

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Ukuran Perusahaan

2.1.1.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan. Besar kecilnya usaha tersebut ditinjau dari lapangan usaha yang dijalankan.

Penentuan skala besar kecilnya perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total penjualan, total aset, rata-rata tingkat penjualan, (Seftianne, 2011), sedangkan menurut Najmudin (2011:316) ukuran perusahaan yaitu perubahan besar yang umumnya lebih mudah memperoleh utang dibandingkan perusahaan kecil karena berhubungan dengan tingkat kepercayaan kreditur pada perusahaan-perusahaan besar tersebut, perusahaan besar juga cenderung lebih terarahkan dalam berkonsep di dalam manajemennya dan lebih tahan terhadap risiko kebangkrutan. Pendapat ini juga sama seperti dengan pendapat Halim (2015:93) yaitu semakin tinggi ukuran suatu perusahaan maka kecenderungan untuk menggunakan modal asing semakin besar.

Menurut Brigham & Houston (2010:4) ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total aset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain. Ukuran perusahaan merupakan suatu indikator perusahaan dalam mengambil peluang bisnis yang ada.

2.1.1.2 Pengklasifikasi ukuran perusahaan

Pengklasifikasian ukuran perusahaan menurut UU No. 20 Tahun 2008 pasal 1 dan pasal 6 mengklasifikasikan ukuran perusahaan ke dalam empat kategori. Pengklasifikasian ini berdasarkan pada segi keuangan dari modal yang dimiliki, total aset yang dimiliki dan total penjualan tahunan perusahaan tersebut.

“Dalam undang-undang ini yang dimaksud dengan:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut :

Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah).

2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.

Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:

Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,-(tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:

Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,-(sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,-(dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,- (lima puluh milyar rupiah).

4. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Kriteria Usaha Besar adalah sebagai berikut:

Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp10.000.000.000,-(sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp50.000.000.000,-(lima puluh milyar rupiah).

2.1.1.3 Metode perhitungan

Adapun perhitungan ukuran perusahaan menurut Abiodun (2013) dan Niresh (2014) diukur dengan menggunakan dua rumus yaitu :

1. Ukuran perusahaan = \ln Total Aset
2. Ukuran perusahaan = \ln Total Penjualan.

Variabel ukuran perusahaan diukur dengan *Logaritma Natural* (LN) dari total aset dan total penjualan. Hal ini dikarenakan besarnya total aset dan total penjualan masing-masing perusahaan berbeda bahkan mempunyai selisih yang besar, sehingga dapat menyebabkan nilai yang ekstrim.

2.1.2 Struktur Aktiva

2.1.2.1 Pengertian Struktur Aktiva

Struktur aktiva merupakan perbandingan antara aktiva tetap terhadap total aktiva (Sudana 2011:163 dikutip dari penelitian Setiorini 2016). Riyanto (2011:22) menyatakan bahwa struktur aktiva atau struktur kekayaan adalah perimbangan atau perbandingan baik dalam artian absolut maupun dalam artian relatif antara aktiva lancar dengan aktiva tetap, yang dimaksud dengan artian absolut adalah perbandingan dalam bentuk nominal, sedangkan yang dimaksud dengan relatif adalah perbandingan dalam bentuk persentase.

Struktur aktiva adalah perusahaan yang asetnya memadai untuk digunakan sebagai jaminan yang baik, sementara tidak untuk aset dengan tujuan khusus Brigham dan Houston (2011:188).

2.1.2.2 Jenis- Jenis Aktiva

Menurut Rambe, dkk. (2015:42) mengemukakan bahwa aktiva dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu, Aktiva lancar adalah uang kas dan lainnya yang dapat diharapkan untuk dicairkan atau ditukarkan menjadi uang tunai. Pos-pos yang termasuk dalam aktiva lancar adalah : kas, surat-surat berharga, piutang dagang, piutang wesel, penghasilan yang masih harus diterima, dan biaya dibayar dimuka dan aktiva tidak lancar yaitu, aktiva yang mempunyai masa penggunaan yang relatif panjang, dalam arti tidak akan habis dipakai dalam satu tahun dan tidak dapat dengan segera dijadikan kas. Aktiva tidak lancar ada yang berbentuk aktiva berwujud dan tak berwujud. Pos-pos yang termasuk dalam aktiva ini adalah investasi, aktiva tetap, aktiva tak berwujud dan aktiva lainnya.

