

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGAJUANN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan menjelaskan hubungan atau kesepakatan antara prinsipal dan agen, di mana setiap orang dianggap didorong oleh kepentingan pribadinya, sehingga menimbulkan konflik yang cukup besar antara kedua belah pihak. Jensen dan Meckling (1976) telah menjelaskan konsep hubungan keagenan dalam teori keagenan (*the hypothesis of specialist*) Perusahaan adalah sekumpulan kontrak (hubungan kontrak) antara pemilik sumber ekonomi (prinsip) dan manajer (agen) yang mengendalikan, menggunakan, dan mengelola sumber daya tersebut. Hubungan agen yang demikian menimbulkan dua masalah, yaitu munculnya asimetri informasi, di mana manajemen biasanya memiliki lebih banyak informasi mengenai kondisi keuangan dan operasional perusahaan, serta munculnya konflik kepentingan karena tujuan manajemen dan pemilik tidak selalu sama. Hal ini menyebabkan manajemen sulit untuk bertindak demi kepentingan pemilik.

Teori keagenan berlandaskan pada tiga asumsi yang dijelaskan di bawah ini:

- a. Asumsi mengenai sifat manusia menekankan bahwa manusia cenderung memprioritaskan kepentingan diri sendiri, memiliki batasan dalam kemampuan berpikir rasional, serta lebih menyukai rasio.
- b. Asumsi mengenai keorganisasian meliputi adanya konflik antar anggota organisasi, penggunaan efisiensi sebagai tolok ukur produktivitas, serta adanya *asymetric information* antara *principal* dengan *agent*.

- c. Asumsi mengenai informasi adalah bahwa informasi dianggap sebagai barang komoditi yang bisa diperdagangkan.

Teori keagenan mengacu pada adanya ketidaksamaan informasi antara agen dan pemilik manajer, dalam hal ini berkaitan dengan peningkatan keuntungan prinsipal. Perbedaan akses terhadap informasi terjadi saat manajemen memiliki pengetahuan yang lebih lengkap mengenai informasi didalam perusahaan serta perkiraan kinerja di masa mendatang daripada investor lainnya. Sinyal yang berhubungan dengan peningkatan keuntungan dapat ditunjukkan melalui penyampaian data akuntansi. Ketentuan akuntansi yang dikeluarkan oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) memberikan kesempatan kepada manajemen untuk memilih pendekatan dalam menyampaikan informasi kinerja perusahaan kepada pihak luar saat menerapkan teknik akuntansi. Memberikan manajemen kebebasan untuk memilih satu metode akuntansi menciptakan kesempatan bagi individu yang *opportunistik* dan perjanjian yang efisien.

Dengan kata lain, pengelola yang logis memilih metode akuntansi yang sejalan dengan kepentingan mereka. Pengelola menentukan metode akuntansi yang dapat meningkatkan profitabilitas bisnis. Tindakan oportunistik dan kontrak yang efektif mendorong pengelola untuk memaksimalkan pendapatan. Pertumbuhan laba diartikan sebagai variasi laba dari tahun ke tahun dan ditentukan dengan mengurangi laba tahun ini dengan tahun lalu, dan hasilnya dibagi dengan laba tahun lalu (Yohanas, 2014). Teori agensi menjelaskan hubungan antara pemilik perusahaan, yang disebut prinsipal, dan pengelola perusahaan, yang disebut agen. Dalam situasi ini, bisa terjadi konflik kepentingan

karena agen mungkin bertindak demi kepentingan pribadinya, bukan untuk memaksimalkan keuntungan bagi pemilik. Teori ini berguna untuk memahami cara faktor-faktor seperti perputaran piutang, *sales growth*, dan ukuran perusahaan mempengaruhi hasil kinerja keuangan.

Hubungan antara siklus piutang dan teori agensi menunjukkan seberapa baik perusahaan mengelola pinjaman dari pelanggan. Ketika siklus piutang berada pada tingkat rendah, itu menunjukkan adanya banyak piutang yang belum dikumpulkan, yang dapat mengindikasikan adanya risiko kredit yang tinggi atau kelemahan dalam strategi penagihan. Dalam kerangka teori agensi, seorang manajer mungkin kurang berinsentif untuk memperketat kebijakan penyaluran kredit karena mereka lebih memusatkan perhatian pada dorongan penjualan jangka pendek demi meningkatkan pendapatan mereka. Di sisi lain, tingginya siklus piutang mencerminkan efektivitas dalam pengelolaan arus kas dan dapat memberikan dampak positif pada keadaan keuangan.

Hubungan antara pertumbuhan penjualan dan teori agensi, pertumbuhan penjualan seringkali dianggap sebagai ukuran keberhasilan suatu perusahaan, namun hal ini juga dapat menimbulkan masalah agensi. Manajer mungkin lebih mementingkan peningkatan penjualan tanpa mempertimbangkan profitabilitas, contohnya dengan memberikan diskon besar atau melonggarkan syarat kredit. Jika pertumbuhan penjualan tidak diikuti dengan peningkatan keuntungan, maka kinerja keuangan dapat mengalami penurunan. Namun, jika dilakukan dengan cara yang tepat, pertumbuhan penjualan yang sehat akan berkontribusi pada

peningkatan pendapatan dan laba bersih, sehingga dapat memperbaiki kondisi keuangan.

Hubungan antara ukuran perusahaan dan konsep teori agensi, perusahaan yang berukuran besar sering kali menunjukkan pemisahan yang lebih signifikan antara pemilik dan pengelola, yang dapat memicu permasalahan agensi. Pengelola dalam perusahaan besar kemungkinan sulit diawasi dan dapat membuat keputusan yang menguntungkan untuk diri mereka sendiri, misalnya, dengan meningkatkan anggaran atau melakukan ekspansi yang tidak berfaedah. Perusahaan berskala besar umumnya memiliki keunggulan dalam hal ketersediaan sumber daya, kemampuan memanfaatkan skala ekonomi, dan kemudahan akses terhadap pendanaan, yang pada akhirnya dapat mendorong peningkatan kinerja keuangan. Implementasi struktur pengelolaan perusahaan yang efektif dapat membantu mengurangi risiko agensi dalam perusahaan dengan skala besar.

Perputaran piutang yang tinggi menunjukkan bagaimana efisiennya pengelolaan kredit dan berpotensi menambah kas untuk investasi produktif, berkontribusi positif terhadap hasil keuangan. Pertumbuhan penjualan yang baik meningkatkan pendapatan, tetapi harus diimbangi dengan tingkat keuntungan yang sehat agar tidak merugikan perusahaan. Perusahaan yang ukurannya besar bisa memberikan manfaat karena skala ekonomi, tetapi juga berpotensi meningkatkan risiko agensi jika tidak ada sistem pengendalian yang baik. Oleh karena itu, dalam sudut pandang teori agensi, pengelolaan yang baik terhadap perputaran piutang, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan adalah

esensial untuk mengurangi konflik kepentingan dan memastikan peningkatan hasil keuangan.

