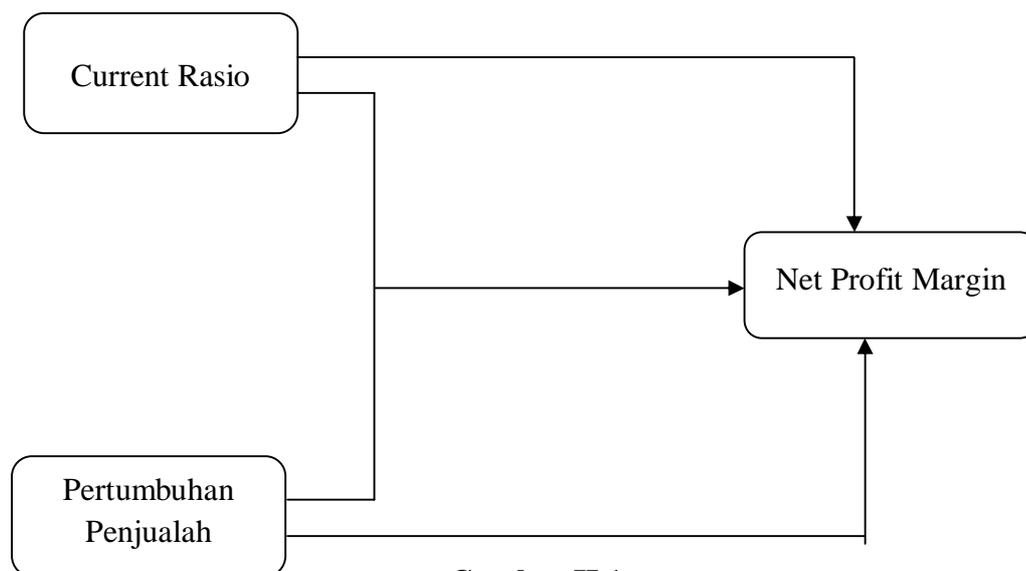
3. Pengaruh *Current Rasio* Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas

Current rasio adalah perbandingan antara aktiva lancar dengan hutang lancar. Rasio ini menunjukan bahwa nilai kekayaan lancar akan menutupi nilai pada satu hutang lancar perusahaan jika *Current rasio* terganggu dalam menyelesaikan kewajibanya maka akan mengganggu proses penjualan perusahaan sehinggakan akan mempengaruhi tingkat profitabilitas perusahaan yang akan dihasilkan. dan jika *Current rasio* mengalami kalancaran dalam membayar kewajiban jangka pendeknya maka akan mendukung proses penjualan sehingga akan mendorong tingkat profitabilitas perusahaan

Menurut Hastuti (2009,hal.321) menerangkan bahwa:

Penjualan harus dapat menutupi biaya sehingga dapat meningkatkan keuntungan Maka perusahaan dapat menentukan langkah yang akan diambil untuk mengantisipasi kemungkinan naik atau turunnya penjualan pada tahun yang akan datang. Bila penjualan ditingkatkan, maka aktiva pun harus ditambah sedangkan di sisi lain, jika perusahaan tahu dengan pasti permintaan penjualannya di masa mendatang, hasil dari tagihan piutangnya, serta jadwal produknya, perusahaan akan dapat mengatur jadwal jatuh tempo utangnya agar sesuai dengan arus kas bersih di masa mendatang. Akibatnya, laba akan dapat dimaksimalkan.

Penelitian yang dilakukan oleh Kadir dan Phang (2012) menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh Current rasio dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas secara simultan pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia



Gambar II.1
Paradigma penelitian

C. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pernyataan.

Berdasarkan rumusan masalah serta tujuan dari penelitian ini maka dapat diambil hipotesisnya sebagai berikut:

1. Ada pengaruh *Current Ratio* terhadap *Net Profit Margin* pada perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
2. Ada pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap *Net Profit Margin* pada perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
3. Ada pengaruh *Current ratio* dan pertumbuhan penjualan secara simultan terhadap *Net Profit Margin* pada perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan Asosiatif. Pendekatan Asosiatif adalah pendekatan dengan menggunakan dua variable atau lebih guna mengetahui hubungan atau pengaruh antara variable yang satu dengan yang lainnya.

B. Defenisi Operasional

Definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

1. *Net Profit Margin* (variable dependent/Y) yang merupakan perbandingan antara laba bersih dengan total penjualan dalam satu tahun operasional, dengan rumus matematiknya adalah sebagai berikut:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{laba bersih}}{\text{penjualan}}$$

2. *Current Rasio* (variable independent/X₁) yang merupakan perbandingan antara aktiva lancar dengan hutang lancar, dengan rumus matematik adalah sebagai berikut:

$$\text{Current Rasio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$$

3. Pertumbuhan penjualan (variable Independent/X₂) yang menunjukkan pertumbuhan penjualan dari tahun ke tahun.cara pengukuranya adalah dengan membandingkan penjualan pada tahun t setelah dikurangi dengan

penjualan pada periode sebelumnya terhadap penjualan pada periode sebelumnya dengan rumus.

$$\text{Pertumbuhan penjualan} = \frac{St - (St - 1)}{St - 1}$$

St= Penjualan pada tahun t

St-1= Penjualan sebelum tahun t

C. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian :penelitian ini dilaksanakan melalui tempat media perantara dengan dengan mengunjungi Website bursa efek indonesia (BEI) atau www.idx.co.id

Dan sedangkan waktu penelitian ini dimulai Juli 2017 sampai dengan Oktober 2017.

Table III.1 Jadwal Penelitian

No	Jenis Penelitian	Juli				Agustus				September				Oktober			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■															
2	Penyusunan proposal		■	■	■	■	■	■	■								
3	Seminar Proposal										■						
4	Penyusunan Skripsi											■	■	■	■		
5	Bimbingan Skripsi														■	■	■
6	Sidang																■

D. Populasi Dan Sample

1. Populasi

Sugiyono (2008, hal.115) menyatakan bahwa “populasi adalah wilayah Generalisasi yang terdiri atas Objek/subjek yang mempunyai kaulitas dan karakteristik tetentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan di tarik kesimpulanya atau jumlah keseluruhan obyek yang karakteristiknya hendak diduga”.

Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur otomotif yang terdaftar di bursa efek indonesia yang berjumlah 12 perusahaan.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populsi tersebut (Sugiyono 2008, hal.116), sampel dalam penelitian menggunakan sampel jenuh artinya semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. yaitu perusahaan yang mempublikasikan laporan keuanganya yang telah diaudit dari tahun 2011 sampai dengan 2015 dengan tahun Fiskal yang berakhir di bulan Desember.

