

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori

Landasan teori ini dikemukakan beberapa teori baik dari referensi maupun dari peneliti terdahulu yang menjadi dasar dalam penelitian. Teori-teori inilah yang menjadi tolak ukur maupun pembanding dalam penelitian ini. Teori-teori ini diperoleh dari berbagai sumber yaitu dari buku, jurnal, tesis, dan media informasi lainnya

2.1.1 Pengertian Perusahaan

Perusahaan merupakan setiap bentuk badan usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus menerus dan didirikan, bekerja, serta berkedudukan dalam wilayah negara Indonesia untuk tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba (Kansil, 2001, hal 2).

Menurut Swastha dan Sukotjo (2002, hal 12) menerangkan bahwa “Perusahaan merupakan suatu organisasi produksi yang menggunakan dan mengkoordinir sumber-sumber ekonomi untuk memuaskan kebutuhan dengan cara yang menguntungkan”.

Dilihat dari sudut pandang ekonomi, perusahaan merupakan keseluruhan perbuatan yang dilakukan secara terus menerus, bertindak ke luar, untuk mendapatkan penghasilan, dengan cara memperniagakan barang-barang, menyerahkan barang-barang, atau mengadakan perjanjian-perjanjian perdagangan (Menurut Molengraff dalam buku Purwosutjipto, 1985, hal 15). Apabila dilihat dari sudut pandang komersial, sebuah perusahaan ada apabila diperlukan adanya

perhitungan-perhitungan tentang laba rugi yang dapat diperkirakan dan segalanya dicatat dari pembukuan (Menurut Polak dalam buku Muhammad, 1999, hal 8).

2.1.2 Tujuan Perusahaan

Menurut Warrent, et al (2017, hal 2) menerangkan bahwa “Tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan keuntungan (profit). Keuntungan atau laba merupakan selisih antara uang yang diterima dari pelanggan atas barang atau jasa yang dihasilkan dan biaya yang dikeluarkan untuk input yang digunakan guna menghasilkan barang atau jasa.

Adapun, menurut Martono dan Harjito (2010, hal 2) menyatakan bahwa ada 3 (tiga) tujuan perusahaan yang ingin diraih diantaranya yaitu mencapai atau memperoleh laba maksimal untuk kemakmuran pemilik perusahaan, menjaga kelangsungan hidup perusahaan, dan mencapai kesejahteraan masyarakat sebagai tanggung jawab sosial perusahaan. Sehingga, dalam pencapaian tujuan tersebut perusahaan harus mampu melaksanakan aktivitas atau kegiatannya secara efektif dan efisien. Efektivitas yang dimaksud berkaitan dengan kegiatan produktivitas perusahaan. Sedangkan, efisien berkaitan dengan biaya yang dikeluarkan harus seminimal mungkin untuk mencapai tujuan tersebut. Dengan demikian, kegiatan produktivitas yang efektif akan memperkecil biaya yang akan dikeluarkan lalu diharapkan dapat mencapai maksimisasi profitabilitas.

Tujuan perusahaan untuk memperoleh laba maksimal dimaksudkan agar perusahaan dapat hidup terus. Didirikannya perusahaan tidak dibatasi untuk waktu tertentu, tetapi diharapkan hidup terus tanpa batas waktu. Oleh karena itu, kelangsungan hidup perusahaan akan terus dijaga dengan berusaha memperoleh

laba sebesar-besarnya. Apabila perusahaan memperoleh laba yang tinggi dan kelangsungan hidup perusahaan terjaga diharapkan berimbang pada kesejahteraan masyarakat luas di luar perusahaan dan hal itu merupakan prestasi manajemen dalam mengelola perusahaannya (Martono dan Harjito, 2010, hal 3).

2.1.3 Perkembangan Perusahaan Manufaktur di Indonesia

Indonesia sebagai salah satu negara terbesar di dunia ternyata memiliki berbagai peranan penting di antara negara-negara yang ada di Asia Tenggara. Diantara peranan tersebut yang paling menonjol yakni perkembangan industri manufaktur. Skala nasional sektor ini memberikan sumbangsih berupa peningkatan perekonomian sebesar 20,27% dengan menggeser peran *Commodity Based* menjadi *Manufacture Based*. Hasilnya di Asia Tenggara, Indonesia pun menjadi basis manufaktur terbesar (*Karawang New Industry City*, 12 Juli 2019).

Kementerian Perindustrian mengatakan bahwa industri manufaktur Indonesia memiliki kemampuan untuk lebih produktif sehingga memberikan efek yang lebih luas. Hal ini terlihat dari nilai *Manufacturing Value Added* (MVA) pada industri manufaktur Indonesia yang berada di posisi paling atas diantara negara-negara ASEAN yaitu sebesar 4,5%. Industri manufaktur Indonesia menempati posisi nomer 9 dari seluruh negara secara global.

Kemampuan beberapa sektor di industri manufaktur Indonesia mempunyai angka persentase kinerja di atas Produk Domestik Bruto (PDB) secara nasional, di antaranya yaitu industri logam sebesar 9,94 %, industri tekstil dan pakaian dengan angka 7,53 %, serta industri alat angkutan sebesar 6,33 %. Sehingga, peningkatan

nilai tambah bahan baku, penambahan jumlah tenaga kerja, serta tingginya devisa negara dengan mencatatkan pajak dan bea cukai terbesar diharapkan terjadi.

Selain itu, daya beli masyarakat beragam macam terhadap produk yang ditawarkan dimana semakin hari semakin meningkat sehingga proses produksi dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan peningkatan permintaan. Maka, pertumbuhan ekonomi secara nasional dapat terus meningkat seiring dengan peningkatan daya saing secara domestik, regional, dan global.

Metode yang diterapkan Pemerintah untuk perkembangan industri manufaktur di Indonesia yaitu metode hilirisasi. Hal ini harus didukung oleh kinerja ekspor dan peningkatan investasi agar dapat mempertahankan nilai industri manufaktur.

Sistem perekonomian Indonesia berada dalam kelompok *One Trillion Dollar Club* dimana, sistem perekonomian Indonesia termasuk salah satu anggota terbesar di ASEAN sehingga dapat mempengaruhi pertumbuhan industri manufaktur di Indonesia. Kerjasama antara pihak pemerintah, pengusaha, serta masyarakat umum menjadi tantangan tersendiri dalam meningkatkan pertumbuhan industri manufaktur di Indonesia.

2.1.4 Tantangan Perusahaan Manufaktur di Indonesia

Bagi Indonesia sendiri sangat berpengaruh karena AS adalah tujuan ekspor Indonesia nomor dua terbesar setelah China, tetapi ternyata pertumbuhan ekonomi China terus melambat. Dan diperkirakan 2023 itu akan melambat hingga 6% (Okezone, 31 Januari 2019).

Tantangan perusahaan manufaktur di Indonesia salah satunya dipengaruhi oleh pertumbuhan perekonomian Amerika Serikat (AS) yang menjadi penopang pertumbuhan ekonomi di dunia karena diperkirakan pada tahun 2020 pertumbuhan perekonomian AS akan mengalami perlambatan. Maka dari itu, tahun lalu Indonesia mengalami kenaikan suku bunga acuan yang sangat pesat.

Hal yang menyebabkan pertumbuhan ekonomi negara AS dan China melambat karena adanya dampak dari perang dagang di antara negara tersebut. Hingga kini perang dagang tersebut sudah lumayan memiliki titik temu yang akan diadakan kompromi di antara kedua belah pihak.

Dari hasil kompromi diantara negara AS-China memiliki dua kemungkinan diantaranya yaitu kenaikan suku bunga acuan yang semakin tinggi atau justru penurunan suku bunga acuan. Indonesia mengharapkan adanya penurunan suku bunga acuan dimana kenaikan suku bunga tidak seagresif dari tahun lalu sehingga, Indonesia akan lebih mudah menjalani sumber-sumber pendanaan luar negeri dibandingkan dengan domestik dengan biaya yang lebih murah.

2.1.5 Profitabilitas

Menurut Gitman (2003, hal 591) "*Profitability is the relationship between revenues and cost generated by using the firm's asset- both current and fixed- in productive activities*" yang artinya profitabilitas merupakan hasil bersih dari sejumlah kebijakan dan keputusan perusahaan. Rasio profitabilitas mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.

Profitabilitas merupakan penilaian kemampuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan atau laba dalam satu periode tertentu (Kasmir, 2015,

Hal.: 22). Rasio ini juga dapat memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen perusahaan yang dapat di tunjukkan dari laba yang di peroleh dari penjualan atau dari pendapatan investasi

Profitabilitas didefinisikan menurut Sartono (2012, Hal.: 122) merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba baik hal terkait dengan penjualan, aset ataupun laba. Bagi investor jangka panjang memiliki kepentingan terhadap analisis profitabilitas. Investor (pemegang saham) akan melihat potensi keuntungan yang dapat diterima dalam bentuk deviden.

Menurut Sudana (2012, Hal.: 22) profitabilitas merupakan pengukuran kemampuan perusahaan untu mendapatkan keuntungan dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki perusahaan seperti aktiva, modal atau penjualan perusahaan.

2.1.5.1 Tujuan Profitabilitas

Menurut Kasmir (2015, Hal.: 187) tujuan profitabilitas untuk perusahaan atau pihak luar diantaranya yaitu sebagai berikut :

1. Menghitung atau mengukur keuntungan yang diperoleh perusahaan untuk satu periode tertentu.
2. Menilai posisi laba perusahaan di tahun sebelumnya dan tahun saat ini .
3. Menghitung pertumbuhan laba dari waktu ke waktu
4. Menilai jumlah dari laba bersih sesudah pajak dengan modal
5. Mengukur produktivitas seluruh modal perusahaan yang digunakan baik berupa modal pinjaman maupun modal sendiri.

2.1.5.2 Manfaat Profitabilitas

Profitabilitas memiliki manfaat tidak hanya untuk pihak manajemen atau pemilik usaha tapi juga untuk pihak yang berada diluar perusahaan, khususnya pihak yang memiliki keterkaitan dengan perusahaan. Menurut Kasmir (2015, Hal.: 198) Manfaat profitabilitas diantaranya yaitu sebagai berikut :

1. Mengetahui posisi laba perusahaan sebelumnya dibandingkan dengan tahun sekarang.
2. Mengetahui pertumbuhan laba dari waktu ke waktu
3. Menginformasikan jumlah laba bersih perusahaan setelah di potong pajak.
4. Mengetahui produktivitas semua dana milik perusahaan yang digunakan baik dari modal pinjaman maupun modal sendiri.