2.1.2 Kinerja Keuangan

Akuntansi keuangan adalah salah satu bagian dari berbagai jenis akuntansi yang ada. Dalam disiplin akuntansi terdapat informasi, yang berfungsi sebagai salah satu sumber utama untuk analisis keuangan. Akuntansi keuangan bertujuan untuk merekam, mengkategorikan, meringkas, menjelaskan, serta menyampaikan informasi keuangan sebuah perusahaan. Informasi akuntansi sangat krusial dalam menjalankan operasional bisnis. Data ini tidak hanya membantu dalam pengambilan keputusan di dalam perusahaan, tetapi juga digunakan untuk pengambilan keputusan oleh pihak eksternal. Akuntansi Keuangan berperan dalam mengevaluasi kondisi keuangan sebuah perusahaan (informasi organisasi) serta perubahan yang terjadi di dalamnya. Kinerja finansial adalah hasil dari kegiatan pencatatan keuangan yang menunjukkan seberapa baik perusahaan telah memenuhi standar yang telah ditentukan (Shinta Anastasya dan Cholis Hidayati, 2019). Menurut Fahmi (2017), Kinerja finansial adalah proses pengevaluasian yang bertujuan untuk mengetahui seberapa efektif sebuah perusahaan dalam mengelola aspek keuangannya. (Irham Fahmi, 2020:271) Kinerja finansial perusahaan mencerminkan kemampuan atau hasil dari perusahaan dalam menjalankan bisnis yang dibuktikan melalui laporan keuangan (laba rugi). Dalam konteks ini, kinerja finansial diukur melalui rasio profitabilitas yang dikenal sebagai (*Return On Asset Ratio* atau *ROA*). Rasio profitabilitas adalah cara untuk mengetahui seberapa baik perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Rasio ini

juga menunjukkan seberapa efisien manajemen perusahaan tersebut. Kondisi ini tercermin dari keuntungan yang diperoleh melalui aktivitas penjualan produk maupun pendapatan yang dihasilkan dari kegiatan investasi. (Kasmir, 2016:196)

Return on Assets (ROA) merupakan rasio keuangan yang mengukur seberapa besar laba bersih yang dihasilkan perusahaan dibandingkan dengan total aset yang dimiliki. Rasio ini mencerminkan seberapa efektif aset perusahaan digunakan, baik dilihat dari volume penjualan maupun dari kemampuannya dalam menghasilkan keuntungan melalui aset yang dimiliki. *Return on Assets (ROA)* digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan keuntungan berdasarkan kinerja keuangannya di masa lalu. sehingga dapat digunakan sebagai dasar untuk mendapatkan manfaat di masa depan. Semakin tinggi rasio ini, maka semakin positif pula kinerjanya. Hal tersebut mengindikasikan bahwa aset perusahaan mampu berputar dengan lebih efisien dan menghasilkan laba yang lebih optimal.

Salah satu cara untuk menilai seberapa baik dan tepat sebuah organisasi atau perusahaan dalam mencapai tujuan bisnis adalah melalui hasilnya secara finansial. Perusahaan merupakan suatu bentuk organisasi yang dibentuk dengan tujuan tertentu, yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan serta kepentingan para anggotanya. Perusahaan yang sukses mencapai tujuannya merupakan sebuah pencapaian untuk manajemen. Dasar dalam mengambil keputusan oleh pihak di dalam maupun di luar perusahaan dipengaruhi oleh penilaian terhadap kinerja. Kondisi keuangan perusahaan dapat dievaluasi melalui berbagai instrumen analisis keuangan, yang memungkinkan untuk menilai seberapa baik kinerja

finansial perusahaan tersebut, yang mencerminkan hasil kerja perusahaan dalam periode tertentu dan diwujudkan dalam kinerja perusahaan tersebut. Ini sangat penting supaya sumber daya perusahaan bisa dimanfaatkan secara optimal dan efektif. Rasio yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat profitabilitas adalah *Return on Assets (ROA)*, yaitu perbandingan antara laba bersih perusahaan dengan total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Menurut Hanafi (2017), *Return on Assets (ROA)* menggambarkan tingkat efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba bersih. Kinerja finansial sebuah perusahaan mencerminkan hasil dari usaha yang ditunjukkan, yang menunjukkan tingkat keberhasilan dalam melaksanakan aktivitas operasional serta keuangan perusahaan dengan tujuan mencapai visi, misi, sasaran, dan tujuan yang telah ditetapkan. Berdasarkan pandangan (Theacini dan Wisadha, 2014), untuk mewujudkan tujuan perusahaan, sering kali manajemen terlibat dalam pengambilan keputusan yang kurang bijak terkait metode akuntansi serta operasional perusahaan, yang diharapkan akan berkontribusi pada peningkatan kinerja finansial perusahaan.

Kinerja keuangan mencerminkan keadaan keuangan perusahaan dalam periode tertentu, yang merupakan hasil dari rangkaian keputusan manajerial yang diambil secara berkelanjutan. Informasi mengenai kinerja ini menjadi acuan penting bagi investor dalam menentukan pilihan investasi (Rambe, 2020). Kinerja keuangan menggambarkan tingkat kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan atau imbal hasil dari sumber daya yang telah dialokasikan. Berdasarkan Kamatra (2015), kinerja keuangan dinilai menggunakan *Return On Assets (ROA)*.

Pengukuran *ROA* dilakukan menggunakan skala rasio. Menurut Kamatra (2015), *ROA* bisa dihitung melalui rumus:

$$ROA = \frac{\text{Keuntungan Bersih Setelah Pajak}}{\text{Jumlah Aset}}$$

Dapat disimpulkan bahwa analisis kinerja keuangan merupakan suatu proses evaluasi yang bertujuan untuk menilai sejauh mana perusahaan menjalankan kegiatan operasionalnya sesuai dengan prinsip dan ketentuan keuangan yang berlaku. Kinerja keuangan perusahaan merepresentasikan kemampuan dan hasil yang dicapai dalam operasional bisnis, yang tercermin melalui laporan keuangan, khususnya pada bagian laporan laba rugi. Dalam hal ini, kinerja keuangan dievaluasi menggunakan rasio profitabilitas yang dikenal sebagai *Return on Assets (ROA)*. Rasio ini digunakan untuk mengukur sejauh mana perusahaan mampu memperoleh laba secara efektif. Selain itu, rasio ini juga menunjukkan sejauh mana manajemen perusahaan mampu mengoperasikan bisnisnya secara efisien. Hal ini tercermin dari laba yang dihasilkan melalui pendapatan penjualan maupun dari kegiatan investasi. Secara inti, penggunaan rasio ini menunjukkan seberapa efisien perusahaan dalam melakukan operasionalnya. Ini bisa dilihat dari keuntungan yang didapatkan dari pendapatan hasil penjualan dan investasi. Secara dasar, penggunaan rasio ini menunjukkan sejauh mana efisiensi perusahaan dalam menjalankan operasionalnya. *Return On Asset* mengevaluasi kapasitas perusahaan berdasarkan laba yang diperoleh di masa lalu untuk digunakan di masa depan. Semakin tinggi nilai rasio ini, maka semakin optimal kinerja perusahaan. Ini menunjukkan bahwa aset dapat digunakan secara lebih efisien dan mampu menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi.

Ada sejumlah rasio yang berkaitan dengan kinerja finansial di sektor keuangan. Rasio kinerja finansial berfungsi sebagai alat analisis untuk mengevaluasi kondisi dan performa sebuah perusahaan dengan mengacu pada informasi finansial dari laporan keuangannya. Umumnya, rasio ini dikelompokkan ke dalam beberapa kategori utama, seperti profitabilitas, likuiditas, solvabilitas (*leverage*), efisiensi, dan nilai pasar. Berdasarkan perhitungan sebagai berikut :

1. Rasio Profitabilitas

Mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.