Sedangkan menurut Kasmir (2012:39) menyatakan bahwa aktiva dikelompokkan menjadi tiga bagian yaitu aktiva lancar merupakan harta atau kekayaan yang dapat segera diuangkan pada saat dibutuhkan dan paling lama satu tahun, dan merupakan aktiva paling likuid dibandingkan jenis aktiva lainnya. Komponen yang dari aktiva lancar antara lain kas, surat-surat berharga, piutang, persediaan, dan sewa dibayar dimuka, selanjutnya aktiva tetap merupakan harta atau kekayaan perusahaan yang digunakan dalam jangka panjang lebih dari satu tahun. Aktiva tetap dapat dibagi menjadi dua macam yaitu, aktiva berwujud seperti, tanah, bangunan, mesin, kendaraan, dan aktiva tak berwujud seperti, hak paten, merek dagang, *goodwill*, dan lainnya, yang ketiga yaitu aktiva lainnya merupakan harta atau kekayaan yang tidak dapat golongan ke dalam aktiva lancar maupun aktiva tetap. Komponen yang ada dalam aktiva lainnya adalah bangunan dalam proses, piutang jangka panjang, tanah dalam penyelesaian dan lainnya.

2.1.2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi struktur aktiva

1. Harga perolehan

Yaitu uang yang dikeluarkan atau hutang yang timbul dan biaya-biaya lainnya yang terjadi dalam memperoleh suatu aktiva, Baridwan (2014)

Menurut Harti, (2011) Harga perolehan ini dapat ditentukan atas dasar :

- a. aktiva tetap yang diperoleh dalam bentuk siap dipakai harga perolehannya ditetapkan berdasarkan harga beli ditambah dengan biaya-biaya yang terjadi sehubungan dengan aktiva tetap seperti, PPN, biaya pengangkutan, biaya masuk, biaya pemasangan, biaya percobaan, dan lain-lain.
- b. aktiva tetap yang dibangun sendiri, harga perolehannya berdasarkan biaya-biaya yang terjadi sehubungan dengan pembangunan sampai bisa digunakan aktiva tetap tersebut. Biayanya yaitu biaya bahan langsung, dan biaya tenaga kerja langsung, biaya-biaya bahan tidak langsung.
- c. aktiva tetap yang diperoleh melalui pertukaran dengan aktiva non kas / bukan kas, ditetapkan atas dasar harga pasar aktiva yang diserahkan atau harga pasar yang diterima, tergantung harga mana yang lebih wajar.
- d. aktiva tetap yang diperoleh dari sumbangan, harga perolehannya berdasarkan harga pasar aktiva yang diterima atau harga taksiran yang wajar.
- e. aktiva tetap yang diperoleh secara gabungan, ditetapkan atas dasar alokasi harga perolehannya dengan perbandingan yang wajar.

2. Nilai residu

Adalah jumlah yang diterima bila aktiva itu dijual, ditukarkan atau cara-cara lain jika aktiva tersebut sudah tidak dapat digunakan lagi, dikurangi dengan biaya-biaya yang terjadi saat dijual atau ditukarkan, Baridwan (2014).

Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan 16 Aset Tetap, paragraf 6, nilai residu aset adalah estimasi jumlah yang dapat diperoleh entitas saat ini dari pelepasan aset, setelah dikurangi estimasi biaya pelepasan, jika aset telah mencapai umur dan kondisi yang diperkirakan pada akhir umur manfaatnya. Sedangkan menurut *International Accounting Standart 16 Property, Plant and Equipment, paragraph 6, the residual of an asset is the estimate amount that an entity would currently obtain from disposal of the asset, after deducting the estimated costs of disposal, if the asset were already of the age and in the condition expected at the end of its useful life.* Maksud dari pernyataan ini yaitu, nilai residu dari suatu aset adalah taksiran jumlah yang akan diperoleh suatu entitas saat ini dari pelepasan aset,

setelah dikurangi dengan perkiraan biaya pelepasan, jika aset tersebut sudah seusia dan dalam kondisi yang diharapkan pada akhir masa manfaatnya.

3. Masa manfaat (umur aktiva)

Hal ini di pengaruhi oleh cara-cara pemeliharaan dan kebijaksanaan yang dianut dalam reparasi perusahaan, Baridwan (2014).