2.1.5.3 Jenis-jenis Profitabilitas

Adapun jenis-jenis rasio Profitabilitas diantaranya yaitu sebagai berikut :

1. Margin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*)

Margin laba kotor (GPM) adalah rasio yang mengukur efisiensi pengendalian harga pokok atau biaya produksi yang mengindikasikan kemampuan perusahaan untuk berproduksi secara efisien (Sawir, 2009, Hal.: 18). Margin laba kotor berupa persentase laba kotor dibandingkan dengan penjualan sesuai tujuan dan contoh analisis laporan keuangan. Semakin besar margin laba kotor maka semakin baik keadaan operasional perusahaan. Sebaliknya jika semakin rendah margin laba kotor maka aktivitas operasional perusahaan tidak baik (Syamsuddin, 2009, Hal.: 61).

$$GPM = \frac{\text{Penjualan} - \text{Harga Pokok penjualan}}{\text{Penjualan}}$$

2. Margin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)

Menurut Kasmir (2008, Hal.: 200) NPM merupakan ukuran keuntungan yang membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan. Rasio ini menunjukkan pendapatan bersih perusahaan atas penjualan. NPM mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba neto dari setiap penjualannya (Murhadi, 2013, Hal.: 64). Semakin tinggi nilai NPM maka menunjukkan semakin baik. Rumus NPM yaitu:

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba Bersih setelah pajak}}{\text{Penjualan}}$$

3. Rentabilitas Ekonomi (*Basic Earning Power*)

Rentabilitas ekonomi merupakan perbandingan laba sebelum pajak terhadap total aset yang mengindikasikan kemampuan aset yang dimiliki untuk menghasilkan tingkat pendapatan. Rentabilitas Ekonomi menunjukkan kemampuan total aset dalam menghasilkan laba yang mengukur efektifitas perusahaan dalam memanfaatkan seluruh sumber daya (Sawir, 2009, hal.: 19). Rumus Rentabilitas Ekonomi yaitu:

$$\text{Rentabilitas Ekonomi} = \frac{\text{Laba Bersih sebelum pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

4. ROI (*Return On Investment*)

ROI (*Return On Investment*) merupakan rasio perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan total aktiva yang menunjukkan kemampuan perusahaan secara keseluruhan untuk menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di perusahaan (Syamsuddin,

2009, hal.: 63). Semakin tinggi rasio ini maka semakin baik keadaan suatu perusahaan. Rumus ROI yaitu:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba Bersih setelah pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

5. ROE (*Return On Equity*)

ROE (*Return On Equity*) adalah rasio perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan total ekuitas yang berasal dari penghasilan (*income*) yang tersedia bagi para pemilik perusahaan (baik pemegang saham biasa maupun pemegang saham preferen) atas modal yang diinvestasikan di dalam perusahaan (Syafri, 2008, Hal.: 305). Rasio ROE memperlihatkan kemampuan perusahaan dalam mengelola modal sendiri (*net worth*) secara efektif dan mengukur tingkat keuntungan dari investasi yang telah dilakukan pemilik modal sendiri atau pemegang saham perusahaan (Sawir 2009, Hal.: 20). ROE menunjukkan rentabilitas modal atau yang juga dikenal dengan istilah rentabilitas usaha. Rumus ROE yaitu:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih setelah pajak}}{\text{Ekuitas}}$$

6. ROA (*Return On Assets*)

ROA menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang digunakan. ROA merupakan salah satu rasio yang menjadi ukuran profitabilitas perusahaan, serta menunjukkan efisiensi manajemen dalam menggunakan seluruh aset yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan pendapatan. ROA diperoleh dengan cara membandingkan

laba bersih setelah pajak terhadap total aset, Horne dan Wachowicz (2005). Secara matematis ROA dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih setelah pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

7. EPS (*Earning Per Share*)

EPS merupakan rasio perbandingan yang menunjukkan kemampuan setiap lembar saham dalam menghasilkan laba (Syafri, 2008, hal.: 306). EPS menggambarkan jumlah rupiah yang diperoleh untuk setiap lembar saham biasa (Syamsuddin, 2009, hal.: 66). EPS sebagai indikator keberhasilan perusahaan sehingga umumnya manajemen perusahaan, pemegang saham biasa dan calon pemegang saham sangat tertarik akan EPS. Rumus EPS yaitu:

$$EPS = \frac{\text{Laba Bersih setelah pajak} - \text{Dividen Saham Preferen}}{\text{Jumlah Saham Biasa yang Beredar}}$$

2.1.6 Manajemen Aset

Pengertian Manajemen menurut Handoko (2000, hal.: 10) mendefinisikan bahwa Manajemen merupakan bentuk bekerja dengan orang-orang untuk menentukan, menginterpretasikan, dan mencapai tujuan-tujuan organisasi dengan pelaksanaan fungsi-fungsi perencanaan, pengorganisasian, penyusunan personalia, pengarahan, kepemimpinan dan pengawasan.

Sedangkan, Menurut Hasibuan (2000, hal.: 2) menjelaskan bahwa Manajemen merupakan ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai satu tujuan.

Pengertian aset atau aktiva menurut Siregar (2004) menerangkan bahwa secara umum adalah barang (*thing*) atau sesuatu barang (*anything*) yang memiliki nilai guna atau ekonomi (*economic value*), nilai komersial (*commercial value*) atau nilai tukar (*exchange value*) yang dimiliki oleh suatu badan usaha, instansi atau perorangan.

Aset merupakan kekayaan atau hak kuasa yang memiliki nilai ekonomi yang mampu menunjang perusahaan dalam harga perolehannya atau nilai wajarnya harus diukur secara objektif (Munawir, 2007).

Aset (aktiva) adalah benda, baik itu benda yang berwujud (*tangible*) maupun yang tidak berwujud (*intangible*), bergerak ataupun tidak bergerak. Keseluruhan dari hal tersebut mencakup dalam kekayaan yang di sebut aktiva atau aset dari suatu instansi, organisasi, badan usaha ataupun dari individu perorangan (Hidayat, 2011).

Pemerintah *South Australia* dalam Hariyono (2007) mendefinisikan manajemen aset sebagai “...*a process to manage demand and guide acquisition, use and disposal of assets to make the most of their service delivery potential and manage risk and cost over their entire life*”, yang artinya proses untuk mengelola permintaan dan penerapannya sesuai akuisisi, penggunaan dan penjualan aset untuk memanfaatkan potensi layanan, dan mengelola risiko serta membiayai seumur hidup aset.

Menurut Brigham dan Joel (2010, Hal.: 136) Manajemen aset adalah rasio yang mengukur seberapa efektif sebuah perusahaan mengelola asetnya. Manajemen aset berguna untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam

mengelola aktiva, yaitu mengukur kemampuan seluruh aktiva dalam menghasilkan penjualan yang nantinya akan meningkatkan profitabilitas (Astuti, 2004, hal.: 32).

Pengukuran Manajemen Aset dalam penelitian ini menggunakan *Fixed Assets Turnover Ratio* (FATO) atau sering disebut dengan Rasio Perputaran Aset Tetap karena rasio ini mengukur seberapa efektif dan efisien pengelolaan aset tetap dalam menghasilkan pendapatan atau profitabilitas perusahaan.

2.1.6.1 FATO (Fixed Assets Turnover Ratio)

Rasio Perputaran Aset Tetap atau FATO (*Fixed Assets Turnover Ratio*) merupakan rasio antara jumlah aset tetap yang digunakan dalam operasi (*Operating Assets*) terhadap jumlah penjualan yang diperoleh selama periode tertentu. Menurut Sawir (2009) Perputaran aset tetap (*Fixed Assets Turnover*) untuk mengukur kecepatan berputarnya aktiva tetap dalam suatu periode tertentu. Sedangkan, menurut Hanafi (2009) Perputaran aset tetap (*Fixed Assets Turnover*) sebagai alat ukur sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan penjualan berdasarkan efektifitas penggunaan aset tetap. Berikut rumus dari FATO (*Fixed Assets Turnover Ratio*) :

$$\text{FATO} = \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Aset Tetap}}$$

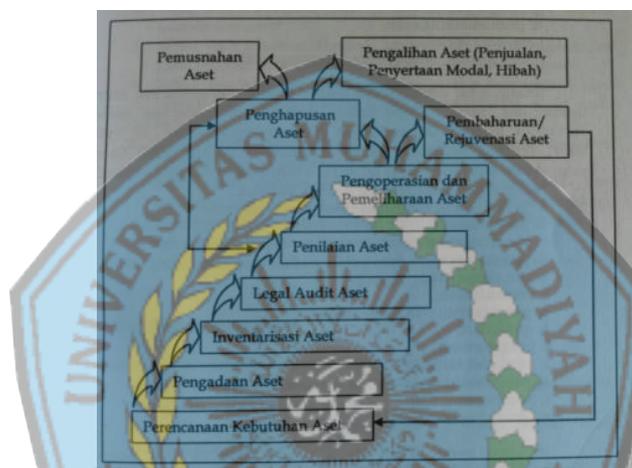
2.1.6.2 Siklus Manajemen Aset

Siklus merupakan urutan-urutan kegiatan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan yang terus menerus, tidak ada awal dan tidak ada akhirnya dan dalam suatu siklus terdapat proses, dimana urutan-urutan suatu pekerjaan yang mempunyai permulaan dan mempunyai tahap akhir dalam pekerjaan yang bersangkutan

(Mursyidi, 2010 : 26). Jadi, Siklus Manajemen Aset yaitu tahapan-tahapan pengelolaan aset yang dilakukan secara terus menerus agar aset yang digunakan dapat memberikan manfaat semaksimal mungkin untuk menunjang produktivitas perusahaan.

Gambar 2. 1

Siklus Manajemen Aset



Sumber : Sugiama (2013:27)

Siklus manajemen aset menurut Sugiama (2013, 161-265) terbagi menjadi 9 (sembilan) tahapan diantaranya yaitu :

1. Perencanaan kebutuhan Aset

Perencanaan kebutuhan aset merupakan serangkaian kegiatan merinci atau merencanakan aset apa saja yang perusahaan butuhkan

2. Pengadaan aset

Pengadaan aset merupakan serangkaian kegiatan mendapatkan atau memperoleh aset /barang maupun jasa baik yang dilaksanakan sendiri secara langsung oleh pihak internal, maupun oleh pihak luar sebagai mitra atau penyedia/pemasok aset bersangkutan.

3. Inventarisasi aset

Inventarisasi aset merupakan serangkaian kegiatan untuk melakukan pendataan, pencatatan, pelaporan hasil pendataan aset, dan mendokumentasikannya baik aset berwujud maupun aset tidak berwujud pada suatu waktu tertentu.

4. Legal audit aset

Legal audit aset merupakan serangkaian pemeriksaan (audit) untuk mendapatkan gambaran jelas dan menyeluruh terutama mengenai status kepemilikan, sistem dan prosedur penguasaan, pengalihan aset, mengidentifikasi kemungkinan terjadinya permasalahan hukum, serta mencari solusi dari masalah hukum tersebut.

5. Penilaian aset

Penilaian aset merupakan proses kegiatan penilai dalam memberikan estimasi dan pendapat atas nilai ekonomis suatu *property*, baik harta berwujud (*tangible assets*) maupun harta tidak berwujud (*intangible assets*), berdasarkan hasil analisis terhadap fakta-fakta yang objektif dan relevan dengan menggunakan metode dan prinsip-prinsip penilaian yang berlaku.

6. Pengoperasian dan pemeliharaan aset

- Pengoperasian aset merupakan sebuah proses atau serangkaian kegiatan yang secara khusus terdiri dari langkah-langkah mendasar dalam pekerjaan atau kumpulan pekerjaan memfungsikan/memakai aset bersangkutan.