- 1.) *Return on Assets (ROA)* = $(\text{Laba Bersih} / \text{Total Aset}) \times 100\%$
 - Menilai sejauh mana suatu usaha mampu menggunakan sumber daya yang dimilikinya secara efisien dalam menghasilkan keuntungan.
- 2.) *Return on Equity (ROE)* = $(\text{Laba Bersih} / \text{Ekuitas Pemegang Saham}) \times 100\%$
 - Mengukur profitabilitas berdasarkan modal yang dimiliki pemegang saham.
- 3.) *Net Profit Margin* = $(\text{Laba Bersih} / \text{Pendapatan}) \times 100\%$
 - Menunjukkan persentase laba yang diperoleh dari setiap satuan pendapatan.
- 4.) *Gross Profit Margin* = $(\text{Laba Kotor} / \text{Pendapatan}) \times 100\%$
 - Menilai tingkat efisiensi perusahaan dalam memperoleh laba kotor dari total pendapatan yang dihasilkan.

$$5.) \text{ Operating Profit Margin} = (\text{Laba Operasi} / \text{Pendapatan}) \times 100\%$$

- Mengukur persentase laba dari operasi utama perusahaan terhadap pendapatan.

2. Rasio Likuiditas

Menilai sejauh mana perusahaan mampu memenuhi kewajiban finansialnya dalam jangka waktu pendek..

$$1.) \text{ Current Ratio} = \text{Aset Lancar} / \text{Liabilitas Lancar}$$

- Menilai kemampuan aset lancar perusahaan dalam memenuhi atau menutupi kewajiban jangka pendeknya.

$$2.) \text{ Quick Ratio (Acid Test Ratio)} = (\text{Aset Lancar} - \text{Persediaan}) / \text{Liabilitas Lancar}$$

- Mengukur likuiditas perusahaan dengan mengecualikan persediaan yang mungkin sulit diuangkan dalam waktu singkat.

$$3.) \text{ Cash Ratio} = \text{Kas dan Setara Kas} / \text{Liabilitas Lancar}$$

- Menilai sejauh mana perusahaan mampu membayar kewajiban jangka pendeknya menggunakan kas yang dimiliki secara langsung.

3. Rasio Solvabilitas (*Leverage*)

Menilai proporsi pendanaan perusahaan yang berasal dari utang dibandingkan dengan modal sendiri (ekuitas).

$$1.) \text{ Debt to Equity Ratio (DER)} = \text{Total Utang} / \text{Total Ekuitas}$$

- Menggambarkan rasio antara jumlah utang dan ekuitas dalam komposisi struktur permodalan perusahaan.

2.) *Debt to Asset Ratio* = Total Utang / Total Aset

- Menilai seberapa besar bagian aset perusahaan yang dibiayai oleh utang.

3.) *Interest Coverage Ratio* = Laba Operasi / Beban Bunga

- Menilai sejauh mana laba operasional perusahaan mampu menutup atau memenuhi beban bunga yang harus dibayarkan..

4. Rasio Efisiensi (Aktivitas)

Menilai seberapa efisien perusahaan dalam memanfaatkan aset yang dimilikinya untuk mendukung operasional dan pertumbuhan bisnis.

1.) *Total Asset Turnover* = Pendapatan / Total Aset

- Menilai efektivitas suatu usaha dalam menggunakan sumber daya yang dimiliki untuk menghasilkan pendapatan.

2.) *Inventory Turnover* = Harga Pokok Penjualan (HPP) / Rata-rata Persediaan

- Mengukur seberapa cepat perusahaan menjual persediaannya.

3.) *Receivables Turnover* = Pendapatan Kredit / Rata-rata Piutang

- Menunjukkan seberapa cepat perusahaan menagih piutangnya.

4.) *Fixed Asset Turnover* = Pendapatan / Aset Tetap

- Mengukur efisiensi penggunaan aset tetap untuk menghasilkan penjualan.

5. Rasio Pasar (Valuasi)

Digunakan oleh investor untuk menilai apakah harga saham perusahaan sudah sesuai dengan nilai fundamentalnya.

- 1.) *Price to Earnings Ratio (P/E Ratio)* = Harga Saham / Laba per Saham (EPS)
 - Menunjukkan berapa kali harga saham dibandingkan dengan laba per saham yang diperoleh.
- 2.) *Price to Book Value (P/BV Ratio)* = Harga Saham / Nilai Buku per Saham
 - Mengukur seberapa besar investor bersedia membayar dibandingkan dengan nilai buku perusahaan.
- 3.) *Dividend Yield* = (Dividen per Saham / Harga Saham) \times 100%
 - Menunjukkan tingkat pengembalian yang diperoleh investor dari dividen perusahaan.
- 4.) *Earnings per Share (EPS)* = Laba Bersih / Jumlah Saham Beredar
 - Menilai jumlah keuntungan yang dihasilkan perusahaan untuk setiap lembar saham yang beredar di pasar.

Rasio kinerja keuangan memiliki peran penting bagi pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan, karena dapat memberikan gambaran mengenai kondisi keuangannya dan membantu dalam pengambilan keputusan bisnis yang lebih akurat. Pilihan rasio yang diterapkan tergantung pada tujuan dari analisis, contohnya:

- 1.) Investor lebih tertarik pada *ROE, P/E Ratio, EPS*.
- 2.) Kreditur lebih fokus pada *Current Ratio, Debt to Equity Ratio*.
- 3.) Manajemen perusahaan memantau *Total Asset Turnover, Gross Profit Margin* untuk meningkatkan efisiensi.

2.1.3 Perputaran Piutang

Piutang merupakan bentuk transaksi yang dilakukan perusahaan tanpa menerima pembayaran secara tunai di awal, melainkan melalui sistem angsuran atau kredit. Keterkaitan antara penjualan yang dilakukan secara bertahap dengan piutang ini dirangkum sebagai perputaran piutang (Natalia, Raharjo, & Supriyanto, 2017). Perputaran piutang menggambarkan frekuensi perputaran piutang perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Setiap perusahaan pasti memiliki piutang yang terus bergerak. Perputaran piutang menunjukkan seberapa sering piutang itu berulang hingga akhirnya bisa kembali menjadi uang tunai bagi perusahaan. (Widiasmoro, 2017). Menurut Hery (2016:178), rasio perputaran piutang digunakan untuk mengukur frekuensi perputaran dana yang tertanam dalam piutang usaha selama suatu periode tertentu. Riyanto (dalam Faidah, 2019) menjelaskan bahwa perputaran piutang merupakan rasio yang mengindikasikan seberapa cepat piutang dapat dikonversi menjadi kas. Semakin besar nilai rasio perputaran piutang, maka semakin sedikit modal kerja yang tertahan dalam piutang dibandingkan periode sebelumnya, dan hal ini tentu menjadi kondisi yang lebih menguntungkan bagi perusahaan. sebaliknya, jika rasionya semakin rendah, ada kemungkinan terjadi investasi berlebihan dalam piutang. (Nurmasari, 2019).

(Kasmir 2012:189), Rasio perputaran piutang dimanfaatkan untuk mengukur jangka waktu yang diperlukan dalam penagihan piutang selama periode tertentu, serta frekuensi perputaran dana yang dialokasikan untuk piutang dalam satu tahun. Perputaran piutang merupakan rasio yang digunakan untuk mengevaluasi frekuensi perputaran dana yang ditempatkan dalam piutang selama periode

tertentu. Rasio ini mencerminkan kecepatan perusahaan dalam menagih piutangnya dan mengonversinya kembali menjadi piutang baru melalui penjualan berikutnya. Rasio perputaran piutang yang tinggi menandakan kinerja yang baik, sementara rasio yang rendah menunjukkan semakin banyaknya modal kerja yang terikat dalam piutang. Menurut Riyanto (dalam Faidah, 2019), Rasio perputaran piutang menggambarkan jangka waktu yang diperlukan oleh perusahaan untuk mengonversi piutang menjadi kas. Semakin besar rasio tersebut, maka semakin kecil jumlah modal kerja yang tertanam dalam piutang dibandingkan tahun sebelumnya, yang mencerminkan kondisi yang lebih menguntungkan bagi perusahaan. Sebaliknya, penurunan rasio ini mengindikasikan adanya kelebihan investasi pada piutang (Nurmasari, 2019).