Dalam UU Perpajakan No. 36 Tahun 2008 umur aktiva tetap dibedakan menjadi dua golongan

a. Penentuan umur aktiva tetap berupa bangunan

Aktiva tetap berupa bangunan ini dibagi menjadi bangunan permanen dan bangunan yang tidak permanen. Bangunan permanen artinya bangunan milik dan telah dibangun dengan baik. Tidak ada kemungkinan untuk pemilik (baik individu maupun perusahaan) pindah, kecuali bangunan tersebut dijual. Bangunan permanen ini memiliki masa manfaat selama 20 tahun. Sedangkan bangunan yang tidak permanen dapat dipindahkan mempunyai masa manfaat selama maksimal 10 tahun.

b. Penentuan umur aktiva tetap berupa bukan bangunan

Aktiva tetap berupa bukan bangunan ini dibagi menjadi 4 kelompok, yaitu kelompok 1 memiliki masa manfaat 4 tahun, terdiri dari mesin kantor, perlengkapan elektronik, sepeda motor dan sepeda, alat komunikasi dan barang yang lainnya terkait produksi. Kelompok 2 memiliki masa manfaat 8 tahun terdiri dari mobil, bus, truk, *speed boat*, dan peralatan logam lainnya. Kelompok 3 memiliki masa manfaat sampai 16 tahun. Kelompok ini berkaitan dengan aset yang dimiliki oleh industri pertambangan dan telekomunikasi seperti mesin-mesin yang digunakan untuk mengolah bahan produksi. Kelompok 4 memiliki masa manfaat sampai 20 tahun. Kelompok ini berkaitan dengan aset dalam bidang transportasi seperti pesawat, kereta api, kapal laut.

2.1.2.4 Metode Perhitungan

Menurut Weston dan Copeland (1995) dalam Aprilia (2015) struktur aktiva dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Struktur Aktiva} = \frac{\text{Aktiva Tetap}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Rasio struktur aktiva ini menghitung perbandingan antara aktiva tetap dengan total aktiva.

Menurut Sitanggang (2013:75) komposisi aktiva tetap berwujud perusahaan yang jumlahnya besar akan mempunyai peluang untuk memperoleh tambahan modal dengan utang, karena aktiva tetap tersebut dapat dijadikan sebagai jaminan untuk memperoleh utang.

2.1.3 Pertumbuhan Penjualan

2.1.3.1 Pengertian Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan menurut Fahmi (2012:69) merupakan rasio yang mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisinya di dalam industri dan dalam perkembangan ekonomi secara umum. Penjualan menurut Marwan (dalam Silviawati, 2010) adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana – rencana strategi yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba.

Menurut Subramanyam (2014:487) pertumbuhan penjualan (*sales growth*) adalah *analysis of trends in sales by segments is useful in assessing profitability. Sales growth is often the result of one or more factor, including (1) price changes, (2) volume changes, (3) acquisitions / divestitures, and (4) change in exchangerate. A company's, Management's Discussion and Analysis section usually offers insights into the causes of sales growth.*

Penulis akan menyampaikan maksud dari pernyataan diatas sesuai pengetahuan penulis pertumbuhan penjualan yaitu analisis tren penjualan berdasarkan segmen, berguna untuk menilai profitabilitas. Pertumbuhan penjualan dipengaruhi faktor (1) perubahan harga, (2) perubahan volume, (3) akuisisi/divestasi, (4) perubahan nilai

tukar. Bagian, diskusi dan analisis manajemen perusahaan, biasanya menawarkan wawasan tentang penyebab pertumbuhan penjualan.

2.1.3.2 Faktor – Faktor Penentu Pertumbuhan Penjualan

Menurut Indoalpha (2013) pertumbuhan penjualan bisa terjadi karena faktor – faktor berikut yaitu Pertumbuhan Pendapatan dan pertumbuhan laba bersih. Pertumbuhan Pendapatan dapat terjadi apabila:

- a. Perusahaan dapat menjual lebih banyak produknya, jika perusahaan dapat meningkatkan penjualan dengan volume yang lebih besar tiap tahunnya berarti peminat dan pangsa pasar produk perusahaan bertambah,
- b. menaikkan harga jual produk,
- c. perusahaan dapat membuka lini divisi baru,
- d. mengakuisisi perusahaan baru sehingga pendapatan meningkat (inorganik)
sedangkan pertumbuhan laba bersih, bisa terjadi jika:
 - a. Adanya pertumbuhan dari pendapatan, sehingga laba bersih juga tumbuh,
 - b. Rasio laba margin meningkat,
 - c. Adanya pendapatan non – operasional yang bisa di dapat dari menjual aset tetap atau keuntungan dari selisih valuta asing.