- Pemeliharaan aset merupakan sistem yang mencakup kombinasi dari sekumpulan aktivitas yang dilengkapi oleh beragam sumber daya untuk menjamin agar aset dapat berfungsi sebagaimana diharapkan. Atau pemeliharaan aset adalah sekumpulan aktivitas yang diorganisasikan untuk menjamin agar aset dapat dioperasikan dalam kondisi terbaik dengan biaya terendah.

7. Pembaharuan atau rejuvenasi aset

Rejuvenasi aset merupakan membangun kembali aset agar memiliki fungsi kembali sebagaimana semula, bahkan mempertinggi fungsi dari aset tersebut.

8. Penghapusan aset

Penghapusan aset merupakan aset yang telah tidak memungkinkan lagi direjuvenasi karena pertimbangan ekonomi atau fungsinya, maka aset dapat dihapuskan atau disposal.

9. Pengalihan melalui penjualan, penghibahan, penyertaan modal, dan pemusnahan aset

Pemindahtanganan aset merupakan pengalihan kepemilikan aset dari satu pihak kepada pihak lain sebagai tindak lanjut dari penghapusan dengan cara menjual aset, mempertukan aset, menghibahkannya atau disertakan sebagai modal pada pihak lain.

2.1.6.3 Karakteristik dan Jenis Aset

Adapun karakteristik Aset terbagi menjadi 3 (Tiga) bagian yaitu diantaranya sebagai berikut :

1. Memiliki manfaat ekonomi di masa mendatang
2. dikuasai atau dikendalikan entitas
3. Timbul akibat transaksi masa lalu

Begitupun dengan jenis-jenis aset juga terbagi menjadi 3 (tiga) bagian yaitu diantaranya sebagai berikut :

1. Aset Lancar (*Current Assets*)

Aset atau aktiva lancar adalah aset yang diharapkan dapat dinilai tukarkan (dengan uang) tidak lebih dari 1 tahun atau 1 siklus akuntansi. Ciri utama aset lancar adalah waktu pemanfaatan yang relatif singkat, yaitu tidak lebih dari satu tahun buku dan bisa dikonversikan ke bentuk uang kas. Contoh Aset atau aktiva lancar terdiri dari beberapa komponen, antara lain:

- a. Kas (cash)
- b. Surat Berharga
- c. Piutang Dagang
- d. Piutang Wesel
- e. Piutang pendapatan
- f. Beban Dibayar di Muka
- g. Perlengkapan
- h. Persediaan Barang Dagang

2. Aset Tetap (*Fixed Assets*)

Aset atau aktiva tetap adalah sumberdaya (kekayaan) yang memiliki hak kuasa dan di harapkan dapat dinilai tukarkan dengan uang dan di

manfaatkan yang memiliki umur ekonomis lebih dari satu tahun. Aset atau aktiva jenis ini dapat digunakan dalam proses operasi, dan pada umumnya tidak untuk di jual atau di komersilakan untuk waktu yang lama. Aset atau aktiva jenis ini dapat juga di katakan sebagai aset atau aktiva tidak lancar.

Contoh Aset atau aktiva tetap dapat berupa:

- a. Tanah,
- b. Gedung,
- c. Mesin,
- d. Peralatan toko dan kantor,
- e. Alat angkut,
- f. dan lain sebagainya

3. Aset Tak Berwujud (*Intangible Assets*)

Aset atau aktiva sumberdaya (kekayaan) yang memiliki hak kuasa yang tidak memiliki bentuk fisik. Atau dengan kata lain aset atau aktiva jenis dapat di sebut sebagai Hak Istimewa yang dimiliki oleh suatu perusahaan atau perorangan. Contoh Aset atau aktiva Tak Berwujud dapat berupa :

- a. *Good will* (nilai lebih)
- b. Hak Paten
- c. Hak Cipta
- d. Merek Dagang
- e. Hak Sewa
- f. *Franchise*

2.1.6.4 Komponen Aset

Aset merupakan segala hak yang bisa dipakai dalam operasi perusahaan yang bisa dimasukkan ke dalam kolom asset salah satunya ialah bangunan atau gedung. Jadi, jika suatu perusahaan mempunyai gedung dengan nilai satu miliar rupiah, maka asset yang dihitung adalah satu miliar rupiah tersebut. Selain gedung, yang dapat dihitung sebagai asset dapat termasuk juga, merk dagang, paten teknologi, mobil, uang kas, dll. Aktiva atau aset dimengerti sebagai harta total. Tetapi umumnya sebagai keperluan analisis terinci menjadi beberapa kategori, yakni :

1. Aset lancar
2. Investasi jangka panjang
3. Aset tetap
4. Aset tidak berwujud
5. Aset pajak tangguhan
6. Aset lain

Daftar aktiva atau aset didalam neraca disusun menurut tingkat likuidasina, mulai dari yang paling likuid sampai dengan yang tidak likuid. Aset pada neraca diberikan di sisi kiri agar dari atas ke bawah. Penyusunan neraca dari yang paling likuid (lancar), mulai dari aktiva lancar, aktiva tetap dan sebagainya.

Menurut Kasmir (2008, Hal.: 31-32) komponen aset terdiri dari cash, surat berharga, piutang, persediaan, dan sebagainya. Sedangkan, komponen aset tetap terdiri dari tanah, bangunan, mesin, kendaraan, peralatan, dan lain. Berdasarkan

teori di atas diatur secara berurutan mulai dari aset likuid menjadi kurang likuid atau mudah diuangkan.

2.1.6.5 Penggunaan Aset

Untuk manajemen, di dalam membaca neraca, nilai aset perlu dicermati sebab menjadi dasar pengukuran prestasi keuangan perusahaan. Ukuran ini menjadi perbandingan prestasi sesuatu perusahaan dengan prestasi perusahaan yang lain dalam hal yang sama, apakah lebih baik atau tidak, sehingga bisa menjadi dasar keputusan manajemen untuk mempertahankan atau meningkatkannya.

2.1.6.6 Efisiensi Penggunaan Aset

Ukuran yang menyangkut aktiva atau aset salah satunya ialah angka rasio penjualan/total aset, yang dinyatakan sebagai persentase. Asumsinya, semakin besar penjualan yang diwujudkan, maka semakin efisien pemakaian aset seluruhnya. Angka penjualan diambil dari laporan laba-rugi, sedangkan angka total aset berasal dari neraca. Dalam hal ini rasio dari tahunan terakhir dibandingkan dengan tahunan sebelumnya.

2.1.6.7 Optimalisasi Laba

Ukuran yang lain menyangkut dengan profitabilitas, yakni angka laba harta atau laba investasi yang berasal dari perbandingan angka laba (dipetik dari laporan laba-rugi) serta total harta atau aset, yang nilainya sama dengan istilah modal investasi (dipetik dari neraca). Asumsinya, manajemen merupakan penanggungjawab atas pemeliharaan serta pemanfaatan semua harta yang dipakai

perusahaan, maka manajemen bertanggungjawab atas usaha optimalisasi laba yang dihasilkan dari semua harta itu.

2.1.6.8 Strategi Pengelolaan Aset

Strategi pengelolaan aset merupakan proses yang berkelanjutan untuk menentukan rentang dan tingkat aset yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan strategis (*Clarence Valley Council, 2007*). *Review* pengelolaan aset strategis merupakan awal dari sebuah proses peningkatan pengelolaan aset yang berkelanjutan untuk memastikan pengelolaan yang mampu memberikan layanan yang berkualitas. Hal ini dapat dibangun secara efektif dengan pengelolaan aset yang mengkombinasikan manajemen, keuangan, ekonomi, teknik dan praktek lainnya untuk aset tersebut.

Government of South Australia (1999) menyebutkan bahwa keputusan dan praktek pengelolaan aset harus ditentukan oleh fakta bahwa aset yang diperoleh untuk mendukung penyediaan layanan kepada pelanggan. Menurut Pass 55-1 (2008) menyatakan bahwa organisasi harus menetapkan, mendokumentasikan, menerapkan dan memelihara strategi manajemen aset jangka panjang yang akan disahkan oleh manajemen puncak.

Kerangka strategi pengelolaan aset bertujuan untuk memastikan informasi pengambilan keputusan oleh manajer yang berinvestasi dan mengelola aset yang membantu mencapai tujuan penyampaian layanan dari sebuah perusahaan. Keputusan manajemen aset harus didasarkan pada evaluasi yang tepat yang memperhitungkan semua biaya dan manfaat selama umur aset, dan menggabungkan analisis eksplisit dan penentuan tingkat risiko yang dapat

diterima. Kerangka strategi manajemen aset termasuk beberapa perubahan signifikan untuk kebijakan dan praktek yang saat ini, tanpa terlalu memperbaiki laporan unit atau bagian yang diperlukan atau prosedur birokrasi. Perubahan-perubahan yang dari kebijakan dan praktek tersebut yaitu :

1. *Strategic Assets Plan*

Strategic Asset Plan akan dihubungkan dengan keberadaan yang diperlukan untuk unit atau bagian yang memberikan *capital investment plans* dan *asset disposal plans* dan termasuk suatu pelaporan yang diperlukan untuk menjaga pengeluaran.

Proses perencanaan aset pada gambar terdiri dari dua tahapan pokok yaitu perencanaan dan pengimplementasian. Pada tahapan perencanaan hasilnya adalah *formulation strategic asset planning* yang terbentuk karena adanya analisis kesenjangan (*Gap Analysis*) dari *review of existing asset* dengan *ideal asset mix*. Kondisi kesenjangan muncul ditunjukkan melalui demonstrasi dari aset fisik dalam proses perencanaan bisnis dengan mempertimbangkan *non asset solution*.

2. *Maintenance Plan*

Perhatian yang besar diberikan pada isu pengeluaran pemeliharaan dalam pengembangan anggaran tahunan, unit atau bagian akan memerlukan informasi termasuk pada pengeluaran pemeliharaan dalam *strategic property plan*.

3. *Asset Condition Assesment*

Memberi unit atau bagian data-data yang diperlukan guna mengevaluasi kinerja aset dan mengembangkan rencana pemeliharaan yang di teliti.

4. *Project Definition Plans*

Mekanisme untuk meningkatkan ketelitian dalam proses investasi modal.

5. *Asset Disposal*

Penghapusan properti yang nyata akan dikoordinasikan melalui administrasi *clearing house* dengan departemen dari perencanaan dan infrastruktur.

2.1.7 Strategi Finansial

Menurut David (2011, hal.: 18-19) menjelaskan bahwa Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Strategi bisnis mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetatan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan atau joint venture. Strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar. Jadi strategi adalah sebuah tindakan aksi atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan.

Sedangkan, menurut Sundjaja dan Barlian (2002, hal.: 34) menyebutkan bahwa pengertian keuangan (Finansial) merupakan ilmu dan seni dalam mengelola uang yang mempengaruhi kehidupan setiap orang setiap organisasi. Keuangan (Finansial) berhubungan dengan proses, lembaga, pasar, dan instrumen yang terlibat dalam transfer uang dimana diantara individu maupun antar bisnis dan pemerintah.