Menurut Kasmir (2020:151), Kemampuan perusahaan dalam mengelola penjualan secara kredit serta kebijakan yang terkait dapat dilihat dari tingkat rotasi piutang. Kasmir (2019:178) Rotasi piutang merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur jangka waktu yang diperlukan perusahaan dalam menagih piutang selama periode tertentu, sekaligus mengevaluasi kecepatan perputaran modal yang dialokasikan pada piutang dalam periode tersebut. Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa rotasi piutang adalah ukuran dari efektivitas perusahaan dalam menagih utang dari konsumennya. Semakin tinggi rotasi piutang, semakin cepat perusahaan berhasil dalam menagih piutang, yang menandakan kondisi perusahaan semakin baik. Sebaliknya, jika rotasi piutang tergolong rendah, proses penagihan perusahaan menjadi lebih lambat, yang berisiko menyebabkan kondisi perusahaan memburuk.

Tingkat perputaran piutang dapat dihitung dengan membagi total penjualan kredit dalam suatu periode tertentu dengan rata-rata piutang pada periode yang sama.

$$\text{Perputaran Piutang} = \frac{\text{Penjualan Kredit}}{\text{Rata Rata Piutang}}$$

$$\text{Rata-Rata Piutang} = \frac{\text{Piutang Awal} + \text{Piutang Akhir}}{2}$$

Tingkat perputaran piutang dapat menjadi indikator yang baik untuk menilai efektivitas pengelolaan piutang oleh perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, semakin menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola piutangnya secara efisien. Untuk meningkatkan rotasi piutang, bisnis bisa menerapkan kebijakan penjualan kredit yang lebih ketat, seperti memperpendek masa pembayaran. Menyinggung hal ini, pengelolaan piutang sangatlah krusial. Pengelolaan ini diperlukan untuk menjawab potensi risiko yang mungkin muncul, seperti modal kerja yang terlalu besar yang tersimpan dalam piutang, penundaan dalam pembayaran piutang, bahkan kemungkinan tidak dibayarnya sebagian atau seluruh piutang. Jika hal ini diabaikan, dampaknya akan mempengaruhi rotasi piutang yang menggambarkan durasi keterikatan modal dalam piutang.

Keberhasilan kebijakan penjualan kredit di sebuah perusahaan tidak bisa dinilai hanya dari tingkat rotasi piutang, tetapi juga harus dilihat dari rata-rata hari pengumpulan piutang. Rata-rata hari pengumpulan piutang akan lebih bermakna jika dibandingkan dengan syarat pembayaran yang ditetapkan perusahaan. Jika rata-rata hari pengumpulan piutang terus-menerus melebihi tenggat waktu pembayaran yang ditentukan, maka itu menunjukkan bahwa metode pengumpulan

piutang yang digunakan oleh perusahaan kurang efisien. Perusahaan menggunakan penjualan kredit sebagai salah satu cara untuk menjaga pelanggan yang sudah ada sekaligus menarik pelanggan baru. Penjualan kredit tidak menghasilkan penerimaan tunai langsung, melainkan menciptakan tagihan yang harus dibayar oleh pelanggan, dengan aliran kas hanya terjadi saat tanggal jatuh tempo, sehingga menciptakan arus kas yang lancar dari proses pembayaran tagihan tersebut.

Menurut Hery (2016:179), piutang perputaran merupakan rasio yang digunakan untuk menentukan frekuensi dana perputaran dalam suatu periode tertentu dan untuk memperkirakan jumlah waktu yang diperlukan untuk piutang usaha. Rasio ini mencerminkan kualitas pengelolaan piutang usaha dan efektivitas manajemen dalam proses penagihan. Dengan demikian, rasio tersebut menggambarkan kecepatan perusahaan dalam mengonversi piutang menjadi kas.

(Kasmir 2019:180), Rasio perputaran muatan dimanfaatkan untuk mengukur jangka waktu yang diperlukan dalam proses pengumpulan muatan selama suatu periode, serta mengalirkan kecepatan perputaran modal yang dimasukkan ke dalam penagihan selama periode tersebut. Isu piutang sangat krusial bagi perusahaan ketika harus menentukan batas optimal untuk piutang. Untuk mengidentifikasi jumlah dana yang terikat dalam piutang usaha dan memperkirakan rata-rata durasi penagihan, dapat digunakan rasio perputaran piutang. Berdasarkan uraian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa piutang merupakan hak klaim perusahaan terhadap pihak luar yang telah jatuh tempo,

umumnya dalam bentuk sejumlah uang, yang timbul dari transaksi penjualan barang atau jasa dengan sistem pembayaran kredit secara bertahap.

Menurut Munawir (2014:2) penurunan rasio penjualan kredit rata-rata piutang dapat disebabkan oleh faktor sebagai berikut:

- a. Turunnya penjualan dan naiknya piutang.
- b. Turunnya piutang yang diikuti turunnya penjualan dalam jumlah lebih besar
- c. Naiknya penjualan diikuti naiknya piutang dalam jumlah yang lebih besar.
- d. Turunnya penjualan dengan piutang yang tetap.

Pengukuran perputaran piutang menurut Kasmir (2019:178) dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$\text{Rasio perputaran piutang} = (\text{Penjualan kredit}) / (\text{Rata-rata piutang})$$

Kasmir (2019:189) menyebutkan bahwa standar rata-rata rotasi piutang dalam industri berada pada angka 15 kali. Ini mengindikasikan bahwa semakin besar nilai rasio tersebut, maka semakin baik pula hasil yang diperoleh, karena mencerminkan stabilitas dan kesehatan keuangan perusahaan. Menghitung waktu rata-rata untuk menagih piutang, atau hari piutang, juga penting bagi bank yang bermaksud menawarkan pinjaman. Hasil dari perhitungan ini mengindikasikan jumlah hari (beberapa hari) di mana piutang tersebut biasanya sulit untuk ditagih, dan rasio ini umumnya dikenal sebagai *days sales uncollected*.

2.1.4 Sales Growth

Sales growth atau pertumbuhan penjualan menggambarkan peningkatan atau penurunan penjualan bersih perusahaan dari satu periode tahun ke periode tahun berikutnya. (Chadha dan Sharma, 2015). Dada dan Ghazali (2016) dalam

penelitiannya menyoroti bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif secara signifikan terhadap kinerja perusahaan, yang diukur menggunakan rasio Return on Assets (ROA). Namun, penelitian Miswanto menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan secara umum menggambarkan perubahan penjualan dari tahun ke tahun. Semakin tinggi laju pertumbuhan perusahaan, semakin besar ketergantungan pada modal dari luar. Pertumbuhan penjualan mencerminkan tingkat perubahan nilai penjualan yang terjadi dari satu periode tahun ke periode tahun berikutnya. Semakin cepat perusahaan berkembang, semakin besar pula ketergantungannya pada sumber daya dari luar. Pertumbuhan penjualan mencerminkan sejauh mana perusahaan berhasil meningkatkan pendapatan penjualannya dibandingkan dengan total penjualan yang diperoleh secara keseluruhan (Kasmir, 2016).