2.1.3.3 Metode Perhitungan

Menurut Kasmir (2012:107) rasio pertumbuhan dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Pertumbuhan penjualan

Pertumbuhan penjualan menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan total penjualan secara keseluruhan.

$$\text{Rumus : Pertumbuhan penjualan} = \frac{\text{penjualan tahun}_t - \text{penjualan tahun}_{t-1}}{\text{penjualan tahun}_{t-1}} \times 100 \%$$

2. Pertumbuhan Laba Bersih

Pertumbuhan laba bersih menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan kemampuannya untuk memperoleh keuntungan bersih dibanding dengan total keuntungan secara keseluruhan.

$$\text{Rumus : Pertumbuhan laba bersih} = \frac{\text{laba bersih}_t - \text{laba bersih}_{t-1}}{\text{laba bersih}_{t-1}} \times 100 \%$$

3. Pertumbuhan Pendapatan per Saham

Pertumbuhan pendapatan per saham menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan kemampuannya untuk memperoleh pendapatan atau laba per lembar saham dibandingkan dengan total laba per saham secara keseluruhan.

$$\text{Rumus} \qquad \qquad \qquad \text{Pertumbuhan pendapatan per saham} = \frac{\text{laba persaham tahun}_t - \text{laba persaham tahun}_{t-1}}{\text{laba per saham tahun}_{t-1}} \times 100 \%$$

4. Pertumbuhan Deviden per Saham

Pertumbuhan deviden per saham menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan kemampuan untuk memperoleh deviden saham dibandingkan dengan total deviden per saham secara keseluruhan

$$\text{Rumus} \qquad \qquad \qquad \text{pertumbuhan deviden per saham} = \frac{\text{deviden per saham tahun}_t - \text{deviden per saham tahun}_{t-1}}{\text{deviden per saham tahun}_{t-1}} \times 100 \%$$

2.1.4 Struktur Modal

2.1.4.1 Pengertian Struktur Modal

Struktur modal merupakan perbandingan atau imbalan dana jangka panjang perusahaan yang ditunjukkan oleh perbandingan hutang jangka panjang terhadap modal sendiri, (Martono dan Harjito 2010:240).

Menurut Fahmi (2015:184) struktur modal merupakan gambaran dari bentuk proporsi finansial perusahaan yaitu antara modal yang dimiliki yang bersumber dari utang jangka panjang (*long-term liabilities*) dan modal sendiri (*shareholders equity*) yang menjadi sumber pembiayaan suatu perusahaan. Modal sendiri terbagi

atas laba ditahan dan penyertaan kepemilikan perusahaan. Struktur modal yang optimal adalah struktur modal yang mengoptimalkan keseimbangan antara risiko dan pengembalian sehingga memaksimalkan harga saham. Untuk itu, dalam penetapan struktur modal suatu perusahaan perlu mempertimbangkan berbagai variabel yang memengaruhinya.

Struktur modal merupakan masalah yang penting bagi perusahaan karena baik buruknya struktur modal akan mempunyai efek langsung terhadap posisi finansial perusahaan, terutama dengan adanya utang yang sangat besar akan memberikan beban kepada perusahaan.

2.1.4.2 Teori Struktur Modal

Teori struktur modal antara lain :

1. *Pecking Order Theory*

Pecking order theory merupakan suatu kebijakan yang di tempuh oleh suatu perusahaan untuk mencari tambahan dana dengan cara menjual aset yang dimilikinya seperti bangunan (*build*), tanah (*land*), dan peralatan (*inventory*) yang dimilikinya dan aset-aset lainnya termasuk dana yang berasal dari laba ditahan (*retained earnings*) (Fahmi 2014:194). Selain itu tambahan dana ini juga didapat dari hutang dan ekuitas. Dari semua pembiayaan dana ini semua investor berpendapat bahwa ekuitas lebih beresiko jika dibandingkan dengan hutang, atau dengan kata lain jika dibandingkan utang merupakan sumber pendanaan yang lebih baik dari pada ekuitas, tapi lebih dari itu dibandingkan utang, laba ditahan merupakan sumber pendanaan yang lebih baik.

2. *Signalling Theory*

Arifin (dalam Naibaho, 2013:12) menyatakan teori ini tersusun dari asumsi adanya *asymmetric information* antara manajer dan pemegang saham. Karena terdapat *asymmetric information* maka manajer harus berupaya memberi sinyal kepada investor. Sinyal tersebut harus dalam bentuk sesuatu yang bisa dipercaya dan tidak mudah ditiru atau mahal untuk menirunya. Dalam kebijakan struktur modal, sinyal yang diberikan adalah dalam bentuk digunakannya porsi hutang yang

lebih besar pada perusahaan. *Signalling theory* berakar dari teori akuntansi pragmatik yang memusatkan perhatiannya kepada pengaruh informasi terhadap perubahan perilaku pemakai informasi.