Jadi dapat disimpulkan bahwa, Strategi Finansial merupakan sarana bersama dalam bentuk tindakan maupun aksi dengan rencana skala besar terkait

pengelolaan keuangan yang berhubungan dengan proses, lembaga, pasar, dan instrumen yang terlibat dalam transfer uang antar individu maupun antar bisnis dan pemerintah untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Strategi Finansial sebagai deskripsi perusahaan mengenai kebutuhan modal, sumber dana, perkiraan pendapatan, dan biaya dari perusahaan. Melalui Strategi Finansial perusahaan dapat mengetahui kemampuannya untuk mengembalikan modal atau investasi awal dan juga untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba yang mampu dalam meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham (*stakeholders*). Proses Strategi Finansial ini dimulai dari rencana keuangan jangka panjang. Strategi Finansial jangka panjang pada akhirnya menjadi pedoman bagi penyusunan rencana jangka pendek atau operasional. Tanpa adanya Strategi Finansial yang baik maka perusahaan tidak dapat memaksimalkan Profitabilitasnya (Sundjaja dan Barlian, 2003, hal.: 243).

Strategi finansial yang diterapkan oleh perusahaan dapat berupa pengawasan catatan-catatan keuangan dan pengelolaan penganggaran keuangan perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi finansial berhubungan kuat dengan tujuan bisnis perusahaan yang ingin dicapai.

Sebagian besar tujuan bisnis berupa membangun skala usaha yang besar, meningkatkan jumlah konsumen dan memperluas market share. Untuk mencapai tujuan tersebut maka dapat dilakukan dengan menetapkan margin keuntungan yang tidak begitu tinggi sehingga harga jual di lapangan cukup kompetitif. Dalam hal keterbatasan pendanaan modal dapat disiasati dengan mengambil hutang, menyewa tempat sebagai aset tetap agar dapat meminimalkan modal kerja.

Strategi finansial dalam penelitian ini menggunakan *Economic Value Added* (EVA) karena EVA mencerminkan pengukuran pendapatan sisa (*residual income*) yang mengurangi biaya-biaya modal terhadap laba operasi. Sehingga, strategi finansial yang diterapkan pada perusahaan dapat terlihat dari rasio EVA.

2.1.7.1 EVA (*Economic Value Added*)

Menurut Horne (2007, hal. : 141) EVA (*Economic Value Added*) merupakan laba operasional bersih setelah pajak (*Net Operating Profit After Tax-NOPAT*) dikurangi beban nilai biaya modal untuk modal yang digunakan.

Menurut menurut Brigham & Houston (2006, hal.: 68) EVA merupakan suatu estimasi dari laba ekonomis yang sebenarnya dari bisnis untuk tahun yang bersangkutan dan sangat jauh berbeda dari laba akuntansi. Dengan kata lain EVA merupakan pengukuran pendapatan sisa (*residual income*) yang mengurangi biaya-biaya modal terhadap laba operasi.

Sedangkan, menurut Tunggal (2008, hal.: 40) EVA merupakan suatu sistem manajemen keuangan untuk mengukur laba ekonomi dalam suatu perusahaan, yang menyatakan bahwa kesejahteraan dapat tercipta jika perusahaan mampu memenuhi biaya operasi (*operating cost*) dan biaya modal (*cost of capital*).

EVA sebagai alat ukur sampai sejauh mana laba operasi mampu menutup biaya penggunaan dana yang digunakan dalam berinvestasi. EVA juga disebut sebagai laba ekonomi (*economic profit*). Dengan adanya, EVA diharapkan perusahaan dapat menentukan strategi finansial yang tepat berkaitan dengan keputusan investasi yang selaras dengan keputusan pembiayaan atau dengan kata

lain tingkat hasil yang diharapkan dari investasi mampu menutup biaya atas dana yang digunakan untuk berinvestasi. (De Wet, Johannes Hendrik van Heerden, 2008)

Berikut rumus EVA (*Economic Value Added*) secara ringkas yaitu :

$$\text{EVA} = \text{NOPAT} - \text{Biaya Modal}$$

Atau dengan rumus berikut :

$$\text{EVA} = \text{NOPAT} - (\text{WACC} \times \text{Invested Capital})$$

Menurut Tungal (2008, hal.: 350) perhitungan EVA dapat dilakukan dengan rumus-rumus sebagai berikut:

1. Menghitung NOPAT (*Net Operating Profit After Tax*)

NOPAT adalah laba yang diperoleh dari operasi perusahaan setelah dikurangi pajak penghasilan, tetapi termasuk biaya keuangan (*financial cost*) dan “*non cash bookkeeping entries*” seperti biaya penyusutan. NOPAT dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{NOPAT} = \text{Pendapatan Operasi} + \text{Pendapatan Bunga} + \text{Pendapatan Ekuitas} + \text{Pendapatan Investasi Lainnya} - \text{Pajak Penghasilan} - \text{Pembebasan Pajak terhadap Biaya Bunga}$$

2. Mengidentifikasi *Invested Capital*

Invested Capital adalah jumlah seluruh pinjaman perusahaan diluar pinjaman jangka pendek tanpa bunga (*non-interest bearing liabilities*), seperti utang dagang, biaya yang masih harus dibayar, utang pajak, dan uang muka pelanggan.

3. Menentukan WACC (*Weight Average Cost of Capital*)

Cost of Capital merupakan tingkat pengembalian investasi minimum untuk mendapatkan *Requiredrate of Return* (tingkat pengembalian yang diharapkan oleh investor atau kreditur dan pemegang saham), biaya modal pada suatu perusahaan tidak hanya bergantung pada biaya utang dan pembiayaan ekuitas, tetapi juga seberapa banyak dari masing-masing itu dimiliki dalam struktur modal. Hubungan ini dihubungkan dengan WACC dari perusahaan tersebut.

2.1.7.2 Efisiensi Finansial

Salah satu cara cepat untuk mengembangkan bisnis yaitu dengan mengatur keuangan perusahaan secara seefisien mungkin. Bisnis dikatakan efisien apabila dapat menghasilkan profit sebesar mungkin dengan biaya seminimal mungkin.

Biaya merupakan beban bagi perusahaan sehingga, biaya yang terlalu besar kurang baik bagi bisnis yang sedang berkembang, apalagi tidak diimbangi dengan pendapatan yang besar pula. Akibatnya, bisnis hanya jalan di tempat jika tidak gulung tikar.

Efisiensi keuangan perusahaan atau efisiensi finansial bisa dicapai dengan menekan biaya, atau mengurangi pengeluaran yang tidak perlu. Berikut beberapa langkah untuk melakukan efisiensi finansial pada perusahaan :

1. Perbaiki Manajemen Waktu

“Time is Money” merupakan ungkapan yang benar dalam dunia bisnis karena bisnis yang tidak efisien seringkali disebabkan oleh borosnya waktu karena kegiatan yang kurang produktif sehingga tanpa sadar

sebagian besar menghabiskan waktu. Melakukan evaluasi terhadap jam kerja baik itu karyawan maupun pimpinan terkait kegiatan produktif dalam menjalankan bisnis agar mengetahui apakah waktu yang diberikan digunakan dengan seefisien mungkin atau sering diselingi banyak hal yang membuang waktu.

2. Gunakan Teknologi Virtual

Salah satu sumber pengeluaran perusahaan yaitu biaya perjalanan untuk rapat atau *meeting*, termasuk juga menyewa tempat. Untuk mengatasinya, dapat dengan melakukan *meeting* jarak jauh, apalagi zaman sekarang perbincangan antarmuka sudah dapat dilakukan melalui teknologi virtual.

Berbekal laptop dan aplikasi *conference*, dapat menghemat biaya transportasi dan akomodasi yang tidak perlu. Cara ini juga dapat diterapkan dengan (calon) *klien* yang berada di luar kota untuk menghemat anggaran perusahaan. *Meeting* secara online sama efisiennya dengan tatap muka, namun lebih menghemat biaya dan waktu.

3. Menghemat Biaya Sewa Kantor

Biaya sewa kantor juga merupakan beban bagi perusahaan, apalagi nilai properti di daerah perkotaan terus naik setiap tahun. Namun, bukan berarti perusahaan tidak dapat berhemat. Caranya, tak perlu menyewa satu gedung jika hanya butuh satu lantai, atau tak perlu menyewa satu lantai jika hanya butuh satu ruangan.

Prinsipnya, sewa ruangan sesuai kebutuhan. Rancang ruangan kerja yang ringkas, tetapi tetap nyaman, dan tidak perlu boros tempat. Banyak perusahaan digital *start-up* yang memulai usahanya dari menyewa *co-working space* dan berbagi ruangan dengan perusahaan lainnya.

4. Kurangi Penggunaan Listrik

Tagihan listrik untuk perusahaan bisa membengkak jika tidak dikendalikan. Pemborosan energi listrik umumnya disebabkan penggunaan yang tidak perlu, yang disebabkan oleh kelalaian atau ketidakpedulian karyawan, seperti lampu, komputer, atau *air conditioner* yang dibiarkan menyala 24 jam.

Perusahaan dapat menghemat listrik dengan mematikan lampu dan perangkat elektronik di ruangan saat tidak digunakan atau setelah jam pulang kantor. Jika perlu, lengkapi dengan sensor gerak, sehingga lampu otomatis mati jika tidak ada orang di dalam ruangan. Batasi penggunaan pendingin ruangan, dan ganti dengan ventilasi udara agar sirkulasi udara di ruangan lebih lancar.

5. Beralih ke Sistem *Paperless*

Percaya atau tidak, kertas bisa menjadi biaya yang paling besar dari perlengkapan kantor. Sebab, hampir semua dokumen ditulis dan dicetak di atas kertas setiap hari, dari mulai berkas pekerjaan, surat-menyerat, hingga form cuti karyawan.

Jika memungkinkan, terapkan sistem kerja *paperless*, dengan beralih ke dokumen digital yang praktis. Jika pekerjaanmu membutuhkan

berkas fisik, maka kamu tetap dapat berhemat dengan mengurangi penggunaan kertas untuk beberapa urusan.

2.1.7.3 Sinergi Finansial

Menurut Liu (2001) menjelaskan bahwa sinergi finansial merupakan sinergi yang bertujuan memperoleh efisiensi biaya modal dengan melalui peningkatan kapasitas modal.

Menurut Behr, et., al., (2008) menyebutkan bahwa Sinergi finansial dilakukan oleh manajemen untuk menurunkan *cost income ratio* (CIR). Rasio CIR menunjukkan keefisienan total atas : efisiensi alokatif, efisiensi produktif, alokasi dinamik (Horncastle, et. al., 2008). CIR yang tinggi juga menunjukkan gagalnya manajemen dalam sinergi finansial, sehingga meningkatkan biaya-biaya finansial seperti biaya modal, biaya transaksi, dan lainnya. Kegagalan menciptakan sinergi finansial semakin terlihat jika ukuran (size) meningkat namun terjadi penurunan ROA (Suwardi, 2019).

2.1.7.4 Perencanaan Finansial

Perencanaan keuangan (finansial), menurut *Certified Financial Planner, Financial Planning Standards Board Indonesia*, merupakan suatu proses untuk mencapai tujuan hidup seseorang melalui pengelolaan keuangan secara terencana.