Setelah melakukan *perposive sampling* maka ditentukan sampel sebanyak 12 perusahaan dari keseluruhan jumlah populasi yaitu 3 sektor perusahaan otomotif seperti yang ditunjukkan dalam table III.3 adalah sebagai berikut:

Table III.3
Daftar Sampel perusahaan

No	KODE EMITEN	NAMA PERUSAHAAN
1	ASII	PT.ASTRA INTERNASIONAL
2	AUTO	PT. ASTRA AUTO PARD
3	BOLT	PT. GARUDA METALINDO
4	BRAM	PT. INDO KORDSA

5	GDYR	PT.GOOD YEARS INDONESIA
6	GJTL	PT. GAJAH TUNGGAL
7	IMAS	PT.INDO MOBIL SUKSES INTERNASIONAL
8	INDS	PT.INDOSPRING
9	LPIN	PT. MULTI PRIMA SEJAHTERA
10	MASA	PT.MULTI STRADA ARAH SARANA
11	NIPS	PT.NIPRESS
12	PRAS	PT. PRMA ALLOY STEEL UNIVERSAL
13	SMSM	PT.SELAMAT SAMPURNA

Sumber:hasil penarikan sampel

E. Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian ini diperoleh dengan teknik dokumentasi yaitu dengan mencatat data laporan keuangan perusahaan Otomotif terdaftar di bursa efek indonesia yang berupa Neraca Dan laporan Laba/Rugi untuk rasio keuangan sebagai variable independent (bebas) yang meliputi *Current Rasio* (CR) dan pertumbuhan Penjualan dan *Net Profit Margin* sebagai variable dependent data tersebut berupa angka persentase yang bersumber dari Bursa Efek Indonesia.

F. Teknik Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif .metode analisis kuantitatif adalah metode analisis data yang menggunakan perhitungan data yang menggunakan angka-angka yang nantinya akan dipergunakan untuk mengambil suatu keputusan didalam memecahkan masalah. Sedangkan alat untuk menganalisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Statistik Deskriptif

Statistik adalah sekumpulan prosedur untuk mengumpulkan, mengukur, mengklasifikasi, menghitung, menjelaskan, mensintesis, menganalisis, dan menafsirkan data kuantitatif yang diperoleh secara sistematis. Statistik deskriptif

menggunakan prosedur numerik dan grafis dalam meringkas gugus data dengan cara yang jelas dan dapat dimengerti. Statistik Deskriptif membantu kita untuk menyederhanakan data dalam jumlah besar dengan cara yang logis. Data yang banyak direduksi dan diringkas sehingga lebih sederhana dan lebih mudah diinterpretasi.

2. Metode Regresi Linier Berganda

Regrese berganda adalah metode untuk menentukan pengaruh sebab akibat antara satu variable dengan variabel-variabel lainnya. Dalam penelitian ini digunakan regresi berganda untuk menentukan sebab akibat antara variabel bebas X_1 (*current rasio*) terhadap variabel terikat Y (*net profit margin*) dan variabel bebas X_2 (*pertumbuhan pernjualan*) terhadap variabel terikat Y (*Net Profit Margin*) secara umum model regresi ini dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + bX_1 + bX_2$$

Maryati (2011, hal 182)

Keterangan:

Y = *Net Profit Margin*

CR = *Current Rasio*

PJ = pertumbuhan penjualan

b_1, b_2 = koefisien regresi

a = konstanta

Sebelum melakukan analisis berganda agar dapat perkiraan yang efisien dan tidak biasa maka perlu dilakukan pengujian asumsi klasik. Pengujian ini dimaksudkan untuk mendeteksi adanya penyimpangan asumsi klasik pada regresi

berganda. Adanya beberapa kriteria persyaratan asumsi klasik yang harus dipenuhi untuk bisa menggunakan regresi berganda.

a. Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel dependent (terikat) dan variabel Independent (bebas) keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan dalam deteksi normalitas yaitu jika ada penyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk melihat normalitas data dalam penelitian ini yaitu.

- 1) Uji kolmogorov-smirnov, dalam uji ini pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan yaitu
 - a) Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka distribusi data tidak normal
 - b) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka distribusi data normal
- 2) Grafik *normality probability plot* ketentuan yang digunakan adalah sebagai berikut
 - a) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas
 - b) Jika data menyebat jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak mempunyai asumsi normalitas

b. Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya bebas multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawanya dan

variance inflation faktor jika nilai tolerancinya lebih besar dari 0,1 atau nilai VIF dibawah dari 10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi Multikorelinaritas pada data yang dikelolah.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini mempunyai tujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan kepengamatan yang lainnya tetap, maka disebut heteroskedastisitas. Adanya ketiada heteroskititas dapat diketahui dengan melihat apakah diketahui dengan melihat grafik scattler plot antar nilai prediksi variabel independent dengan residualnya. Dasar analisis yang dapat digunakan untuk menentukan Heteroskedastisitas. Dasar analisis yang dapat digunakan untuk menentukan Heteroskedastisitas antara lain:

- 1) Jika ada pola tertentu seperti titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang yang melebar kemudia ia menyempit) maka telah terjadi Heteroskedastisitas
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik penyebaran diatas dan dibawah angka 0 maka pada sumbu Y maka tidak terjadi Heterokedastitas atau Heteroksesastisitas

d. Uji Autokorelasi

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linier terdapat pengaruh yang kuat baik positif maupun negatif antara data yang ada variabel- variabel penelitian

Uji ini bertujuan untuk melihat apakah dalam suatu model regresi ada pada korelasi antara kesalahan pengganggu dapa periode t dengan kesalahan pada periode t-1. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang

tahun satu dengan yang lainnya. Hal ini sering ditemukan pada time series pada data cross-sections masalah Autokorelasi relatif tidak terjadi uji yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendeteksi ada atau tidaknya Autokorelasi dapat dilihat dengan menggunakan Uji Durbin Watson hipotesis yang akan diuji adalah :

Tabel III-4
Interpretasi Autokorelasi

DURBIN-WATSON	Kesimpulan
Kurang dari 1,10	Ada Autokorelasi
1,10 sampai dengan 1,54	Tidak ada kesimpulan
1,55 sampai dengan 2,46	Tidak ada Autokorelasi
2,47 sampai dengan 2,90	Tidak ada kesimpulan
Lebih dari 2,91	Ada Autokorelasi

3. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis berguna untuk memeriksa atau menguji apakah koefisien regresi yang dapat signifikansi ada dua jenis koefisien regresi yang dapat dilakukan yang itu uji t dan f

a. Uji t (Parsial)

Digunakan untuk menguji koefisien regresi secara individual, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah secara parsial masing-masing variabel bebas mempunyai pengaruh signifikan atau tidak pada variabel terikat setelah didapat nilai t hitung maka selanjutnya nilai t hitung dibandingkan dengan t tabel bentuk pengujian

$H_0 = r_s = 0$ artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y)

$H_a r_s \neq 0$ artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y)

Kriteria pengujian :

a. H_0 = diterima apabila $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ pada $\alpha=5\%$, $ds = n-k$

b. H_a = diterima apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < t_{tabel}$

atau

a. $t_{sig} > a = 0,05$ tidak ada pengaruh

b. $t_{sig} < a = 0,05$ ada pengaruh

b. Uji F (Simultan)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara simultan dapat diterima menjadi model penelitian terhadap variabel terikat bentuk pengujian

$H_0=0$ artinya tidak ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y)

$H_a \neq 0$ artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y)

Penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan F_{tabel} pada tingkat signifikan $\alpha=5\%$ kriteria penilaian hipotesis pada uji simultan adalah sebagai berikut:

H_0 diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ untuk $\alpha=5\%$

H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ untuk $\alpha=5\%$

atau

$f_{sig} > a = 0,05$ tidak ada pengaruh

$f_{sig} < a = 0,05$ ada pengaruh

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah salah satu nilai statistik yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara dua variabel. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel bebas X1 (current ratio) terhadap variabel Y (net profit margin) variabel bebas X2 (pertumbuhan penjualan) terhadap variabel Y (net profit margin)