3. *Trade Off–Theory*

Trade off theory merupakan teori dimana perusahaan menukar manfaat pajak dari pendanaan utang dengan masalah yang ditimbulkan oleh potensi kebangkrutan (Brigham dan Houston, 2011:183). Dari model ini dapat dinyatakan bahwa perusahaan yang tidak menggunakan pinjaman sama sekali dan perusahaan yang menggunakan pembiayaan investasinya dengan pinjaman seluruhnya adalah buruk. Keputusan terbaik adalah keputusan yang moderat dengan mempertimbangkan kedua instrumen pembiayaan. Esensi *trade off theory* dalam struktur modal adalah menyeimbangkan manfaat dan pengorbanan yang timbul sebagai akibat menggunakan utang. Hal ini mengindikasikan bahwa adanya *trade off* dari penghematan pajak karena utang dan biaya kebangkrutan (Hanafi, 2004:311 dalam Puspita, 2011). Semakin besar utang maka semakin besar pula biaya kebangkrutan yang akan timbul.

4. *Agency Theory*

Menurut Jensen dan Meckling dalam Siagian (2011:10) menyatakan bahwa hubungan keagenan terkadang menimbulkan masalah antara manajer dan pemegang saham. Konflik yang terjadi karena, manusia adalah makhluk ekonomi yang mempunyai sifat dasar mementingkan kepentingan diri sendiri. Pemegang saham dan manajer memiliki tujuan yang berbeda dan masing-masing menginginkan tujuan mereka terpenuhi. Akibat yang terjadi adalah munculnya konflik kepentingan. Pemegang saham menginginkan pengembalian yang lebih besar dan secepat-cepatnya atas investasi yang mereka tanamkan sedangkan manajer menginginkan kepentingannya diakomodasikan dengan pemberian kompensasi atau insentif yang sebesar-besarnya atas kinerjanya dalam menjalankan perusahaan. Dapat dikatakan *Agency theory* digunakan untuk menyelesaikan, memahami dan memecahkan masalah yang timbul jika ada ketidaklengkapan informasi ketika melakukan kontrak (perikatan). Teori keagenan berhubungan

dengan menyelesaikan dua masalah yang bisa saja terjadi dalam hubungan keagenan.

5. *Modigliani-Miller*

Teori *Modigliani dan Miller* (teori MM) merupakan teori yang memiliki pandangan bahwa struktur modal tidak relevan dan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Menurut Made (2011:148) dalam teori MM, nilai total perusahaan tidak dipengaruhi oleh struktur modal perusahaan, melainkan oleh investasi yang dilakukan perusahaan dan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Teori ini mengasumsikan bahwa dengan memasukkan unsur pajak kedalam struktur modal sehingga akan mendapatkan penghematan pajak. Penghematan ini didapatkan karena penghasilan kena pajak berkurang akibat perusahaan menggunakan utang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin banyak penggunaan utang maka perusahaan akan lebih berhemat.

2.1.4.3 *Metode perhitungan*

Menurut Sjahrial dan Purba (2013:37) rasio struktur modal terdiri dari:

1. Rasio Total Utang Terhadap Total Aktiva (*Total Debt to Total Assets Ratio / DAR*)

Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin besar jumlah modal pinjaman yang digunakan untuk investasi pada aktiva guna menghasilkan keuntungan bagi perusahaan, (Sjahrial dan Purba, 2013:37).

Rasio DAR = Total utang / Total aktiva x 100%

2. Rasio Total Utang Terhadap Modal (*Total Debt to Equity Ratio / DER*)

Menurut Sjahrial dan Purba, (2013:37) rasio ini digunakan untuk mengukur perimbangan antara kewajiban yang dimiliki perusahaan dengan modal sendiri. Rasio ini juga dapat berarti sebagai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban membayar utangnya dengan jaminan modal sendiri. Rasio DER = Total utang / Total ekuitas x 100%