Menurut Jack Kapoor (2004), perencanaan keuangan merupakan suatu proses mengatur keuangan untuk mencapai kepuasan ekonomi. Proses perencanaan ini dapat membantu dalam mengontrol kondisi keuangan. Setiap perusahaan memiliki keadaan yang berbeda sehingga dengan merencanakan keuangan mampu memenuhi kebutuhan dan tujuan tertentu.

Adapun langkah-langkah dalam merencanakan keuangan menurut Jack Kapoor (2004) terbagi menjadi 5 (lima) proses diantaranya yaitu sebagai berikut :

1. Menentukan kondisi keuangan saat ini
2. Membuat tujuan keuangan
3. Membuat beberapa pilihan untuk mencapai tujuan keuangan
4. Evaluasi setiap pilihan yang telah dibuat
5. Implementasi program perencanaan keuangan

2.1.7.5 Struktur Biaya (Cost of Structure)

Struktur Biaya merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam menjalankan model bisnis tertentu. Pada waktu perusahaan mengembangkan produk, memasarkan produk, menjaga hubungan dengan pelanggan maupun layanan purna jual tentu membutuhkan biaya.

Pada struktur biaya ini perusahaan harus memahami struktur biaya dalam menjalankan model bisnisnya. Secara umum perusahaan harus sedapat mungkin mengurangi biaya perusahaan. Tetapi ada model bisnis yang sensitif terhadap biaya tetapi ada yang tidak. Model bisnis yang menekankan harga murah tentu sangat memperhatikan biaya. Model bisnis yang mengutamakan kenyamanan akan lebih menekankan pengalaman pengguna dibandingkan bagaimana cara mengurangi biaya.

1. Biaya Pemasangan (*Set-up cost*)

Biaya Pemasangan merupakan biaya-biaya untuk mempersiapkan mesin atau proses untuk memproduksi pesanan dapat diefisienkan apabila

pemesanan dilakukan secara elektronik. Berkaitan dengan operasi, biaya pemasangan berhubungan erat dengan waktu pemasangan (*set up time*)

2. Biaya Distribusi (*Cost of Distribution*)

Biaya distribusi menurut Swastha (2000, hal.: 43) merupakan saluran biaya yang digunakan oleh produsen ke konsumen untuk menyalurkan barang dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai industri. Biaya distribusi menurut Assauri (2002, hal.: 212) merupakan biaya yang digunakan untuk memasarkan produk, berupa barang dan jasa dari produsen ke konsumen.

3. Biaya Promosi (*Cost of Promotion*)

Biaya Promosi menurut Simamora (2009) yaitu sejumlah dana yang dikeluarkan perusahaan ke dalam promosi untuk meningkatkan penjualan. Salah satu upaya perusahaan dalam menambah volume penjualan dengan mengeluarkan biaya untuk kegiatan promosi agar masyarakat mengenal produk yang dijual dan pada akhirnya menjadi pelanggan yang mengingat produk perusahaan.

2.1.8 Efektivitas Piutang

Menurut Ravianto dan Masruri (2014, hal.: 11) mendefinisikan bahwa efektivitas merupakan seberapa baik pekerjaan yang dilakukan sejauh mana orang menghasilkan keluaran sesuai dengan yang diharapkan. Ini berarti bahwa apabila suatu pekerjaan dapat diselesaikan dengan perencanaan baik dalam waktu, biaya, maupun mutunya maka dapat dikatakan efektif.

Menurut Gibson, et, al., (Bungkaes, 2013, hal.: 46) menerangkan bahwa efektivitas merupakan penilaian yang dibuat sehubungan dengan prestasi individu, kelompok, dan organisasi. Semakin dekat prestasi mereka terhadap prestasi yang diharapkan (standar) maka semakin lebih efektif dalam menilai mereka.

Menurut Martono dan Harjito (2011, hal.: 98) menyatakan bahwa piutang merupakan tagihan perusahaan kepada pelanggan atau pihak lain yang membeli produk perusahaan. Piutang (*receivable*) meliputi semua klaim dalam bentuk uang terhadap pihak lainnya, termasuk individu, perusahaan, atau organisasi lainnya. Piutang biasanya memiliki bagian signifikan dari total aktiva lancar perusahaan (Warren, 2006).

Menurut Hermawan (2013, hal.: 29) menyebutkan bahwa penjualan secara kredit dapat menimbulkan piutang pada perusahaan, piutang merupakan hak menagih dari pemberi uang jasa kepada penerima jasa yang membentuk hubungan dimana yang pihak satu berutang dengan pihak pemberi piutang.

Jadi, pengertian Efektivitas Piutang yaitu penilaian seberapa baik perusahaan melakukan penjualan secara kredit (Piutang) kepada pelanggan atau pihak lain yang membeli produk perusahaan sesuai dengan prestasi yang diharapkan atau pengembalian dalam bentuk profit yang diinginkan perusahaan.

Efektivitas Piutang dalam hal ini dapat terlihat dari seberapa cepat perputaran piutang dalam periode tertentu. Semakin cepat perputaran piutang dalam satu periode maka semakin baik efektivitas piutang perusahaan karena dengan semakin cepat perputaran piutang maka, semakin tinggi pula tingkat pengembalian modal kerja yang berimbas pada peningkatan profitabilitas.

2.1.8.1 Perputaran Piutang

Perputaran Piutang merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa lama penagihan piutang selama satu periode atau berapa kali dana yang ditanam dalam piutang ini berputar dalam satu periode (Kasmir, 2012 , hal.: 176).

Piutang sebagai bagian dari modal kerja maka keadaannya akan selalu berputar dalam arti piutang itu pada saat tertentu, akan timbul lagi akibat penjualan kredit dan seterusnya (Gitosudarmo dan Basri, 2002, Hal.: 84-91)

Periode perputaran piutang tergantung dari panjang pendeknya ketentuan waktu yang dipersyaratkan dalam syarat pembayaran kredit, sehingga semakin lama syarat pembayaran kredit berarti semakin lama terikatnya modal kerja tersebut dalam piutang dan berarti semakin kecil tingkat perputaran piutang dalam satu periode dan sebaliknya semakin pendek syarat pembayaran kredit berarti semakin pendek makin pendek atau tingkat terikatnya modal kerja dalam piutang, sehingga tingkat perputaran dalam satu periode semakin besar.

Tingkat perputaran piutang (*receivable turnover*) dapat dihitung dengan rumus dibawah ini :

$$\text{Perputaran piutang} = \frac{\text{Penjualan neto kredit}}{\text{rata-rata piutang}}$$

Penjualan neto kredit artinya penjualan kredit sesudah dikurangi dengan potongan-potongan. Rata-rata piutang dapat dihitung dari piutang awal tahun ditambah piutang akhir dibagi dua.

Menurut Hanafi (2010, Hal.: 563) menyatakan bahwa semakin cepat piutang tersebut berputar maka semakin tinggi efisiensi modal yang tertanam

dalam piutang, dan semakin tinggi perputaran piutang maka semakin pendek waktu pengumpulan piutang.

Metode analisis yang lain untuk mengendalikan kebijakan piutang yaitu penentuan umur piutang atau aging piutang. Metode ini berusaha mengadakan klasifikasi piutang atas dasar umur atau lamanya piutang tersebut telah ada. Dengan diketahuinya umur piutang tersebut maka akan dapat diketahui :

1. Piutang-piutang mana yang sudah dekat dengan tempo dan harus ditagih
2. Piutang-piutang yang sudah lewat jatuh tempo dan perlu dihapuskan karena sudah tidak dapat ditagih kembali

Apabila hal ini tidak segera dihapuskan maka akan dapat membawa akibat adanya likuiditas semu, yaitu tampaknya besar tetapi riilnya kecil karena terdapat unsur piutang yang sebenarnya sudah tidak dapat ditagih kembali.

2.1.8.2 Kebijakan Piutang

Menurut Gitosudarmo dan Basri (2002, hal.: 81-82) menerangkan bahwa kebijakan penjualan kredit ini merupakan kebijakan yang biasa dilakukan dalam dunia bisnis untuk merangsang minat para pelanggan. Jadi, kebijakan ini sengaja dilakukan untuk memperluas pasar dan memperbesar hasil penjualan. Tentu saja dengan kebijakan penjualan kredit ini akan menimbulkan risiko bagi perusahaan akan tidak dapat ditagihnya sebagian atau bahkan mungkin seluruh dari piutang tersebut. Oleh karena itu, memperhitungkan biaya atas risiko tidak dapat ditagihnya piutang tersebut dalam bentuk *bad debt expense*.

Kebijakan perusahaan yang mempengaruhi jumlah piutang akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan (Muslich, 2003, Hal.: 109). Hal ini

menunjukkan bahwa segala kebijakan yang diambil perusahaan terkait piutang akan meningkatkan laba karena risiko *bad debt* teratasi sehingga profitabilitas perusahaan juga akan meningkat.

Kebijakan penjualan kredit (Piutang) dapat menimbulkan keuntungan-keuntungan dalam bentuk sebagai berikut :

1. Kenaikan hasil penjualan
2. Kenaikan laba. Hal ini sebagai akibat dari kenaikan dalam hasil penjualan akan dapat menimbulkan kenaikan pada laba perusahaan.
3. Memenangkan persaingan.

Dunia bisnis saat ini hampir semua perusahaan melaksanakan politik penjualan kredit. Oleh karena itu, untuk menjaga posisi perusahaan didalam persaingan maka haruslah dilakukan politik persaingan di pasar. Kebijakan penjualan kredit yang agresif akan dapat merangsang minat calon konsumen yang dimungkinkan untuk memakai dan menikmati kegunaan barang yang dibelinya tanpa harus mengeluarkan uang yang besar pada saat membeli sehingga, pembeli dapat menikmati sekarang juga dengan membayarnya nanti di kemudian hari.

Besar kecilnya piutang dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu sebagai berikut :

1. Volume Penjualan Kredit

Makin besar jumlah penjualan kredit keseluruhan penjualan akan memperbesar jumlah piutang dan sebaliknya makin kecil jumlah penjualan kredit dari keseluruhan piutang akan memperkecil jumlah piutang.

2. Syarat Pembayaran bagi Penjualan Kredit

Semakin panjang batas waktu pembayaran kredit berarti semakin besar jumlah piutangnya dan sebaliknya semakin pendek batas waktu pembayaran kredit berarti semakin kecil besarnya jumlah piutang.

3. Ketentuan tentang Batas Volume Penjualan Kredit

Apabila batas maksimal volume penjualan kredit ditetapkan dalam jumlah yang relatif besar maka besarnya piutang juga semakin besar.

4. Kebiasaan Membayar para Pelanggan Kredit

Apabila kebiasaan membayar para pelanggan dari penjualan kredit mundur dari waktu yang dipersyaratkan maka besarnya jumlah piutang relatif besar

5. Kegiatan Penagihan piutang dari Pihak Perusahaan

Apabila kegiatan penagihan piutang dari perusahaan bersifat aktif dan pelanggan melunasinya maka besarnya jumlah piutang relatif kecil, tetapi apabila kegiatan penagihan piutang bersifat pasif maka besarnya jumlah piutang relatif besar.