Nilai koefisien determinasi biasanya diberi simbol R^2 menunjukkan pengaruh antara dua variabel tersebut yaitu variabel independent dan variabel dependent dari hasil hitung tertentu, sedangkan r^2 digunakan untuk mengukur derajat pengaruh antara tiap variabel X terhadap variabel Y secara parsial dengan rumus sebagai berikut: $KD = r^2 \times 100\%$

BAB IV
PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Hasil Penelitian

1. Diskriptip Variabel Penelitian

a. Net Profit Margin

Net profit margin dalam penelitian ini diukur dengan cara membagi laba bersih dengan penjualan, Tabel data *Net Profit Margin* dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel IV-1
Data *Net Profit Margin*
Pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar Di BEI
Periode 2012-2016

KODE EMITEN	NAMA PERUSAHAAN	NET PROFIT MARGIN (%)				
		2012	2013	2014	2015	2016
ASII	PT.Astra Internasional	12,09	11,50	10,97	8,48	10,11
AUTO	PT. Astra Auto Pard	13,72	9,89	7,80	2,75	3,62
BOLT	PT. Garuda Metalindo	-	-	-	11,38	13,60
BRAM	PT. Indo Kordsa	12,95	2,77	7,65	6,05	9,62
GDYR	PT.Good Years Indonesia	3,28	2,51	1,71	-0,07	0,09
GJTL	PT. Gajah Tunggal	9,00	0,97	2,06	2,42	5,74
IMAS	PT.Indo Mobil Sukses Internasional	4,55	3,09	-0,34	-0,12	-1,96
INDS	PT.Indospring	9,08	8,67	6,84	0,12	3,76
LPIN	PT. Multi Prima Sejahtera	24,15	11,08	-5,89	-	-57,28
MASA	PT.Multi Strada Arah Sarana	0,1	1,11	0,17	-11,33	-1,43
NIPS	PT.Nipress	3,07	3,72	4,94	3,10	6,05
PRAS	PT. Prma Alloy Stell Universal	5,02	4,17	2,54	1,37	0,85
SMSM	PT.Selamat Sejahtera	12,1	14,25	16,01	16,46	19,05
RATA-RATA INDUSTRI		9,09	6,14	4,53	3,38	0,91

Sumber : www.idx.co.id, 2017

Dari tabel *Net profit margin* diatas dapat dilihat bahwa perusahaan Otomotif dan komponennya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengalami

fluktuasi penurunan nilai *Net profit margin* perusahaan ASSI mengalami penurunan NPM tahun 2013, 2014 dan 2015, perusahaan AUTO mengalami penurunan NPM pada tahun 2013, 2014 dan 2015, perusahaan BOLT mengalami kenaikan NPM, perusahaan BRAM mengalami penurunan NPM pada tahun 2013, 2014 dan 2015, perusahaan GDYR mengalami penurunan NPM pada tahun 2013, 2014 dan 2015, perusahaan GJTL mengalami penurunan NPM pada tahun 2013, 2014 dan 2015, perusahaan IMAS mengalami penurunan NPM pada tahun 2013, 2014, 2015 dan 2016, perusahaan INDS mengalami penurunan NPM pada tahun 2013, 2014, 2015 dan 2016, perusahaan LPIN mengalami penurunan NPM pada tahun 2013, 2014, perusahaan MASA mengalami penurunan NPM pada tahun 2013, 2014 dan 2015, perusahaan NIPS mengalami penurunan NPM pada tahun 2013, 2014 dan 2015, perusahaan PRAS, mengalami penurunan NPM pada tahun 2016, perusahaan SMSM tidak mengalami penurunan NPM.

b. *Current ratio*

Current ratio diukur dengan cara membandingkan antara asset lancar dengan hutang lancar dalam tahun yang sama, berikut ini adalah tabel *Current ratio* perusahaan Otomotif dan komponennya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Tabel VI-2
Data *Current Ratio*
Pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar Di BEI
Periode 2012-2016

KODE EMITEN	NAMA PERUSAHAAN	CURRENT RATIO				
		2012	2013	2014	2015	2016
ASII	PT.Astra Internasional	139,91	124,20	132,26	137,93	123,94
AUTO	PT. Astra Auto Pard	116,49	188,99	133,19	132,29	147,77
BOLT	PT. Garuda Metalindo	-	-	-	439,10	657,09
BRAM	PT. Indo Kordsa	212,76	157,14	141,56	180,65	195,13
GDYR	PT.Good Years Indonesia	89,48	93,84	94,43	93,66	99,35
GJTL	PT. Gajah Tunggal	171,99	230,88	201,63	177,81	177,35
IMAS	PT.Indo Mobil Sukses Internasional	123,23	108,56	103,24	93,53	85,17
INDS	PT.Indospring	233,39	385,59	291,22	223,13	300,80
LPIN	PT. Multi Prima Sejahtera	290,31	248,41	216,32	-	53,47
MASA	PT.Multi Strada Arah Sarana	139,33	156,67	174,78	128,52	113,57
NIPS	PT.Nipress	110,34	105,11	129,39	104,73	119,07
PRAS	PT. Prma Alloy Stell Universal	111,32	103,08	100,33	100,50	100,70
SMSM	PT.Selamat Sejahtera	194,42	209,76	211,20	239,38	328,14
RATA-RATA INDUSTRI		161,08	176,01	160,79	170,93	192,42

Sumber : www.idx.co.id, 2017

Dari data perusahaan Otomotif yang terdaftar Dibursa Efek Indonesia bahwa *Current Ratio* perusahaan Otomotif dan komponennya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengalami fluktuasi penurunan nilai *Current Ratio* perusahaan ASSI mengalami penurunan *Current Ratio* tahun 2013 dan 2016, perusahaan AUTO mengalami penurunan *Current Ratio* pada tahun 2014 dan 2015, perusahaan BOLT mengalami kenaikan *Current Ratio*, perusahaan BRAM mengalami penurunan *Current Ratio* pada tahun 2013 dan 2014, perusahaan GDYR mengalami penurunan *Current Ratio* pada tahun 2015, perusahaan GJTL mengalami penurunan *Current Ratio* pada tahun 2014, 2015 dan 2016, perusahaan IMAS mengalami penurunan *Current Ratio* pada tahun 2013, 2014, 2015 dan 2016, perusahaan INDS mengalami penurunan *Current Ratio* pada tahun 2014 dan 2015, perusahaan LPIN mengalami penurunan

Current Ratio pada tahun 2014 dan 2016 perusahaan MASA mengalami penurunan *Current Ratio* pada tahun 2015 dan 2016, perusahaan NIPS mengalami penurunan *Current Ratio* pada tahun 2013 dan 2015, perusahaan PRAS, mengalami penurunan *Current Ratio* pada tahun 2013 dan 2014, perusahaan SMSM tidak mengalami penurunan *Current Ratio*.

c. Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan merupakan perbandingan antara penjualan pertahunnya dikurangi dengan penjualan sebelumnya dengan penjualan tahun sebelumnya, berikut adalah tabel pertumbuhan penjualan perusahaan Otomotif dan komponennya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Tabel IV-3
Data Pertumbuhan Penjualan
Pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar Di BEI
Periode 2012-2016