Pertumbuhan penjualan memberikan gambaran tentang kinerja masa lalu perusahaan dan menjadi indikator penting dalam memperkirakan pencapaian di masa depan. Selain itu, pertumbuhan penjualan juga bisa menunjukkan sejauh mana perusahaan bersaing di pasar. Ketika penjualan mengalami peningkatan secara konsisten, hal tersebut berpotensi memberikan dampak positif terhadap peningkatan keuntungan perusahaan. Akan tetapi, apabila perusahaan tidak mampu mengelola asetnya secara optimal, hal ini dapat menurunkan tingkat pertumbuhan penjualan dan pada akhirnya berdampak negatif terhadap kinerja keuangannya (Valentina dkk, 2017). Evaluasi terhadap pertumbuhan penjualan, atau yang dikenal sebagai *sales growth*, dilakukan melalui metode berikut:

$$\text{Sales Growth} = \frac{\text{Penjualan sekarang} - \text{Penjualan sebelumnya}}{\text{Penjualan Periode Sebelumnya}} \times 100\%$$

Peningkatan penjualan secara berkelanjutan dan stabil dapat memberikan dampak positif terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, serta memengaruhi keputusan mengenai pengelolaan dana (Suweta dan Dewi, 2016). Ketika ada pertumbuhan penjualan yang signifikan, hal ini biasanya menunjukkan tingginya pendapatan, yang pada gilirannya akan meningkatkan profit dan memperbaiki kinerja perusahaan. Prihadi (2019:96) menyatakan bahwa perusahaan akan lebih menarik selama fase pertumbuhan, karena periode ini sangat menunjang seberapa lama suatu bisnis dapat berkembang, salah satunya dapat diindikasikan melalui pertumbuhan penjualan. Oleh karena itu, pertumbuhan penjualan dapat diartikan sebagai kenaikan volume penjualan yang terjadi secara bertahap dari tahun ke tahun. Penjualan menjadi elemen krusial yang memengaruhi keberlangsungan operasional suatu perusahaan. Penjualan dapat ditingkatkan secara internal dengan menambah divisi usaha. Pertumbuhan penjualan menggambarkan hasil kinerja perusahaan di masa lalu dan sering dijadikan acuan untuk memprediksi performa di masa yang akan datang. Di samping itu, peningkatan penjualan juga dapat mencerminkan tingkat daya saing perusahaan di pasar. Semakin tinggi pertumbuhan penjualan, semakin besar pula potensi keuntungan yang dapat diraih perusahaan. (Tasmil dkk., 2019).

2.1.5 Ukuran Perusahaan

Skala perusahaan mencerminkan tingkat besar atau kecilnya suatu entitas bisnis, yang biasanya diukur melalui sejumlah indikator seperti total aset, kapitalisasi pasar, nilai pasar, jumlah saham beredar, volume penjualan, pendapatan keseluruhan, total modal, serta ukuran lainnya. Perusahaan pada

umumnya diklasifikasikan ke dalam tiga kategori berdasarkan skalanya, yaitu perusahaan besar, menengah, dan kecil. Penentuan ukuran ini biasanya didasarkan pada total aset serta tingkat keuntungan yang diperoleh, yang secara tidak langsung juga menggambarkan kondisi internal perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran besar biasanya memiliki keunggulan dalam akses terhadap dana, sehingga dapat menarik investasi dan memperoleh keuntungan yang lebih besar. Ukuran perusahaan dapat menggambarkan aspek keuangan dari perusahaan itu sendiri. Perusahaan berskala besar yang berada dalam kondisi finansial yang baik biasanya memiliki kemampuan lebih besar untuk memperoleh pendanaan dari pasar keuangan dibandingkan dengan perusahaan kecil. Akses yang lebih mudah ini memberikan perusahaan besar tingkat keluwesan yang lebih tinggi dalam menjalankan operasional dan strateginya.

Avivah dan Ardini (2018) menjelaskan bahwa dimensi perusahaan dianggap sebagai faktor penentu dalam kerangka keuangan di hampir semua penelitian, untuk berbagai alasan, yaitu:

- a. Ukuran perusahaan menentukan apakah dapat dengan mudah mengumpulkan dana di pasar modal. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) pada umumnya belum memiliki akses ke pasar modal yang terstruktur, baik dalam bentuk penerbitan obligasi maupun saham.
- b. Skala perusahaan memengaruhi kekuatan negosiasi dalam kesepakatan keuangan. Perusahaan dengan ukuran lebih besar umumnya memiliki keleluasaan untuk memilih berbagai opsi pembiayaan, termasuk akses terhadap fasilitas utang khusus yang lebih menguntungkan dibandingkan perusahaan yang lebih kecil.

c. Skala memengaruhi biaya dan pendapatan, berpotensi memungkinkan perusahaan besar menghasilkan lebih banyak keuntungan. Ukuran perusahaan dapat diukur melalui sejumlah indikator, seperti total aset, pendapatan penjualan, modal, dan laba. Nilai-nilai ini memberikan gambaran mengenai besar kecilnya perusahaan. Secara umum, ukuran perusahaan dapat diklasifikasikan dengan dua pendekatan utama, yaitu:

- 1) Ukuran perusahaan = Ln Total Aset. Aset adalah harta kekayaan atau sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Semakin tinggi nilai aset yang dimiliki suatu perusahaan, semakin besar pula kemampuannya untuk berinvestasi dan memenuhi permintaan pasar. Kondisi ini memungkinkan perusahaan untuk memperluas pangsa pasarnya, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap tingkat profitabilitas.
- 2) Ukuran perusahaan = Ln Total Penjualan. Penjualan merupakan salah satu elemen kunci dalam kegiatan pemasaran yang berperan penting dalam membantu perusahaan mencapai tujuannya, yaitu memperoleh keuntungan. Peningkatan penjualan secara konsisten dapat menutupi biaya operasional selama proses produksi, sehingga laba perusahaan turut mengalami kenaikan yang pada akhirnya berdampak positif terhadap profitabilitas.

Aktiva merupakan seluruh kekayaan yang dimiliki perusahaan dan digunakan untuk mendukung kegiatan operasional dalam upaya mencapai tujuan bisnis, termasuk memperoleh keuntungan. Secara umum, aktiva dibedakan menjadi dua jenis utama, yaitu:

a. Aktiva lancar

Aktiva lancar adalah aset yang penggunaannya berjangka pendek, umumnya kurang dari satu tahun. Contoh dari aktiva ini meliputi kas, surat berharga, investasi jangka pendek, piutang usaha, wesel tagih, persediaan barang, pendapatan yang masih harus diterima, serta perlengkapan yang digunakan dalam kegiatan operasional.

b. Aktiva tidak lancar

Aktiva tidak lancar adalah aset yang memiliki masa manfaat jangka panjang, umumnya lebih dari satu tahun. Aktiva ini biasanya tidak digunakan dalam siklus operasi normal perusahaan. Secara umum, aktiva tidak lancar diklasifikasikan menjadi dua kelompok utama, yaitu:

1) Aktiva tetap

Aktiva tetap adalah aset jangka panjang yang dimiliki perusahaan dan digunakan secara permanen dalam operasional bisnis, contohnya meliputi tanah, gedung, peralatan, mesin, kendaraan, serta inventaris lainnya.

2) Aktiva tak berwujud

Aktiva tak berwujud adalah aset yang tidak memiliki bentuk fisik dan tidak dapat dilihat atau disentuh, contohnya meliputi hak paten, hak guna bangunan, hak sewa, hak kontrak, dan sejenisnya.