2.1.8.3 Biaya atas Piutang

Menurut Gitosudarmo dan Basri (2002, hal.: 82-83) menjelaskan bahwa dengan dilaksanakannya penjualan secara kredit maka perusahaan sebenarnya tidak terlepas dari penanggungan risiko berupa biaya. Biaya yang timbul akibat adanya piutang yaitu sebagai berikut :

1. Biaya Penghapusan Piutang

Biaya penghapusan piutang atau piutang ragu-ragu atau bad debt risiko terhadap tidak tertagihnya sejumlah tertentu dari piutang akan dimasukkan sebagai biaya bad debt atau piutang ragu-ragu yang nantinya akan diadakan penghapusan piutang. Oleh karena itu, perlu diperhitungkan pada setiap periode.

2. Biaya Pengumpulan Piutang

Dengan adanya piutang maka timbul kegiatan penagihan piutang yang akan mengeluarkan biaya disebut sebagai biaya pengumpulan piutang

3. Biaya Administrasi

Terhadap piutang yang diperlukan kegiatan administrasi yang akan mengeluarkan biaya.

4. Biaya Sumber Dana

Dengan terjadinya piutang maka diperlukan dan dari dalam maupun dari luar perusahaan untuk menjaganya dana tersebut diperlukan biaya untuk sumber dana (*weighted cost of capital*).

2.1.8.4 Manajemen Piutang

Menurut Gitosudarmo dan Basri (2002, hal.: 83-91) menerangkan bahwa didalam kegiatan manajemen piutang mencakup kegiatan sebagai berikut :

1. Perencanaan Jumlah dan Pengumpulan Piutang

Rencana jumlah piutang pada waktu yang akan datang disusun berdasarkan budget penjualan dengan memperhatikan persyaratan pembayaran yang ditawarkan perusahaan dan kebiasaan para elanggan

membayar utangnya. Besarnya rencana piutang yang tidak tertagih (piutang ragu-ragu) yang diestimasikan oleh pihak perusahaan.

Disamping besarnya piutang maka dengan memperhatikan kebiasaan para pelanggan membayar utangnya dapat direncanakan pengumpulan piutang pada saat tertentu pada waktu yang akan datang.

2. Pengendalian Piutang

Untuk melaksanakan pengendalian piutang secara ketat perlu dilaksanakan hal-hal sebagai berikut :

a. Penyaringan pelanggan, berupa;

- Adanya suatu kesanggupan secara jujur untuk membayar kredit yang telah diterima oleh pelanggan
- Adanya kemampuan dari pelanggan yang diukur secara subyektif oleh pihak perusahaan
- Adanya ikatan atau jaminan untuk keamanan dari risiko kredit baik berupa surat-surat penting maupun benda yang ada nilainya dari pelanggan yang diberi kredit

b. Penentuan risiko kredit, langkah-langkahnya diantaranya;

- Penentuan batas tertinggi risiko kredit. Besarnya risiko kredit dapat diperhitungkan dengan mengambil dari pengalaman tahun-tahun lalu yang pernah terjadi dari risiko kredit.

- Mengadakan klasifikasi dari pelanggan. Dari pengalaman masa lalu dapat diperhitungkan risiko kredit yang pernah terjadi
- Seleksi para pelanggan tetap. Dari klasifikasi pelanggan maka dapat ditentukan kebijaksanaan dalam tidak memberikan kredit baru kepada golongan risiko diatas 4,75% dan dapat memberikan kredit baru lagi kepada golongan risiko sama atau dibawah 4,75%.

c. Penentuan potongan-potongan

Dalam memberikan rangsangan bagi pelanggan agar membayar pada waktu yang ditetapkan maka perlu diberi potongan-potongan bagi pelanggan yang membayar pada batas tertentu yang ditetapkan

d. Pelaksanaan administrasi yang berhubungan dengan penarikan kredit

Sebagai sebab umum dari lambatnya penarikan piutang ialah karena kelalaian dalam penyerahan faktur kepada langganan dan tertundanya pengiriman pemberitahuan atau karena hal itu mungkin bahkan tidak dikerjakannya sama sekali.

e. Penetapan ketentuan-ketentuan dalam menghadapi penunggak

- Penyampaian surat-surat tagihan kepada pelanggan yang menunggak. Tagihan ini dapat bertahap atau bertingkat bagi setiap pelanggan

- Kegiatan secara aktif penagihan piutang tersebut baik penyampaian surat-surat tagihan maupun penagihan secara langsung
- Penarikan jaminan atau ikatan baik berupa benda-benda, surat-surat penting dan sebagainya dengan kemungkinan untuk dapat mempercepat pelunasan kredit.

3. Penggunaan Rasio-Rasio Terhadap Piutang

Disamping perbandingan antara utang dan rugi akibat adanya piutang tersebut, untuk membantu memutuskan apakah manajer akan memperketat atau memperlunak persyaratan penjualan kreditnya, maka dapat dipergunakan pula beberapa rasio finansial. Perusahaan dapat membandingkan tingkat perputaran piutang dan rata-rata waktu pengumpulan piutang dari perusahaan tertentu dengan perusahaan lain yang sejenis atau dalam kelompok industrinya. Apabila terdapat perbedaan yang mencolok terhadap kedua rasio itu maka perlulah diteliti lebih mendalam terhadap kebijaksanaan itu.

Analisa Penjualan kredit (Piutang) menurut Sudana (2011, hal.: 218) yaitu dengan 5 (lima) syarat diantaranya sebagai berikut :

1. Karakter (*Character*)

Menggambarkan kepribadian calon pembeli untuk memenuhi kewajibannya sesuai dengan persyaratan yang sudah diterapkan oleh penjual.

2. Kapasitas (*Capacity*)

Menggambarkan kemampuan calon pelanggan dalam mengelola usahanya

3. Modal (*Capital*)

Menggambarkan penilaian modal yang dimiliki pelanggan yang nantinya bisa digunakan untuk kelayakan dalam pemberian kredit, dan menentukan plafon kredit yang akan diberikan pelanggan.

4. Jaminan (*Collateral*)

Menggambarkan jaminan yang dimiliki pelanggan, jaminan ini digunakan untuk cadangan bilamana pelanggan tidak bisa membayar kewajibannya sehingga jaminan ini merupakan salah satu pengganti masalah kerugian piutang perusahaan.

5. Kondisi (*Conditions*)

Menggambarkan kondisi usaha pelanggan dimana digunakan untuk pertimbangan sebelum pemberian kredit kepada pelanggan.

2.1.8.5 Manajemen Resiko

Menurut Noshworthy (2000, hal.: 600) mendefinisikan Manajemen Risiko sebagai berikut :

“Risk Management is Implementation of measures aimed at reducin the like lihood of those threats occuring and minimissing any damage if they do; Risk analysis and risk control form the basis of risk management where risk control is the application of suitable controls to gain a balance between security, usability and cost” yang artinya Manajemen Risiko merupakan implementasi langkah-langkah yang bertujuan untuk mengurangi kemungkinan ancaman yang terjadi

dan meminimalkan kerusakan jika terjadi; Analisis risiko dan pengendalian risiko merupakan dasar manajemen risiko di mana pengendalian risiko adalah penerapan kontrol yang sesuai untuk mendapatkan keseimbangan antara keamanan, kegunaan dan biaya.

Terkait risiko yang timbul dengan adanya piutang yaitu terjadinya kemungkinan pelanggan tidak membayar ataupun membayar lebih lambat dari jangka waktu kredit yang telah ditetapkan. Untuk mengatasi resiko tersebut, maka perusahaan harus menetapkan standar kredit, kebijakan kredit, persyaratan kredit, dan nominal kredit yang akan diberikan kepada konsumen. Hal ini bertujuan agar perusahaan dapat mengendalikan jumlah piutang yang tertanam di konsumen.

Menurut Fahmi (2012, hal 139) menyatakan ada beberapa acuan yang harus diterapkan oleh suatu perusahaan untuk memperkecil piutang tak tertagih yaitu :

1. Menghindari keputusan penjualan produk saat kondisi ekonomi menuju krisis moneter.
2. Membatalkan penjualan produk pada saat reputasi buruk dalam dunia bisnis.
3. menghindari produksi dan penerimaan order saat pasar tidak menentu.
4. menerapkan prinsip kehati-hatian saat tingkat persaingan semakin tinggi.
5. ada ukuran presentase yang layak diterapkan untuk besaran piutang.

Piutang dapat menimbulkan berbagai biaya bagi perusahaan selain menimbulkan keuntungan. Artinya perusahaan tetap tidak terlepas dari

penanggungan risiko berupa biaya. Adapun risiko yang terkandung dalam piutang, yaitu sebagai berikut :

1. Risiko tidak terbayarnya seluruh piutang
2. Risiko tidak terbayarnya sebagian piutang
3. Risiko keterlambatan dalam melunasi piutang
4. Risiko tertanamnya modal dalam piutang

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti/Tahun	Judul	Variabel yang digunakan	Hasil Penelitian
Subrata, 2013	Pengaruh Manajemen Aset dan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan terhadap Profitabilitas (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2011)	<u>Variabel Independen</u> : 1. Manajemen Aset (X_1) 2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (X_2) <u>Variabel Dependen</u> : Profitabilitas (Y)	Hasil pengujian penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Manajemen Aset berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas
Umadevi dan Babu, 2015	<i>The Effect of Asset Management Practices on Profitability in Select Textile Companies in India</i>	<u>Variabel Independen</u> : 1. Manajemen Aset (X_1) <u>Variabel Dependen</u> : Profitabilitas (Y)	Hasil pengujian penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Manajemen Aset berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Profitabilitas