KODE EMITEN	NAMA PERUSAHAAN	PERTUMBUHAN PENJUALAN			
		2013	2014	2015	2016
ASII	PT.Astra Internasional	28.08	-11	-1.74	33.9
AUTO	PT. Astra Auto Pard	15.26	0	-11.1	26.3
BOLT	PT. Garuda Metalindo	-1.794	5.81	-0.77	-0.78
BRAM	PT. Indo Kordsa	3.099	4.03	0	1.69
GDYR	PT.Good Years Indonesia	29.29	14.5	0	18.5
GJTL	PT. Gajah Tunggal	9.665	11	6.46	5.80
IMAS	PT.Indo Mobil Sukses Internasional	45.86	5.18	17.9	96.2
INDS	PT.Indospring	1.859	15.2	13.3	24.2
LPIN	PT. Multi Prima Sejahtera	15.02	-11.6	13.2	12.1
MASA	PT.Multi Strada Arah Sarana	-89.84	-3.17	-6.98	36.9
NIPS	PT.Nipress	1.918	0	5.38	41.1
PRAS	PT. Prma Alloy Stell Universal	12.36	-9.16	8.85	85.5
SMSM	PT.Selamat Sejahtera	29.65	11.5	-2.76	22.7
RATA-RATA INDUSTRI		7,724	10,10	2.48	39,7

Sumber : www.idx.co.id, 2017

Dari data yang perusahaan Otomotif dan komponennya yang terdaftar di Bursa efek indonesia bahwa *Pertumbuhan penjualan* perusahaan Otomotif dan komponennya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengalami fluktuasi penurunan nilai *Pertumbuhan penjualan* perusahaan ASSI mengalami penurunan *Pertumbuhan penjualan* tahun 2014 dan 2015, perusahaan AUTO mengalami penurunan *Pertumbuhan penjualan* pada tahun 2015, perusahaan BOLT mengalami penurunan *Pertumbuhan penjualan* tahun 2015 dan 2016, perusahaan BRAM mengalami penurunan *Pertumbuhan penjualan* pada tahun 2016, perusahaan IMAS mengalami penurunan *Pertumbuhan penjualan* pada tahun 2014, perusahaan INDS mengalami penurunan *Pertumbuhan penjualan* pada tahun 2014 dan 2015, perusahaan LPIN mengalami penurunan *Pertumbuhan penjualan* pada tahun 2014 dan 2016 perusahaan MASA mengalami penurunan *Pertumbuhan penjualan* pada tahun 2014 dan 2015, PRAS, mengalami penurunan *Pertumbuhan penjualan* pada tahun 2014, perusahaan SMSM mengalami penurunan *Pertumbuhan penjualan* pada tahun 2014 dan 2015.

B. Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

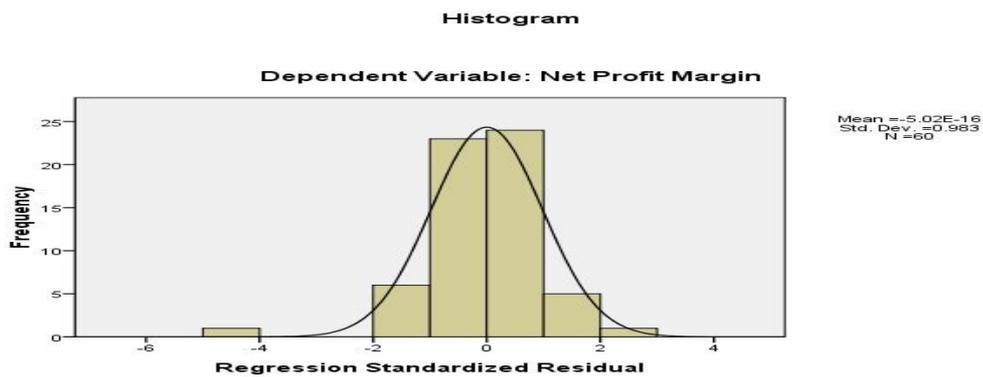
Adapun analisis data yang berupa uji normalitas, uji kovmogrov-smirnov, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi, dan analisis regresi berganda dan untuk mengetahui pengaruh atau tidaknya variabel bebas (independen) terhadap variabel terikatnya (dependen) secara parsial dengan menggunakan Uji t sedangkan untuk menguji kedua variabel bebasnya (independen) berpengaruh atau tidak terhadap variabel terikatnya (dependen) dengan menggunakan Uji F dan menggunakan Uji determinasi untuk

mengetahui seberapa persen variabel terikat (dependen) dapat dijelaskan dengan variabel bebas (independen) yang diajukan.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Gujarati dalam Zuliandi (2003,hal.60) menyatakan bahwa "Pengujian normalitas data untuk melihat apakah Model Regresi variabel dependent dan independent memiliki distribusi normal atau tidak jika data menyebar disekitar garis diagonal dan megikuti arah garis diagonal maka model regresi memnuhi asumsi Normal"

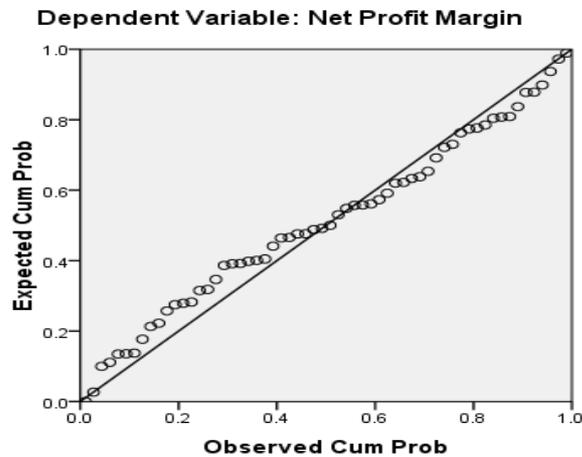


Sumber :data diolah oleh SPSS 2012

Gambar IV-1
Uji normalitas dari Histogram

Dari gambar Grafik Histogram diatas,bahwa residual terdistribusi secara normal dan berbentuk simetri, tidak melenceng ke kanan atau ke kiri

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber :data Diolah oleh SPSS 16.0

Gambat IV-II

Uji Normalitas dari normal P-P Plot of Regresions standartdized residual

Dari gambar grafik data diatas grafik diatas terlihat titik menyebar menyebar garis diagonal, dengan memperhatikan Grafik diatas tersebut menyatakan bahwa model regresi memenuhi Asumsi Normal sehingga layak untuk digunakan. Menurut Ghazali (2005,hal.112) menyatakan bahwa: Oleh sebab itu diajarkan disamping analisis dilengkapi dengan analisis statistik dengan menggunakan Uji kolmogrov-smirnov (K-S) seperti tabel tabel dibawah ini:

Tabel IV-4
Hasil Uji One Sample Kolmogrov- Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.86837824
Most Extreme Differences	Absolute	.101
	Positive	.070
	Negative	-.101
Kolmogorov-Smirnov Z		.785
Asymp. Sig. (2-tailed)		.569

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Data diolah Oleh SPSS 16.0

Berdasarkan tabel hasil uji Kolmogrov- Smirnov menunjukkan nilai 0,785 dan nilai (sig 2) atau signifikannya lebih besar dari pada 0.05 yaitu sebesar 0,569, hal ini menunjukkan bahwa data residual terdistribusi Normal, berarti pada kriteria ke tiga disimpulkan bahwa Model regresi bebas dari masalah ketidak normalan pada data.

b. Uji Multikolonieritas

Pengujian ini dilakukan dengan tujuan menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antara *Current Ratio* dan pertumbuhan penjualan. Dimana model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara *Current ratio* dan pertumbuhan penjualan, untuk melihat ada atau tidaknya Multikolonieritas dapat dilihat dari

- 1) Nilai *tolarance* dan lawannya
- 2) *Variance inflasion faktor* (VIF)

Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen yang lainnya. *Tolarance* mengukur variabelitas variabel independen yang terpilih dan tidak dijelaskan oleh variabel independen yang lainnya, jadi nilai *tolerance* yang rendah sama nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1 / tolerance$). Nilai cutof yang umumnya dipakai untuk menunjukkan adanya Multikolonieritas adalah nilai *tolerance* < dari 0,10 atau sama dengan VIF > dari 10 hasil dari Uji Multikolonieritas dapat dilihat dari tabel.