Menurut Anggraeni (2015), Besar kecilnya suatu perusahaan mencerminkan sejauh mana pengalaman dan kapabilitasnya dalam mengelola risiko investasi, yang pada akhirnya bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan

serta kemakmuran para pemegang saham. Pertumbuhan jumlah aset serta peningkatan penjualan dapat mencerminkan perluasan ukuran perusahaan. Dengan demikian, perusahaan besar yang tercatat di pasar saham biasanya memiliki akses lebih mudah ke berbagai sumber pembiayaan, baik dari pasar modal maupun institusi keuangan, sehingga mendukung investasi yang bertujuan meningkatkan profitabilitas. Perusahaan yang tergolong dalam kategori besar cenderung memiliki lebih banyak dan beragam sumber daya jika dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil, seperti yang dijelaskan oleh Handayani (2018).

Tanpa disadari, perusahaan mengalami perubahan dalam pencapaian kinerjanya yang memengaruhi ukuran perusahaan, seperti yang dijelaskan oleh Tambunan dan Prabawani (2018). Kenaikan dalam aset serta penjualan bisa menjadi tanda adanya pertumbuhan ukuran perusahaan. Perusahaan besar yang sudah terdaftar di pasar modal atau perbankan dapat memperoleh akses yang besar terhadap sumber dana untuk mendanai investasi yang bertujuan meningkatkan profitabilitas mereka. Dikarenakan skala perusahaan menjadi faktor yang memengaruhi kinerja finansial. Organisasi dengan skala yang lebih besar umumnya memiliki akses lebih luas terhadap sumber daya yang dapat dimanfaatkan untuk investasi demi memperoleh keuntungan, sehingga kinerja mereka dianggap lebih baik. Perusahaan berskala besar biasanya lebih mudah dalam mengakses modal dan umumnya memiliki reputasi yang lebih baik di mata publik serta investor. Selain itu, perusahaan besar juga cenderung melakukan diversifikasi usaha lebih luas dibandingkan perusahaan kecil. Karena itu, kemungkinan menghadapi kegagalan dalam beroperasi atau bangkrut menjadi

lebih kecil. Ukuran perusahaan kerap digunakan sebagai tolak ukur untuk memprediksi kemungkinan kebangkrutan, di mana entitas yang berukuran besar dinilai lebih mampu menangani situasi krisis saat menjalankan bisnisnya.

Penentuan skala besar kecilnya perusahaan dapat ditinjau dari ukuran perusahaan (*firm size*). Perusahaan dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori utama, yaitu perusahaan besar dan perusahaan kecil. Untuk menentukan ukuran perusahaan, bisa digunakan indikator total aset yang dimiliki atau nilai pasar perusahaan tersebut (*market value*).

Pengukuran ukuran perusahaan atau total aset dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$Firm\ Size = \ln(Total\ Assets)$$

Pengukuran total pendapatan atau *revenue* adalah sebagai berikut:

$$Ukuran\ Pendapatan = \log(Total\ Pendapatan)$$

Pengukuran jumlah karyawan adalah sebagai berikut:

$$Ukuran\ Perusahaan = \log(Jumlah\ Karyawan)$$

Pengukuran *Market Capitalization* (Kapitalisasi Pasar)

$$MarketCap = Harga\ Saham \times Jumlah\ Saham\ Beredar$$

Pengukuran Total Ekuitas adalah sebagai berikut:

$$Ukuran\ Perusahaan = \log(Total\ Ekuitas)$$

Perusahaan yang dibagi berdasarkan ukurannya dapat dipakai oleh para investor dalam mengambil keputusan berinvestasi. Informasi yang diungkapkan oleh perusahaan-perusahaan besar umumnya lebih banyak daripada yang diberikan oleh perusahaan kecil. Para investor dapat memanfaatkan informasi tersebut untuk

mengevaluasi suatu perusahaan beserta kinerjanya. Investor cenderung lebih menyukai perusahaan yang transparan tentang informasi mereka, terutama yang berkaitan dengan kegiatan sosial yang mereka lakukan. Perusahaan besar umumnya lebih mudah mendapatkan dana dari pasar saham karena dinilai memiliki hasil yang lebih stabil dibandingkan perusahaan kecil. Ukuran perusahaan dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu jumlah total aset, volume penjualan, serta nilai kapitalisasi pasar. Total aset yang dimiliki perusahaan mencerminkan besarnya kekayaan yang dikuasai oleh perusahaan tersebut.



2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang dapat menjadi referensi dalam penelitian ini meliputi:

Tabel 2. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	(Andrian Tisna & Agustam i, 2016)	Pengaruh <i>Corporate Governance</i> dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2010-2014)	<i>Good Corporate Governance</i> dan Ukuran Perusahaan.	<i>Uji t</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Good Corporate Governance</i> dan Ukuran Perusahaan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kinerja keuangan perusahaan.
2.	(Valentina, 2017))	Pengaruh Struktur Modal, Risiko Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Kinerja Keuangan Pada <i>Real Estate And Property</i> Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014.	Struktur Modal, Risiko Bisnis dan Pertumbuhan Penjualan.	Regresi Linier Berganda.	<ul style="list-style-type: none"> • Struktur Modal tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. • Risiko Bisnis berpengaruh terhadap kinerja keuangan. • Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.
3.	(Tambunan & Prabawani, 2018)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> dan Struktur Modal Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi	Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> dan Struktur Modal.	Regresi Linier Sederhana dan Berganda.	<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. • <i>Leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian
		Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri Tahun 2012-2016).			kinerja keuangan. <ul style="list-style-type: none"> • Struktur Modal tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.
4.	(Akmalia & Pambudi, 2020)	Pengaruh Perputaran Kas, Persediaan, Perputaran Piutang, Dan Perputaran Aset Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan	Perputaran Kas, Perputaran Persediaan, Perputaran Piutang, Dan Perputaran Aset.	Regresi Linier Berganda.	<ul style="list-style-type: none"> • Perputaran Kas tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. • Perputaran Persediaan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. • Perputaran Piutang berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. • Perputaran Aset berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas.
5.	(Rousilita Suhendah, 2020)	Pengaruh <i>Leverage, Firm Size, Firm Age, Dan Sales Growth</i> Terhadap Keuangan.	<i>Leverage, Firm Size, Firm Age, Dan, Sales Growth.</i>	<i>Software Eviews.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. • <i>Firm Size</i>, tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. • <i>Firm Age</i>, berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan. • <i>Sales Growth</i>, berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja keuangan.