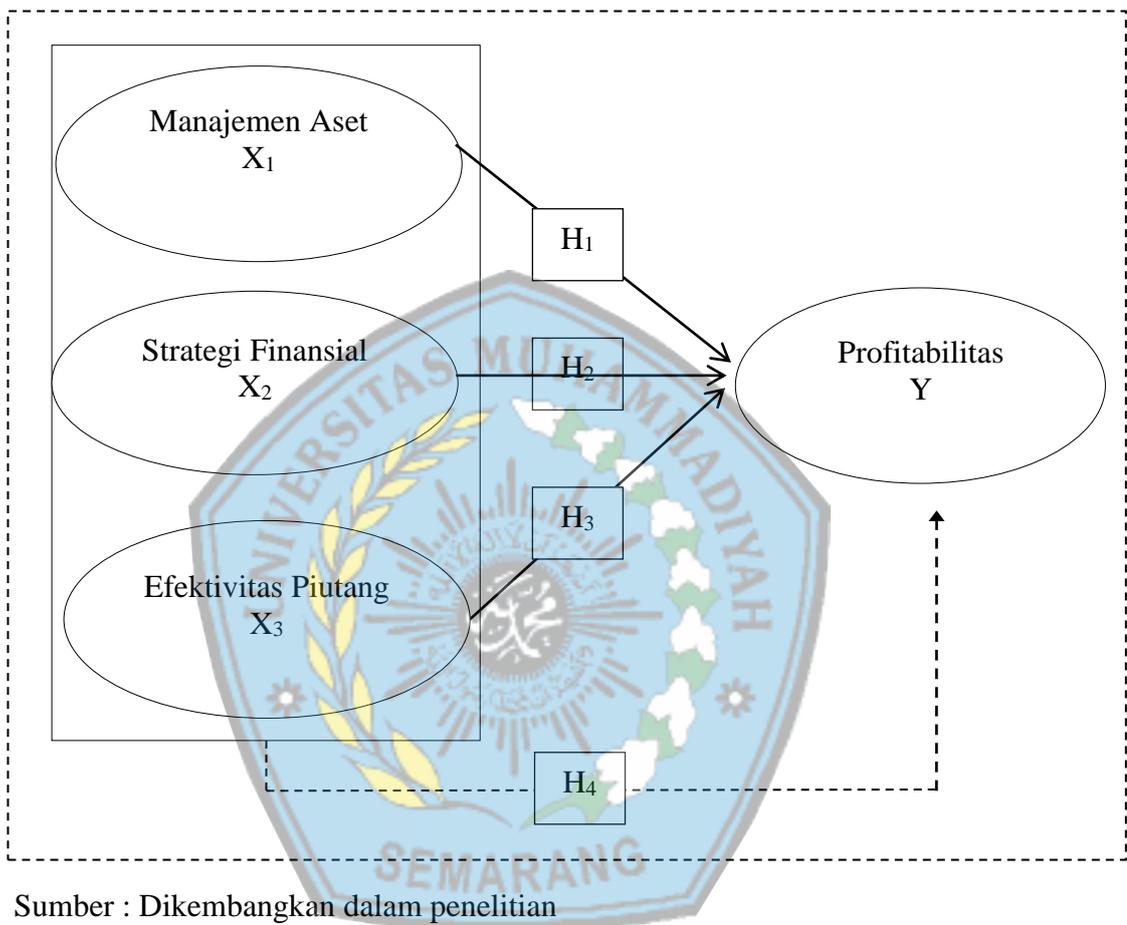
Desika, 2016	Analisis Pengaruh Likuiditas dan Manajemen Aset Terhadap Profitabilitas Pada PT. Mustika Ratu, Tbk. yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	<u>Variabel Independen</u> : 1. Likuiditas (X_1) 2. Manajemen Aset (X_2) <u>Variabel Dependen</u> : Profitabilitas (Y)	Hasil pengujian penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Manajemen Aset berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas
Satria, 2016	Pengaruh Manajemen Likuiditas, Manajemen Aset, dan Manajemen Utang Terhadap Laba	<u>Variabel Independen</u> : 1. Manajemen Likuiditas (X_1) 2. Manajemen Aset (X_2) 3. Manajemen Utang (X_3) <u>Variabel Dependen</u> : Laba (Y)	Hasil pengujian penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Manajemen Aset berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas
Arshandy, 2018	Pengaruh Manajemen Aset dan Struktur Modal terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Sub Sektor Keramik Porselen dan Kaca yang terdaftar di BEI	<u>Variabel Independen</u> : 1. Manajemen Aset (X_1) 2. Struktur Modal (X_2) <u>Variabel Dependen</u> : Profitabilitas (Y)	Hasil pengujian penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Manajemen Aset berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas
Angga dan Azhari, 2015	Analisis pengaruh <i>Economic Value Added</i> (EVA) terhadap Rasio Profitabilitas dalam Mengukur Kinerja Keuangan Perusahaan (studi Kasus Pada Perusahaan Telekomunikasi yang	<u>Variabel Independen</u> : 1. EVA (X_1) <u>Variabel Dependen</u> : Profitabilitas (Y)	Hasil pengujian penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial EVA (implementasi dari strategi finansial) berpengaruh positif dan

	tergabung dalam BEI periode 2011-2014)		signifikan terhadap Profitabilitas
Suarnami, dkk., 2014	Pengaruh Perputaran Piutang Dan Periode Pengumpulan Piutang Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Pembiayaan	<u>Variabel Independen</u> : 1. Perputaran Piutang (X_1) 2. Periode Pengumpulan Piutang (X_2) <u>Variabel Dependen</u> : Profitabilitas (Y)	Hasil pengujian penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial Perputaran Piutang dan Periode Pengumpulan Piutang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas
Eksandy dan Dewi, 2018	Pengaruh Perputaran Modal Kerja, Perputaran Piutang, Dan Perputaran Kas Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Konstruksi Sektor Infrastruktur di BEI periode 2012-2015)	<u>Variabel Independen</u> : 1. Perputaran Modal kerja (X_1) 2. Perputaran Piutang (X_2) 3. Perputaran Kas (X_3) <u>Variabel Dependen</u> : Profitabilitas (Y)	Hasil pengujian penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Perputaran Piutang berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Profitabilitas
Ramadani dan Rasyid, 2019	Pengaruh Perputaran Kas, Perputaran Piutang, dan Perputaran Persediaan terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI Periode 2013-2017	<u>Variabel Independen</u> : 4. Perputaran Kas (X_1) 5. Perputaran Piutang (X_2) 6. Perputaran Persediaan (X_3) <u>Variabel Dependen</u> : Profitabilitas (Y)	Hasil pengujian penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Perputaran Piutang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas

2.3 Kerangka Pemikiran Penelitian

Gambar 2. 2

Kerangka Pemikiran



Sumber : Dikembangkan dalam penelitian

Keterangan Gambar :

⋯ = Ruang lingkup penelitian

▭ = Ruang lingkup pengaruh secara simultan

○ = Variabel Independen dan Dependen

□ = Hipotesis

→ = Pengaruh secara parsial

---> = Pengaruh secara simultan

Keterangan Hipotesis :

H₁ = Manajemen Aset secara parsial berpengaruh terhadap Profitabilitas

H₂ = Strategi Finansial secara parsial berpengaruh terhadap Profitabilitas

H₃ = Efektivitas Piutang secara parsial berpengaruh terhadap Profitabilitas

H₄ = Manajemen Aset, Strategi Finansial, dan Efektivitas Piutang secara simultan berpengaruh terhadap Profitabilitas

H₅ = Strategi Finansial paling dominan berpengaruh terhadap Profitabilitas

2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Manajemen Aset terhadap Profitabilitas

Menurut Brigham dan Joel (2010:136) Manajemen aset merupakan rasio yang mengukur seberapa efektif sebuah perusahaan mengelola asetnya. Manajemen aset berguna untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam mengelola aktivitya, yaitu mengukur kemampuan seluruh aktiva dalam menghasilkan penjualan (Astuti, 2004, hal 32). Sehingga, semakin tinggi rasio manajemen aset maka semakin efektif perusahaan dalam mengelola aset tetap yang nantinya akan berpengaruh pada peningkatan penjualan kemudian mengarah ke peningkatan profitabilitas. Berdasarkan hal ini, dapat diketahui bahwa hubungan Manajemen Aset dengan Profitabilitas yaitu positif. Dengan demikian, semakin besar Manajemen Aset maka semakin baik Profitabilitas perusahaan.

Berdasarkan Teori Evolusi (Darwin, 1809-1882) menyatakan bahwa semua makhluk hidup di muka bumi ini memiliki satu nenek moyang yg sama. Teori ini menjelaskan mengenai semua makhluk hidup yang mengalami perubahan sedikit demi sedikit dalam waktu yg sangat lama untuk dapat bertahan

dari seleksi alam. Begitupun pada aset tetap yang dimiliki oleh perusahaan dalam menjalankan proses produksi. Aset tetap (mesin) akan mengalami evolusi dari mulai perencanaan kebutuhan, pengadaan, hingga penghapusan maupun pembaharuan sehingga, aset yang sudah tidak memiliki nilai guna (*utility*) akan dengan sendirinya dihilangkan atau diperbarui seperti yang dijelaskan pada siklus manajemen aset. Dengan adanya, manajemen aset yang sudah diterapkan pada perusahaan akan membantu dalam proses pengelolaan aset tetap dalam hal, aset manakah yang harus dipelihara (*maintenance*) dan manakah yang harus dipindahtangankan. Hal ini dilakukan agar pengelolaan aset yang dijalankan tidak menghasilkan kerugian finansial atau setidaknya mengurangi kerugian yang mungkin terjadi dalam proses pemeliharaan (*maintenance*) aset tetap. Sehingga, kestabilan profitabilitas tetap terjaga atau bahkan bisa mengalami peningkatan profitabilitas.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Subrata (2013) yang berjudul Pengaruh Manajemen Aset dan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan terhadap Profitabilitas (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2011) menyatakan bahwa Manajemen Aset berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas. Hal ini tercermin dari nilai koefisien regresi yang bertanda positif dengan sebesar 3,785 dan nilai *p-value* sebesar 0,001 yang berarti Manajemen Aset sangat memengaruhi profitabilitas. Sehingga semakin tinggi Manajemen aset maka semakin tinggi pula Profitabilitas perusahaan.

Hasil penelitian oleh Desika (2016) yang berjudul Analisis Pengaruh Likuiditas dan Manajemen Aset Terhadap Profitabilitas Pada PT. Mustika Ratu, Tbk. yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia menyatakan bahwa Manajemen Aset berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas.

Hasil penelitian Satria (2016) yang berjudul Pengaruh Manajemen Likuiditas, Manajemen Aset, dan Manajemen Utang Terhadap Laba menyatakan bahwa Manajemen Aset berpengaruh positif dan signifikan terhadap Laba.

Hasil penelitian oleh Arshandy (2018) yang berjudul Pengaruh Manajemen Aset dan Struktur Modal terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Sub Sektor Keramik Porselen dan Kaca yang terdaftar di BEI menyatakan bahwa Manajemen Aset berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas.

Hasil penelitian yang dilakukan Umadevi dan Babu (2015) yang berjudul *The Effect of Asset Management Practices on Profitability in Select Textile Companies in India* menyatakan bahwa Manajemen Aset berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Profitabilitas. Dalam hal ini Manajemen Aset mempengaruhi Profitabilitas tetapi tidak signifikan sehingga kemungkinan adanya perbedaan keadaan dalam penelitian pada perusahaan tekstile di negara India.

Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini merumuskan hipotesis ke-1 sebagai berikut :

H₁ = Manajemen Aset berpengaruh positif terhadap Profitabilitas

2.4.2 Pengaruh Strategi Finansial terhadap Profitabilitas

Menurut Sundjaja, et., al., (2013, hal 243) Strategi Finansial digunakan sebagai deskripsi perusahaan mengenai kebutuhan modal, sumber dana, perkiraan

pendapatan, dan biaya dari perusahaan. Tujuan dalam pembuatan Strategi Finansial ini yaitu mengetahui kemampuan perusahaan untuk mengembalikan modal atau investasi awal dan juga untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba yang mampu dalam meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham (*stakeholders*). Proses Strategi Finansial ini dimulai dari rencana keuangan jangka panjang. Strategi Finansial jangka panjang pada akhirnya menjadi pedoman bagi penyusunan rencana jangka pendek atau operasional. Tanpa adanya Strategi Finansial yang baik maka perusahaan tidak dapat memaksimalkan Profitabilitasnya. Dengan demikian hubungan Strategi Finansial dengan Profitabilitas yaitu positif.