Tabel IV – 5
Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.002	2.283		.439	.662		
Current Ratio	.037	.013	.372	2.960	.004	.959	1.043
Pertumbuhan penjualan	.002	.018	.011	.087	.931	.959	1.043

a. Dependent Variable: Net Profit Margin

Sumber : Data Diolah SPSS 16.0

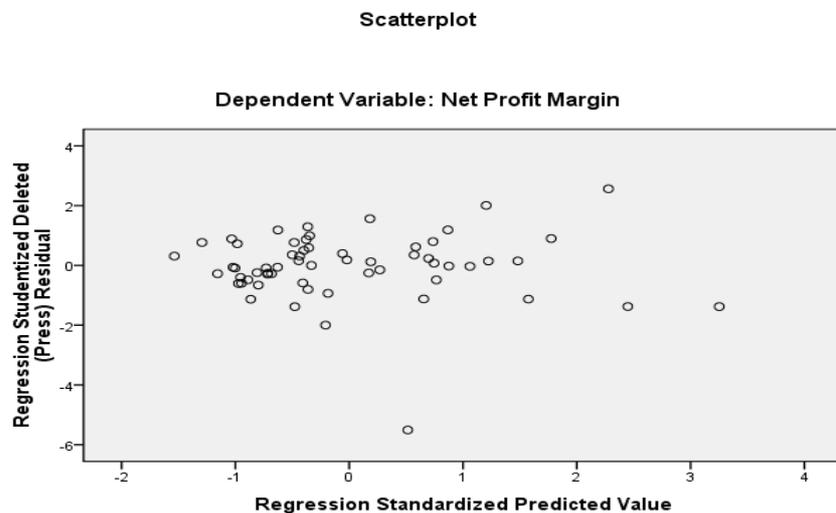
Dari data tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF) untuk variabel *Current ratio* sebesar 1,043 dan variabel pertumbuhan penjualan adalah sebesar 1,043 dari nilai masing- masing variabel diketahui bahwa nilainya VIF adalah sama dan kurang dari 10 demikian nilai *tolerance* pada *Current ratio* adalah sebesar 0,959 dan nilai *tolerance* pada pertumbuhan penjualan adalah 0,959 dari nilai masing-masing variabel diketahui bahwa nilai *Tolerance* adalah sama dan 0,959 dan lebih kecil dari 0,10 Maka dapat disimpulkan bahwa analisis lebih lanjut dapat dilakukan dengan menggunakan model regresi berganda.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Arief dan Gujarati dalam Juliandi (2001). Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan yang lain. Jika variasi residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas,

dan jika varians berbeda disebut heterokedastisitas. Model yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas

Dasar pengambilan keputusannya adalah: jika pola tertentu, seperti titik-titik (poin-poin) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, maka terjadi heterokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik (point-point) menyebar di bawah dan di atas angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.



Sumber : data diolah SPSS 16.0

Gambar IV-3
Hasil Uji Heterokedastisitas

Dari gambar diatas memperlihatkan titik menyebar secara acak tidak berbentuk pola yang jelas dan teratur ,serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y . dengan demikian tidak terjadi Heteroskedastisitas pada model regresi

d. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2011,hal.95) menyatakan bahwa “ Uji autokorelasi menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Autokorelasi muncul karena obsevasi yang berurutan sepanjang tahun yang berkaitan satu dengan yang lain. Hal ini sering ditemukan pada time series. Ada berbagai cara untuk menguji adanya autokorelasi, seperti metode grafik, Uji LM, Uji Runs, Uji BG (*Bresch Godfrey*) dan DW (*Durbin Watson*). Pada penelitian. Uji Autokorelasi dilakukan dengan melihat nilai *Durbin Watson*,

Tabel IV-6
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.370 ^a	.137	.107	6.98784	.137	4.520	2	57	.015	1.779

a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan penjualan , Current Ratio

b. Dependent Variable: Net Profit Margin

Sumber :Data diolah Oleh SPSS 16.0

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai DW statistik yang didapatkan adalah 1.779 untuk mendeteksi terjadinya Autokorelasi angka ini diklasifikasikan menurut kriteria-kriteria dibawah sebagai berikut ini:

Tabel IV-7
Interpretasi Autokorelasi

DURBIN-WATSON	Kesimpulan
Kurang dari 1,10	Ada Autokorelasi
1,10 sampai dengan 1,54	Tidak ada kesimpulan
1,55 sampai dengan 2,46	Tidak ada Autokorelasi
2,47 sampai dengan 2,90	Tidak ada kesimpulan
Lebih dari 2,91	Ada Autokorelasi

Sumber:Algifari (1997,hal.79)

Untuk menilai ada atau tidaknya Autokorelasi nilai Durbin-watson statistik yang didapatkan dari perhitungan pada tabel diatas yang menunjukkan nilai sebesar 1.779 diklasifikasikan menurut kriteria-kriteria pengukuran autokorelasi pada tabel diatas.dilihat dari tabel tersebut pengukuran autokorelasi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada Autokorelasi dalam model regresi ini.hasil asumsi klasik diatas menunjukkan bahwa data yang diolah dalam penelitian ini bebas dari masalah multikoloniertas, heteroskedatisitas dan autokorelasi, hasil pengujian ini menunjukkan bahwa data yang digunakan sebagai variabel independent memnuhi syarat untuk memprediksi variabel dependent

3. Analisis Regresi Berganda

Regresi berganda adalah metode untuk menentukan hubungan sebab akibat antara satu variable dengan variabel-variabel lainnya. Dalam penelitian ini digunakan regresi berganda untuk menentukan sebab akibat antara variabel bebas X_1 (*Current ratio*) terhadap variabel terikat Y (*net profit margin*) dan variabel bebas X_2 (*Pertumbuhan penjualan*) terhadap variabel terikat Y (*Net Profit Margin*)

Tabel IV-7
Hasil Uji Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
	B	Std. Error	Beta	
1 (Constant)	1.002	2.283		.439
Current Ratio	.037	.013	.372	2.960
Pertumbuhan penjualan	.002	.018	.011	.087

a. Dependent Variable: Net Profit Margin

Sumber : Data diolah Oleh SPSS 16.0

Dari hasil pengujian penelitian ini dengan menggunakan SPSS 16.0 maka dari tabel diatas dapat diketahui persamaan regresi Linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 1.002 + 0,037X1 + 0,002X2$$

Dimana :

Y = *Net Profit Margin*

X1 = *Current Ratio*

X2 = Pertumbuhan penjualan

Dari persamaan regresi diatas maka berikut adalah interpretasi atau penjelasan dari persamaan diatas sebagai berikut:

- a) Konstanta sebesar 1.002 dan bernilai positif menyatakan bahwa jika nilai *Current ratio* dan pertumbuhan penjualan adalah Nol, maka *Net Profit Margin* telah mengalami peningkatan sebesar 100% pada perusahaan Otomotif dan komponennya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011 sampai dengan 2012
- b) Koefisien regresi *Current ratio* sebesar 0,037 dan bernilai Positif hal ini menunjukkan bahwa hubungan variabel bebas dan terikat adalah satu arah, yang artinya setiap Kenaikan *Current ratio* 100% akan meningkatkan *Net Profit Margin* pada perusahaan Otomotif dan Komponennya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011 sampai dengan 2012 sebesar 3,7%
- c) Koefisien regresi Pertumbuhan penjualan 0.002 dan bernilai Positif hal ini menunjukkan bahwa hubungan variabel bebas dan terikat adalah satu arah yang artinya setiap kenaikan Pertumbuhan penjualan sebanyak

100% akan meningkatkan *Net Profit Margin* pada perusahaan Otomotif dan Komponenya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011 sampai dengan 2012 adalah sebesar 0,2%

4. Pengujian Dengan Menggunakan Uji t

Berikut merupakan tabel hasil pengujian analisis Uji t dengan menggunakan Program aplikasi komputer SPSS 16.0

Tabel IV-8
Hasil Pengujian Hubungan Secara Parsial Dengan Menggunakan Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.002	2.283		.439	.662
Current Ratio	.037	.013	.372	2.960	.004
Pertumbuhan penjualan	.002	.018	.011	.087	.931

a. Dependent Variable: Net Profit Margin

Sumber: Data diolah SPSS 16.0

a. Pengaruh *Current ratio* (X1) Terhadap *Net Profit Margin* (Y)

Hasil pengujian secara parsial dengan menggunakan program SPSS 16.0 variabel *Current ratio* terhadap *Net Profit margin* menunjukkan $t_{hitung} = 2.960$ dan $t_{tabel} = dk = n-2 = 60-2=58$ dengan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ maka didapat nilai $t_{tabel} = 2,001$ artinya t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} atau nilainya adalah ($2,960 > 2,001717$). Nilai signifikannya juga menunjukkan lebih kecil dari pada 0,05 yaitu sebesar 0,004 berarti ada pengaruh secara parsial antara *Current ratio* (X1) Terhadap *Net Profit Margin* (Y)

b. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap *Net profit margin*

Berdasarkan hasil $t_{hitung} = 0,087$ dan t_{tabel} adalah $dk = n-1 = 60-2 = 58$ dengan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ maka hasil dari t_{tabel} adalah 2,001 maka hasil t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($0,087 < 2,001$), Nilai signifikasinya adalah yang menunjukkan lebih besar dari pada 0,05 yaitu sebesar 8,07. Atau ($0,931 > 0,05$) Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial tidak ada pengaruh signifikan pertumbuhan penjualan (X2) terhadap *Net Profit Margin* (Y)

5. Pengujian Dengan Menggunakan Uji F

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan program SPSS Versi 16.0, maka diperoleh hasil Uji F adalah sebagai berikut:

Tabel IV-9
Hasil pengujian Secara Simultan Dengan Menggunakan Uji F
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	441.452	2	220.726	4.520	.015 ^a
Residual	2783.303	57	48.830		
Total	3224.755	59			

a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan penjualan , Current Ratio

b. Dependent Variable: Net Profit Margin

Sumber : Data Diolah SPSS 16.0

Berdasarkan table di atas maka hasil nilai $F_{tabel} = 3,158$, nilai F_{hitung} dalam tabel IV-9 sebesar 4,520 sehingga nilai F_{hitung} lebih besar dari pada nilai F_{tabel} ($4,520 > 3,158$) nilai signifikansinya juga sebesar 0,015 ($sig < 0,05$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima Hal ini berarti bahwa secara simultan variabel independen (*Current ratio* dan pertumbuhan penjualan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (*Net Profit Margin*) pada perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2012-2015 “

6. Uji Koefisien Determinasi R^2

Koefisien determinasi ini berfungsi untuk mengetahui persentase besarnya pengaruh variabel independen dan variabel dependen yaitu dengan mengkuadratkan koefisien yang ditemukan. Dalam penggunaannya, koefisien determinasi ini dinyatakan dalam persentase (%). Untuk mengetahui sejauh mana kontribusi atau presentase pengaruh *Current ratio* dan pertumbuhan penjualan terhadap Profitabilitas yang diukur dengan *Net Profit Margin*.

Nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) menunjukkan seberapa besar persentase kontribusi variabel bebas (*Current ratio* dan pertumbuhan penjualan) terhadap variabel terikatnya (*Net Profit margin*) untuk data kurun waktu (*time series*) biasanya mempunyai koefisien determinasi yang tinggi oleh karena itu beberapa peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R²* pada saat mengevaluasi data dalam penelitian ini koefisien determinasi yang dipakai adalah *Adjusted R Square* karena penelitian ini menggunakan regresi berganda. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan bantuan prgramm komputer SPSS 16.0 dari pengolahan data diperoleh hasil seperti tabel sebagai berikut:

Tabel IV-10
Hasil Analisis Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.371 ^a	.138	.108	6.98358

a. Predictors: (Constant), pertumbuhan penjualan , *Current ratio*

b . Dependent Variable: *Net Profit margin*

Sumber : Data diolah SPSS 16.0

Dari tabel diatas dapat dilihat hasil analisis regresi secara keseluruhan menunjukkan nilai R adalah sebesar 0,371 menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara *Net Profit Margin* (variabel dependen) dengan *Current ratio* dan pertumbuhan penjualan mempunyai tingkat hubungan yang rendah yaitu sebesar 37,1%

$$D=R^2 \times 100\%$$

$$D= 0,371 \times 100\%$$

$$D= 37,1\%$$

Tingkat hubungan yang Rendah ini dapat dilihat dari tabel pedoman untuk memberikan interprestasi koefesien Korelasi.berikut adalah interprestasi koefesien korelasi

Tabel IV-11

Pedoman Untuk Memberikan Interprestasi Koefesien Korelasi.

Interval koefesien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sugiyono (2006,hal.183)

Nilai Adjust R Square (R^2) atau koefesien Determinasi adalah sebesar 0,108 angka ini mengidentifikasi bahwa *Net Profit Margin* (variabel dependen) mampu dijelaskan oleh *Current ratio* dan pertumbuhan penjualan (variabel Independen) sebesar 10,8% sedangkan selebihnya 89,2% dijelaskan oleh faktor- faktor yang lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, kemudian *standart of Error* adalah sebesar 6.98358 atau 6,98 dimana semakin kecil angka

ini akan membuat Model regresi semakin tepat dalam memprediksi *Net Profit Margin*

C. Pembahasan

Analisis hasil temuan penelitian ini adalah analisis mengenai hasil temuan penelitian ini terhadap kesesuaian teori, pendapat, maupun penelitian terdahulu yang telah dikemukakan hasil penelitian sebelumnya serta pola perilaku yang harus dilakukan untuk mengatasi hal hal tersebut. Berikut ini ada 3 (tiga) bagian utama yang akan dibahas dalam analisis hasil temuan penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Pengaruh *Current Ratio* Terhadap *Net Profit Margin*