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian
6.	(Romadona & Handayani, 2021)	Pengaruh Perputaran Piutang, Modal Terhadap Kinerja Pembiayaan Bank	Perputaran Piutang, dan Struktur Modal.	Regresi Linier Berganda.	<ul style="list-style-type: none"> • Perputaran Piutang tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. • Struktur Modal tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.
7.	(Yuliani, 2021)	Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Kinerja Keuangan.	Struktur Modal, Likuiditas dan Pertumbuhan Penjualan.	Regresi Linier Berganda.	<ul style="list-style-type: none"> • Struktur Modal berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. • Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. • Pertumbuhan Penjualan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.
8.	(Hermawati, 2022)	Pengaruh Perputaran Piutang Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Batu Bara Yang Terdaftar Di BEI Periode 2018-2019.	Perputaran Piutang	<i>Generalized Structured Component Analysis (GeSCA)</i> .	<ul style="list-style-type: none"> • Perputaran Piutang tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.
9.	(Sutrisno & Riduwan, 2022)	Pengaruh Perusahaan, Kepemilikan Institusional, Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan.	Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Kepemilikan Institusional, Dan Kepemilikan Manajerial.	Regresi Linier Berganda.	<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. • Umur Perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. • Kepemilikan Institusional

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian
					berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. <ul style="list-style-type: none"> • Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan.
10.	(Utami & Priyanto, 2024)	Pengaruh Perputaran Kas, Perputaran Piutang dan Perputaran Persediaan Terhadap Kinerja Keuangan Pada PT Matahari Departement Store Tbk Periode 2013-2022.	Perputaran Kas, Perputaran Perputaran Piutang, dan Perputaran Persediaan.	Regresi Linier Berganda.	<ul style="list-style-type: none"> • Perputaran Kas berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas secara parsial. • Perputaran Piutang berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas secara parsial. • Perputaran Persediaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas secara parsial.
11.	(Afifah & Priantilianingtiasari, 2024)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> , Struktur Modal, dan <i>Sales Growth</i> Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022.	<i>Corporate Social Responsibility</i> , Struktur Modal, Manajemen Aset dan <i>Sales Growth</i> .	Regresi Linier Berganda.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. • Struktur Modal berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. • Manajemen Aset tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. • <i>Sales Growth</i> berpengaruh signifikan terhadap

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian
					kinerja keuangan.

Sumber: Penelitian terdahulu tahun 2016-2024

Beberapa penelitian yang dilakukan oleh para akademisi di Indonesia menunjukkan bahwa berbagai variabel keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Studi yang dilakukan oleh Utami dan Priyanto pada tahun 2024 mengungkapkan bahwa Perputaran Kas, Perputaran Piutang, dan Perputaran Persediaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Selain itu, beberapa studi lain mengindikasikan bahwa sejumlah variabel keuangan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan. Sebagai contoh, penelitian Romadona dan Handayani pada tahun 2021 mengungkapkan bahwa Perputaran Piutang dan Struktur Modal tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.

2.3 Kerangka Penelitian

2.3.1 Kerangka Pemikiran

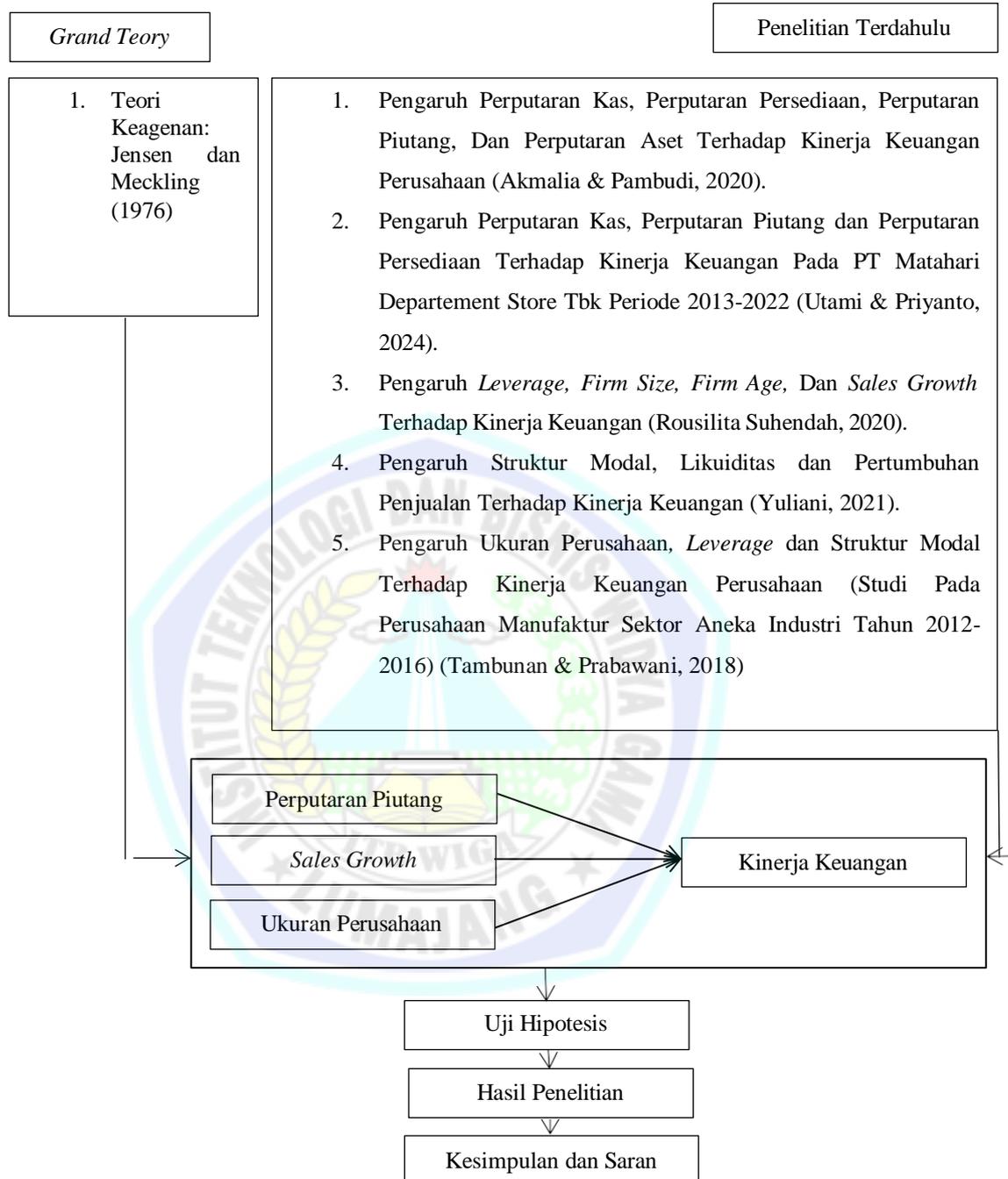
Untuk mengidentifikasi isu yang akan dibahas, penting untuk memiliki sebuah kerangka berpikir yang menjadi dasar dalam penelitian dengan tujuan menemukan, mengembangkan, dan menguji keakuratan penemuan. Struktur penelitian adalah gambaran yang menunjukkan alur kegiatan riset, dari awal hingga akhir. Struktur ini mencakup konsep, variabel, dan hubungan antara variabel yang akan dianalisis. Struktur penelitian berfungsi sebagai panduan yang

membantu peneliti memahami langkah-langkah yang akan diambil. Struktur ini juga berperan dalam meningkatkan hasil dari penelitian yang dilakukan.

Struktur pemikiran dalam penelitian ini menggambarkan hubungan antara variabel independen yang meliputi Perputaran Piutang (X1), Pertumbuhan Penjualan atau *Sales Growth* (X2), dan Ukuran Perusahaan (X3), yang akan berdampak pada variabel dependen yakni Kinerja Keuangan (Y). Berdasarkan penjelasan tersebut, kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2.1.