Sehingga, semakin baik Strategi Finansial yang diterapkan perusahaan maka semakin tinggi tingkat Profitabilitas yang akan dicapai perusahaan. Hal ini dikarenakan adanya perencanaan dalam skala besar untuk jangka panjang terkait meminimalkan biaya modal, biaya distribusi, biaya promosi, dan biaya pemasangan (*set-up cost*) yang sekaligus sebagai pedoman dalam penyusunan rencana jangka pendek.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka hubungan strategi finansial dengan Profitabilitas tercermin dalam Teori Kontinjensi (*Contingency theory*) yang menjelaskan mengenai berbagai sumberdaya *overlap* yang mengindikasikan duplikasi biaya semakin tinggi yang umumnya nampak dalam pembebanan biaya *overhead* (Suwardi, 2019, Hal.: 13). Menurut Fred H. Hays, *et.al.*, (2008, p. 4) dalam Suwardi (2019, Hal.: 14) menyebutkan bahwa *Board of Director* (BOD) berkepentingan mendesak manajemen untuk maksimisasi profit dengan mengelola

biaya *overhead* (BO) sehingga, kecenderungan penurunan duplikasi biaya merupakan isu yang positif. Pemecahan *problem* duplikasi biaya yang bersumber atas terjadinya berbagai *overlapping* berdasarkan kerangka kerja kontinjensi dilakukan dengan mengakomodir dinamika eksternal (lingkungan geografis) sehingga, mencapai pemakaian sumber daya yang optimal (Suwardi, 2019, Hal.: 14).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Angga dan Azhari (2015) yang berjudul Analisis pengaruh *Economic Value Added* (EVA) terhadap Rasio Profitabilitas dalam Mengukur Kinerja Keuangan Perusahaan (studi Kasus Pada Perusahaan Telekomunikasi yang tergabung dalam BEI periode 2011-2014) menyatakan bahwa EVA (implementasi dari Strategi Finansial) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas. Ini terlihat dari nilai koefisien intersep yang bertanda positif sebesar 1.94E-07 dan nilai *p-value* sebesar 0,0152 atau 1,52%. Sehingga semakin baik EVA maka semakin tinggi Profitabilitas perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini merumuskan hipotesis ke-2 sebagai berikut :

H₂ = Strategi Finansial berpengaruh positif terhadap Profitabilitas

2.4.3 Pengaruh Efektivitas Piutang terhadap Profitabilitas

Efektivitas merupakan seberapa baik pekerjaan yang dilakukan sejauh mana orang menghasilkan keluaran sesuai dengan yang diharapkan. Ini berarti bahwa apabila suatu pekerjaan dapat diselesaikan dengan perencanaan baik dalam waktu, biaya, maupun mutunya maka dapat dikatakan efektif (Ravianto dan Masruri, 2014, hal 11).

Menurut Martono dan Harjito (2011, hal 98) menyatakan bahwa piutang merupakan tagihan perusahaan kepada pelanggan atau pihak lain yang membeli produk perusahaan. Jadi, Efektivitas Piutang merupakan penilaian seberapa baik perusahaan melakukan penjualan secara kredit (Piutang) kepada pelanggan atau pihak lain yang membeli produk perusahaan sesuai dengan prestasi yang diharapkan atau pengembalian dalam bentuk profit yang diinginkan perusahaan.

Kebijaksanaan perusahaan yang mempengaruhi jumlah piutang pada akhirnya mempengaruhi profitabilitas perusahaan (Muslich, 2003, hal 109). Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan perusahaan terkait piutang akan dapat meningkatkan laba dan pendapatan karena risiko *bad debt* dapat teratasi sehingga profitabilitas perusahaan akan meningkat. Dengan demikian, hubungan efektivitas piutang dengan profitabilitas yaitu positif.

Sehingga, hubungan antara efektivitas piutang dengan profitabilitas tercermin dalam Teori RBV (*Resource Based View*) yang dikemukakan oleh Wernerfelt (1984) memandang bahwa sumber daya dan kemampuan perusahaan penting bagi perusahaan, karena sebagai dasar atau pokok dari kemampuan daya saing serta kinerja perusahaan. Hal ini mengenai bagaimana perusahaan dapat

bersaing dengan perusahaan lain dengan pengelolaan sumber daya dan kemampuan yang dimiliki sehingga perusahaan dapat ikut andil dalam mencapai keunggulan kompetitif.

Hasil penelitian yang dilakukan Suarnami, dkk (2014) yang berjudul Pengaruh Perputaran Piutang dan Periode Pengumpulan Piutang terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Pembiayaan menyatakan bahwa secara simultan dan parsial perputaran piutang dan periode pengumpulan piutang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas.

Hasil penelitian oleh Ramadani dan Rasyid (2019) yang berjudul Pengaruh Perputaran Kas, Perputaran Piutang, dan Perputaran Persediaan terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI Periode 2013-2017 menyatakan bahwa Perputaran Piutang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas. Hal ini terlihat oleh nilai koefisien regresi yang bertanda positif sebesar 0,017 dan nilai *p-value* sebesar 0,000 atau 0% terhadap profitabilitas.

Hasil penelitian dari Eksandy dan Dewi (2018) yang berjudul Pengaruh Perputaran Modal Kerja, Perputaran Piutang, Dan Perputaran Kas Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Konstruksi Sektor Infrastruktur di BEI periode 2012-2015) menyatakan bahwa perputaran piutang berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Profitabilitas.

Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini merumuskan hipotesis ke-3 sebagai berikut :

H₃ = Efektivitas Piutang berpengaruh positif terhadap Profitabilitas

2.4.4 Pengaruh Manajemen Aset, Strategi Finansial, dan Efektivitas Piutang secara simultan terhadap Profitabilitas

Menurut Terry (Sukarna, 2011, hal 3), menyatakan bahwa “*management is the accomplishing of a predeternined ojectives through the efforts of otherpeople*” yang artinya bahwa manajemen merupakan pencapaian tujuan-tujuan yang telah ditetapkan melalui atau bersama-sama usaha orang lain.

Keberadaan manajemen sangat penting bagi setiap aktivitas individu atau perusahaan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Manajemen berorientasi pada proses (*process oriented*) sehingga, manajemen membutuhkan sumber daya manusia, pengetahuan, dan keterampilan agar aktivitas menjadi lebih efektif atau dapat menghasilkan tindakan dalam mencapai kesuksesan. Oleh karenanya, dengan menggunakan manajemen yang baik maka organisai atau perusahaan akan sukses (Torang, 2013, hal 165).

Salah satu upaya perusahaan dalam memenangkan persaingan bisnis dapat melalui pengelolaan aset atau manajemen aset yang dapat meningkat volume penjualan. Menurut Sudana (2011, hal 22) rasio perputaran aset tetap mengukur efektivitas penggunaan aset tetap dalam menghasilkan penjualan bagi perusahaan. Semakin tinggi rasio ini maka semakin efektif pengelolaan aset tetap yang dilakukan oleh manajemen perusahaan. Apabila dalam memajemen aset perusahaan kurang terampil kemungkinan perusahaan akan mengeluarkan dana untuk biaya pemeliharaan maupun biaya lain sehingga akan berpengaruh pada keadaan finansial perusahaan seperti pendapatan yang berkurang.

Strategi finansial berperan penting dalam operasi perusahaan yang memberikan petunjuk mengarahkan, mengkoordinasikan, dan mengontrol kegiatan perusahaan. Sehingga, dengan adanya perubahan yang terjadi pada kondisi internal maupun eksternal perusahaan, strategi finansial harus senantiasa diperbarui kembali agar perusahaan tetap eksis dan dapat bersaing dengan perusahaan lain. Dengan begitu, perusahaan dapat meningkatkan profitabilitas melalui strategi finansial yang memadai dapat berupa pengelolaan pendapatan seperti hasil dari piutang.

Piutang berperan sebagai koperasinya perusahaan karena keberadaan piutang dapat dianggap sebagai harta perusahaan yang dihasilkan dari transaksi penjualan secara kredit atas barang atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan. Pengelolaan piutang yang efektif (Efektivitas Piutang) dapat menambah keuntungan sehingga, ini merupakan bagian dari strategi finansial perusahaan dalam rencana jangka panjang.

Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini merumuskan hipotesis ke-4 sebagai berikut :

H₄ = Secara Simultan Manajemen Aset, Strategi Finansial, dan

Efektivitas Piutang berpengaruh positif terhadap Profitabilitas

2.4.5 Manajemen Aset, Strategi Finansial, dan Efektivitas Piutang Asumsi Variabel Paling Dominan berpengaruh terhadap Profitabilitas

Salah satu dari tujuan penelitian yaitu menentukan variabel mana yang paling dominan (berpengaruh). Penentuan variabel paling dominan hanya dapat dilakukan jika variabel independen (bebas/X) lebih dari 1 (satu). Variabel paling

dominan merupakan variabel independen yang paling mempengaruhi variabel dependen dalam satu model.

Profitabilitas merupakan tujuan utama Perusahaan dalam memperoleh laba secara maksimal. Profitabilitas dapat dicapai apabila semua faktor-faktor pendukung terpenuhi dalam mengelola sumber daya yang dimiliki Perusahaan seperti kontribusi Manajemen Aset, Strategi Finansial, dan Efektivitas Piutang.

Strategi Finansial dalam penelitian ini diprediksi paling dominan berpengaruh positif terhadap Profitabilitas dikarenakan variabel ini pada umumnya menjadi pusat perhatian dalam menilai kesehatan atau kemakmuran suatu Perusahaan. Sedangkan Manajemen Aset lebih berfokus kepada bagaimana Perusahaan mengelola aset tetap seperti mesin untuk dapat digunakan secara efektif dan efisien dalam memproduksi untuk jangka waktu tertentu. Penciptaan Manajemen Aset yang baik dapat berpengaruh pada peningkatan produksi yang dapat dicapai Perusahaan. Lain halnya untuk variabel Efektivitas Piutang dimana variabel ini merupakan bagian dari Strategi Finansial sehingga jika Strategi Finansial yang diterapkan sudah baik otomatis Perusahaan dalam mengelola piutang juga cukup baik.

Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini merumuskan hipotesis ke-5 sebagai berikut :

H₅ = Strategi Finansial paling dominan berpengaruh positif terhadap Profitabilitas

2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan pernyataan tentang hubungan dua atau lebih variabel yang masih perlu dibuktikan (diragukan) kebenarannya. Dengan ungkapan lain, sebuah pernyataan tentang hubungan dua variabel atau lebih yang bisa benar, bisa salah (Hamidi, 2010). Setiap penelitian terhadap suatu obyek hendaknya dibawah tuntunan suatu hipotesis yang berfungsi sebagai pegangan sementara atau jawaban sementara yang masih harus dan perlu dibuktikan kebenarannya dalam kenyataan (*empirical verification*), percobaan (*experimentation*) atau praktik (*implementation*). Dalam penelitian ini hipotesis yang digunakan :

H₁ = Manajemen Aset berpengaruh positif terhadap Profitabilitas

H₂ = Strategi Finansial berpengaruh positif terhadap Profitabilitas

H₃ = Efektivita Piutang berpengaruh positif terhadap Profitabilitas

H₄ = Manajemen Aset, Strategi Finansial, dan Efektivitas Piutang secara simultan berpengaruh positif terhadap Profitabilitas

H₅ = Strategi Finansial paling dominan berpengaruh positif terhadap Profitabilitas