Berdasarkan hasil pengujian Hipotesis pertama yaitu *Current ratio* berpengaruh terhadap Profitabilitas yang diukur dengan *Net profit Margin* dengan menggunakan Uji t diperoleh nilai t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} yaitu ($2.960 > 2.001$) dan ($sig-2$) adalah 0,04, nilai ini berada dibawah nilai signifikansi 0,05 karena itu *Currenr ratio* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Net Profit Margin* pada perusahaan Otomotif dan Komponenya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini berarti bahwa efektifitas dalam menyelesaikan kewajiban jangka pendek yang diakukan oleh perusahaan dari ketersediaan aktiva lancar baik itu kas, piutang dan persediaan dapat menutupi hutang jangka pendeknya sangat baik sehingga *Current ratio* yang dimiliki perusahaan dapat meningkatkan pertumbuhan *Net Profit Margin* perusahaan. Ini dapat diasumsikan bahwa *Current ratio* dalam meningkatkan *Net Profit Margin* sangat efektif .dimana *Current ratio* mempunyai pengaruh yang Positif terhadap

Net *Profit Margin*, semakin Cepat tingkat *Current ratio* maka laba bersih yang dihasilkan akan semakin cepat meningkat karena perusahaan sudah dapat memanfaatkan kewajiban jangka pendek dengan menggunakan aktiva lancarnya dengan demikian akan berpengaruh pada peningkatan laba perusahaan

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian Budi priharyanto (2009) yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang Positif *Current ratio* terhadap Profitabilitas. Dan I Dewa Gde Bisma (2009) juga menyatakan bahwa *Current ratio* mempunyai pengaruh yang Positif terhadap Profitabilitas sedangkan teori yang menyatakan *Current ratio* dan Profitabilitas mempunyai hubungan yang Negatif Hal ini terjadi karena analisis dilakukan pada sekelompok perusahaan dalam satu lingkup industri, dimana masing – masing perusahaan mempunyai kebijakan yang berbeda baik dalam penentuan struktur kekayaan, struktur modal dan struktur finansial maupun kebijakan deviden,

Menurut Subramanyam dalam Kadir dan Phang (2012) Menyatakan bahwa : jika perusahaan memutuskan modal kerja dalam jumlah yang besar kemungkinan tingkat likuiditas akan terjaga namun kesempatan untuk mendapatkan laba akan menurun yang pada akhirnya akan berdampak pada meurunnya profitabilitas, semakin tinggi tingkat likuiditas perusahaan maka semakin baik pula perusahaan dimata kreditur ,tingkat likuiditas yang tinggi tak selalu menguntungkan bagi pemegang saham karena menimbulkan dana-dana yang mengaggur yang sebenarnya dapat digunakan untuk keperluan investasi dalam proyek-

proyek yang menguntungkan bagi perusahaan Menurut Sitanggang (2012,hal.35) menyatakan bahwa “Likuiditas dan profitabilitas sangat erat kaitanya dengan kibijakan modal kerja. Kebijakan modal kerja dimaksudkan adalah seberapa besar persentase aktiva lancar terhadap rencana penjualan yang masing-masing mempunyai dampak,kebijakan modal kerja agresif, moderat dan koversivatif ada rasa takut sehabisan stok sehingga dana yang ditanam dalam persediaan cukup tinggi.”

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis serta teori pendapat dan penelitian terdahulu yang telah dikemukakan diatas mengenai pengaruh *Current ratio* terhadap *Net Profit Margin* maka menyimpulkan bahwa ada kesesuaian antara hasil penelitian dengan teori pendapat dan penelitian terdahulu yaitu ada pengaruh yang signifikan antara *Current ratio* terhadap *Net Profit Margin*.

2. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap *Net Profit Margin*

Berdasarkan hasil Hipotesis kedua yaitu Pertumbuhan penjualan dengan menggunakan Uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0,87 sedangkan nilai t_{tabel} adalah 2,001 berarti t_{hitung} lebih kecil dari pada t_{tabel} ($0,87 < 2,001717$) nilai (*sig2*) sebesar 0,931 nilai tersebut barada jauh diatas signifikasi 0,05 oleh karena itu Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa ada pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap Profitabiliitas yang diukur oleh *Net profit Margin* “ditolak” dan menyimpulkan bahwa tidak ada pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap Profitabilitas. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Oleh Framudyo Jati (2009) yang menyebutkan dalam kesimpulanya bahwasanya tidak ada pengaruh antara

pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas perusahaan dan penelitian yang Nugroho (2011) yang menyatakan dalam kesimpulannya bahwasanya tidak ada pengaruh antara pertumbuhan penjualan terhadap Profitabilitas pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Menurut Bringham dan Huston dalam Gde Bisma (2006,hal.168) Menyatakan bahwa penjualan harus menutupi biaya sehingga akan meningkatkan keuntungan. Hal ini berarti penjualan belum bisa menutupi biaya- biaya atau hutang lancar yang ada pada perusahaan sehingga tidak menimbulkan keuntungan bagi perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis serta teori pendapat dan peneliti terdahulu mengenai pertumbuhan penjualan terhadap *Net Profit Margin* menyimpulkan tidak ada pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap *Net Profit Margin* dan tidak ada kesesuaian antara hasil penelitian dengan teori pendapat dan penelitian terdahulu yaitu ada pengaruh yang signifikan antara pertumbuhan penjualan terhadap *Net Profit Margin*. peningkatan jumlah penjualan yang dilakukan oleh perusahaan tidak dapat memaksimalkan kemampuan dalam memperoleh laba hanya dengan mengandalkan disektor penjualan saja tetapi perusahaan harus menekan penjualan yang menjadi Piutang perusahaan karena piutang yang tak tertagih akan menghambat perusahaan dalam menghasilkan laba.\

3. Pengaruh *Current ratio* dan Pertumbuhan Penjualan terhadap *Net Profit Margin*

Berdasarkan hasil tabel IV-9 Hipotesis ketiga yaitu ada pengaruh *Current ratio* dan pertumbuhan penjualan terhadap *Net profit Margin* dengan menggunakan Uji F dapat nilai F_{hitung} sebesar 4,520 sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3,158843 artinya nilai F_{hitung} lebih besar dari pada F_{tabel} ($4,520 > 3,158843$) nilai (*Sig*) adalah sebesar 0,15 dibawah nilai Signifikan 0,05 oleh karena itu Hipotesis 3 yang menyatakan ada pengaruh *Current ratio* dan pertumbuhan penjualan terhadap *Net profit Margin* “ Dinyatakan Terima “ artinya ada pengaruh *Current ratio* dan pertumbuhan penjualan secara Simultan terhadap profitabilitas yang diukur dengan *Net Profit Margin* pada perusahaan Otomotif dan Komponenya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kadir dan Phang (2012) yang menyatakan bahwa *Current ratio* dan pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap *Net Profit Margin* walaupun variabel yang digunakan dalam penelitian ini lebih sedikit dibandingkan dengan penelitian yang dilakukan dan Niken Hastuti (2010) Juga menyatakan bahwa ada pengaruh *Current ratio* dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas secara simultan yang dilakukan di perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia .

Menurut Home dan Wochowich dalam Hastuti (2009,hal.321) menyatakan bahwa “Penjualan harus dapat menutupi biaya sehingga akan menimbulkan keuntungan maka perusahaan harus dapat menentukan

langkah yang akan diambil untuk mengatasipasi kemungkinan naik atau turun penjualan yang akan datang, bila penjualan ditingkatkan maka aktiva haruslah bertambah sedangkan disisi lain, jika perusahaan tau permintaan penjualan yang datang hasil dari tagihan piutangnya serta jadwal pruduknya perusahaan akan dapat mengatur jadwal jatuh tempo utangnya agar sesuai dengan arus kas bersih dimasa yang akan datang dan berakibatkan laba dapat dimaksimalkan. Menurut Sitanggang (2012,hal.35) menyatakan bahwa “Likuiditas dan profitabilitas sangat erat kaitanya dengan kibijakan modal kerja. Kebijakan modal kerja dimaksudkan adalah seberapa besar persentase aktiva lancar terhadap rencana penjualan yang masing-masing mempunyai dampak,kebijakan modal kerja agresif, moderat dan koversivatif ada rasa takut sehabisan stok sehingga dana yang ditanam dalam persediaan cukup tinggi.”

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis serta teori pendapat dan penelliti terdahulu mengenai pengaruh *Current ratio* dan pertumbuhan penjualan terhadap *Net Profit Margin* menyimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara *Current ratio* dan pertumbuhan penjualan terhadap *Net Profit Margin* secara simultan, dan hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdul kadir dan Stefanie Barseleona Phang (2012) dan Niken Hastuti (2010) yang menyatakan bahwa juga ada pengaruh antara *Current ratio* dan pertumbuhan penjualan terhadap Profitabilias walaupun dalam peneitian ini variabel yang dugunakan lebih sedikit dibandingkan dengan penelitian sebelumnya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian data mengenai pengaruh *Current ratio* dan pertumbuhan penjualan terhadap Profitabilitas yang diukur dengan *Net Profit Margin* pada perusahaan Otomotif dan Komponenya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012 sampai dengan 2016, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh secara parsial *Current ratio* terhadap Profitabilitas yang diukur dengan *Net Profit Margin*
2. Tidak ada pengaruh secara pasial pertumbuhan penjualan terhadap Profitabilitas yang diukur dengan *Net Profit Margin*.
3. Ada pengaruh secara simultan *Current ratio* dan pertumbuhan penjualan terhadap Profitabilitas yan diukur dengan *Net Profit Margin*.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dari data yang diperoleh penulis memberikan saran - saran sebagai berikut:

1. Perusahaan harus memperhatikan kebijakan pembayaran hutang yang bersifat jangka pendek yang dapat mempengaruhi kelancaran operational perusahaan sehingga dapat dicapai peningkatan perusahaan pada masa yang akan datang

2. Untuk penelitian selanjutnya dapat menambah variabel independennya agar dapat mengetahui hal- hal apa saja yang dapat membuat *Net profit Margin* suatu perusahaan dapat mengalami perubahan sehingga menjadi masalah bagi perusahaan
3. Untuk penggunaan periode pengamatan penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan periode yang lebih lama sehingga akan memberikan kemungkinan yang lebih besar untuk memperoleh hasil yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

Terbitan Buku:

- Deswanti Retno (2008) *kewirausahaan*. edisi pertama, jakarta. Mitra wacana media
- Fraser M Lyn dan Ormoston Aileen (2008) *Memhamai laporan keuangan edisi ketujuh*: new jueney pearson educations.PT.INDEKS
- Harmono.(2011) *Menejemen Keuangan Berbasis Balance Scorcard Pendekatan Teory,Kasus,dan Riset Bisnis* Jakarta: PT.Bumi Aksara
- Jumingan (2005) *Analisis Laporan keuangan*.Surakarta PT.Bumi Aksara
- Kasmir (2012) *Analisis Laporan Keuangan* (edisi 5)jakarta PT.Rajagrafindo persada
- Riyanto, 2011. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*, Edisi. Keempat, Cetakan Ketujuh, Yogyakarta: BPFY Yogyakarta
- Sitanggang JP (2012). *Menejemen Keuangan Perusahaan Dilengkapi Dengan Soal dan Pemylesaiannya*.Jakarta: PT.mitra wacana media
- Subramanyam (2010) *Analisis laporan Keuangan Edisi Kesepuluh*.Jakarta Salemba Empat
- Subramanyam dan John J. Wild. (2010). *Analisis Laporan Keuangan*. Buku 1 (Edisi 10). Jakarta : Salemba Empat.
- Sudayat ridwan Hidayat (2012) *Menejemen penjualan perusahaan Manufaktur*. diakses Agustus 2017
- Sugiyono (2006) *Metodologi Penelitian Administrasi Dilengkapi Dengan Metode R&D* Bandung.alfabeta

Terbitan Jurnal:

- Clarensia jeany,Rahayu Sri dan Azizah Nur (2011) “pengaruh likuiditas, profitabilitas,pertumbuhan penjualan dan kebijakan deviden terhadap harga saham”*Studi empiris pada perusahaan manufakru yang terdadar dibursa efek indonesia tahun 2007-2010* Fakultas ekonomi Universitas Budi Luhur.Jakarta
- Deitiana Tita (2011) “Pengaruh rasio keuangan,pertumbuhan penjualan, dan deviden terhadap harga saham”*jurnal bisnis dan akutansi STIE Trisakti*.Jakatra Vol 13 No 1 april 2011

- Jati Framudyo (2009) “Pengaruh Struktur Corporate Governance terhadap Kinerja perusahaan terhadap perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa efek Indonesia “*jurnal Akuntansi*” Universitas Gunadarma. Depok Vol 2 No 1, Mei 2010
- Gde Bisma I Dewa (2009)” hubungan antara Likuiditas (*Current ratio*) dan dengan profitabilitas pada industri kimia yang liesentid di BEI tahun 2002-2008, *jurnal manajemen dan bisnis*, Fakultas Ekonomi Mataram. Gane Swara, Vol 3 No 2 September 2009
- Hadri Kusuma. 2006. Dampak Manajemen Laba terhadap Relevansi Informasi Akuntansi: Bukti Empiris dari Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, VOL. 8, NO. 1, MEI 2006: 1-12.
- Hastuti Niken (2010)” pengaruh periode perputaran persediaan dan perputaran hutang dagang rasio lancar, Leverage, pertumbuhan penjualan dan ukuran terhadap Profitabilitas perusahaan, studi pada perusahaan Manufaktur” *Skripsi*, Semarang, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
- Kadir Abdul dan Phang Barseleona Stefanei (2012) “faktor- faktor yang mempengaruhi net profit margin pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia” *jurnal manajemen dan bisnis*, Program Studi Akuntansi sekolah tinggi ilmu Ekonomi indonesia Banjarmasin. Vol 13 No 1, April 2012
- Lubis Nur hafni (2012) Pengaruh Likuiditas, perputaran Modal kerja, pertumbuhan penjualan dan leverage terhadap profitabilitas pada perusahaan retail yang terdaftar di bursa efek indonesia. *Skripsi* Universitas Sumatera Utara
- Nugroho Elvianto (2011) “perngaruh Likuiditas pertumbuhan penjualan perputara modal kerja ukuran perusahaan dan leverage terhadap Profitabilitas pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa efek Indonesia”. *skripsi S1* Universitas Diponegoro. Semarang
- Priharyanto Budi (2009) *Analiss pengaruh Current ratio dan inventory Turnover, debt to Equity ratio dan Siza terhada Profitabilitas* (studi pada perusahaan food and Beverage dan perusahaan costumer Good yang listen Bei periode tahun 2005-2007) *Tesis S2* Universitas Diponegoro. Semarang