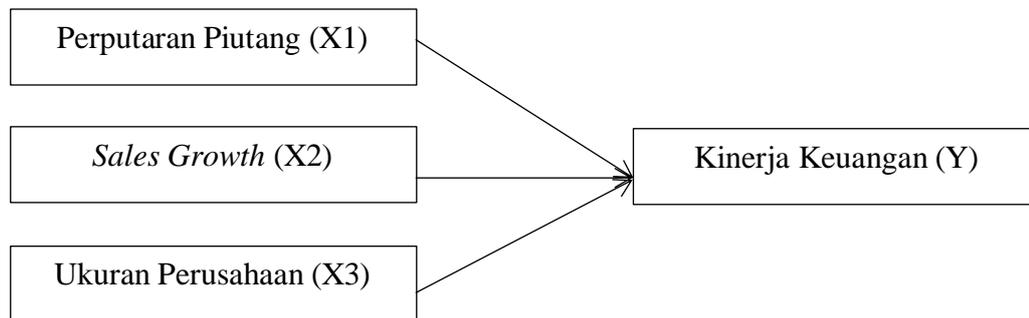
2.3.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah suatu model atau komponen yang memudahkan pemahaman penelitian dengan menguraikan hubungan antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Pada penelitian ini, kerangka konseptual meliputi variabel bebas berupa Perputaran Piutang, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan. Variabel independen ini dianalisis untuk menilai dampaknya masing-masing terhadap Kinerja Keuangan yang berperan sebagai variabel dependen (Y). Dengan merujuk pada uraian di atas, kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan pada Gambar 2.2.



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Sumber Data: Teori yang Relevan dan Penelitian Terdahulu



Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual

Sumber Data: (Akmalia & Pambudi, 2020), (Rousilita Suhendah, 2020),
(Tambunan & Prabawani, 2018).

2.4 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017:63), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap pertanyaan penelitian yang dirumuskan dalam bentuk kalimat tanya. Sebelum menyusun hipotesis penelitian ini, sebaiknya terlebih dahulu dijelaskan hubungan antara variabel dependen dan independen berdasarkan teori dari penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya.

2.4.1 Hipotesis Pertama

Perputaran piutang mencerminkan seberapa efektif sebuah perusahaan dapat mengumpulkan uang yang terikat dalam piutang, serta menggambarkan frekuensi perusahaan dalam menagih piutangnya dalam jangka waktu tertentu. Berdasarkan temuan penelitian, perputaran piutang tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Ini disebabkan oleh tingginya piutang yang juga menciptakan risiko lebih besar. Namun, hal ini juga dapat meningkatkan profitabilitas, karena tingginya tingkat perputaran piutang menunjukkan adanya peningkatan penjualan yang berujung pada kenaikan profitabilitas. Piutang di kategorikan sebagai aset

lancar, dan dalam mengelola aset tersebut, perusahaan harus mempertimbangkan risiko serta potensi profitabilitas yang dapat diperoleh. Oleh karena itu, jika perusahaan dapat menyeimbangkan volume piutang dengan perputarannya, maka profitabilitasnya dapat meningkat.

Riset yang dilakukan oleh Akmalia dan Pambudi pada tahun 2020, Menunjukkan bahwa perputaran piutang memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap profitabilitas.. Penyebabnya adalah perputaran yang tinggi menurunkan risiko piutang yang tidak terbayar. Selain itu, penelitian lanjutan oleh Utami dan Priyanto pada tahun 2024 memperkuat temuan tersebut dengan menyatakan bahwa perputaran piutang berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.

Di sisi lain, ada juga penelitian yang mendukung pendapat bahwa perputaran piutang tidak memengaruhi kinerja keuangan. Romadona dan Handayani (2021) menemukan bahwa perputaran piutang tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan pembiayaan. Penelitian pendukung lainnya dilakukan oleh Hermawati pada tahun 2022 yang menyatakan bahwa perputaran piutang tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H1: Perputaran Piutang berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan pada sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2021-2023.

2.4.2 Hipotesis Kedua

Pertumbuhan penjualan mencerminkan perubahan tingkat penjualan yang terjadi dari satu tahun ke tahun berikutnya. Sebuah perusahaan dengan pertumbuhan yang lebih tinggi cenderung akan lebih bergantung pada sumber daya eksternal. Menurut Kasmir (2016), peningkatan penjualan mencerminkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam menaikkan volume penjualannya dibandingkan dengan total penjualan secara keseluruhan. Namun, tidak semua riset sependapat mengenai dampak dari pertumbuhan penjualan terhadap performa keuangan. (Rousilita Suhendah, 2020) Menunjukkan bahwa peningkatan penjualan berpengaruh negatif secara signifikan terhadap performa keuangan perusahaan. Perusahaan dianggap tidak mampu menjaga konsistensi dalam peningkatan nilai penjualan. Variasi dan ketidakstabilan dalam pertumbuhan penjualan dari tahun ke tahun dapat berdampak pada penurunan kinerja perusahaan, yang terlihat melalui penurunan tingkat laba operasional atau pengembalian investasi. Selain itu, penelitian dari (Valentina, 2017) Hasil analisis menunjukkan bahwa secara individu, pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Di sisi lain, terdapat penelitian yang mendukung pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap kinerja finansial. Menurut temuan Yuliani (2021), secara parsial, pertumbuhan penjualan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Juga ada penelitian lain yang mendukung dari (Afifah & Priantilianingtiasari, 2024) Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan pertumbuhan penjualan berkontribusi secara positif dan signifikan

terhadap kinerja keuangan perusahaan, sebagaimana tercermin melalui *Return on Assets (ROA)*. Jika pertumbuhan penjualan menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam laba, maka kinerja keuangan perusahaan diprediksi akan baik. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H2: Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021 hingga 2023.

2.4.3 Hipotesis Ketiga

Ukuran suatu perusahaan adalah faktor yang memengaruhi kinerja finansialnya. Jika sebuah perusahaan memiliki skala yang lebih besar, ia akan lebih mudah mendapatkan dana untuk mendanai investasi yang bertujuan menghasilkan keuntungan, dan bisa dianggap bahwa kinerjanya baik. Kemampuan perusahaan besar untuk menjangkau berbagai sumber modal biasanya lebih baik dibandingkan perusahaan yang lebih kecil, dan juga mendapatkan reputasi yang lebih positif di mata masyarakat atau investor. Perusahaan besar cenderung melakukan diversifikasi usaha lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan kecil, sehingga risiko kegagalan dalam operasional atau kebangkrutan menjadi lebih rendah. Ukuran perusahaan sering kali digunakan sebagai indikator potensi kebangkrutan, di mana perusahaan besar dianggap lebih mampu mengatasi situasi krisis dalam menjalankan operasionalnya. Akan tetapi, terdapat perbedaan pandangan di antara sejumlah studi terkait hubungan antara ukuran perusahaan dan kinerja keuangan. Beberapa

penelitian oleh Tambunan dan Prabawani pada tahun 2018 menunjukkan bahwa Besarnya perusahaan tidak secara signifikan memengaruhi kinerja keuangannya. Selain itu, penelitian oleh Epi tahun 2017 menyimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara ukuran perusahaan dengan kinerja perusahaan.

Di sisi lain, Temuan dari sejumlah penelitian terdahulu menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki hubungan tertentu dengan pencapaian kinerja keuangan.. Sebagai contoh, Sutrisno dan Riduwan pada tahun 2022 Ditemukan bahwa besarnya ukuran perusahaan memberikan kontribusi positif terhadap performa finansial, khususnya yang diukur menggunakan Return on Assets (ROA). Temuan serupa juga diungkapkan oleh Andriani Tisna dan Agustami pada tahun 2016, yang Mengindikasikan bahwa besarnya perusahaan dapat memengaruhi tingkat kinerja finansial. Ada juga Penelitian yang dilakukan oleh Meiyana dan Aisyah pada tahun 2019 menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan, di mana perusahaan dengan skala yang lebih besar cenderung menunjukkan performa keuangan yang lebih baik. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H3: Ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021 hingga 2023.