3. Rasio Utang Jangka Panjang Terhadap Modal (*Long Term Debt to Equity Ratio* / LDER)

Rasio ini digunakan untuk menunjukkan hubungan antara jumlah pinjaman jangka panjang yang diberikan kreditur dengan jumlah modal sendiri yang diberikan oleh pemilik perusahaan. Rasio ini juga digunakan untuk mengukur seberapa besar perbandingan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri atau seberapa besar utang jangka panjang dijamin oleh modal sendiri. (Sjahrial dan Purba, 2013:37)

Rasio LDER = Total utang jangka panjang / Total ekuitas x 100%

2.2. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Sebelumnya sudah ada peneliti-peneliti lain yang sudah pernah meneliti tentang variable-variabel yang bersangkutan seperti, ukuran perusahaan, struktur aktiva, pertumbuhan penjualan, dan struktur modal. Ada yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan, struktur aktiva, dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap struktur modal, adapula yang menyatakan bahwa tidak berpengaruh. Berikut ini hasil pemaparan dari penelitian-penelitian terdahulu yang meneliti apakah ukuran perusahaan, struktur aktiva, dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap struktur modal.

Yang pertama penelitian yang dilakukan oleh Putranto (2018) yang berjudul Pengaruh struktur aktiva, pertumbuhan penjualan, ROA dan ukuran perusahaan terhadap struktur modal perusahaan sektor manufaktur tahun 2018. Dalam penelitian ini peneliti menyatakan bahwa struktur aktiva tidak berpengaruh signifikan terhadap struktur modal, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap struktur modal, sedangkan ROA berpengaruh negatif signifikan terhadap struktur modal. Persamaan peneliti terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu padavariabel yang diteliti yaitu struktur aktiva, pertumbuhan penjualan, ukuran penjualan dan struktur modal, sedangkan perbedaannya peneliti terdahulu menggunakan variabel ROA, sedangkan peneliti sekarang tidak menggunakan ROA. Tahun yang diteliti peneliti sekarang

menggunakan tahun 2020, tempat penelitian juga berbeda peneliti sekarang lebih memperkecil tempat penelitian yaitu di perusahaan sub sektor otomotif.

Yang kedua, penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2017) dengan judul Pengaruh profitabilitas, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan struktur aktiva terhadap struktur modal pada perusahaan real estate dan property yang terdaftar di BEI 2011-2015 dan mendapatkan hasil bahwa secara simultan profitabilitas, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan struktur aktiva berpengaruh signifikan terhadap struktur modal dan secara parsial profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap struktur modal. Persamaan peneliti sekarang yaitu variabel yang diteliti yaitu pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, struktur aktiva dan struktur modal sedangkan perbedaannya peneliti dahulu menggunakan lima variabel dan peneliti sekarang hanya menggunakan empat variabel dan tidak menggunakan variabel profitabilitas, tahun dan tempat penelitiannya berbeda peneliti sekarang meneliti pada tahun 2016-2018 dan tempat penelitiannya di perusahaan sub sektor otomotif.

Yang ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Setiorini (2015) yang berjudul Pengaruh ukuran perusahaan, struktur aktiva dan profitabilitas terhadap struktur modal perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015. Dalam penelitian ini peneliti, meneliti tiga variabel dan mendapatkan hasil bahwa ukuran perusahaan dan struktur aktiva tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap struktur modal sedangkan profitabilitas memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap struktur modal dan ukuran perusahaan, struktur aktiva, profitabilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap struktur modal. Persamaan dengan peneliti yang sekarang yaitu variabel yang diteliti yaitu ukuran perusahaan, struktur aktiva dan struktur modal, sedangkan perbedaannya peneliti sebelumnya menggunakan variabel profitabilitas sedangkan peneliti sekarang tidak, peneliti sekarang menggunakan pertumbuhan penjualan. Tahun penelitian berbeda peneliti dahulu meneliti pada tahun 2013-2015 sedangkan peneliti sekarang meneliti pada tahun 2016-2018, tempat penelitian peneliti sebelumnya di perusahaan sub sektor *food and beverage* sedangkan peneliti sekarang di perusahaan sub sektor otomotif.

Yang keempat, penelitian yang dilakukan oleh Apriyanti dan Sitanggang (2013) yang berjudul Pengaruh struktur aktiva, risiko bisnis dan ukuran perusahaan terhadap struktur modal pada industri manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013, dalam penelitian ini menyatakan bahwa struktur aktiva, risiko bisnis dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap struktur modal, struktur aktiva dan risiko bisnis berpengaruh secara parsial terhadap struktur modal sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap struktur modal. Penelitian terdahulu ini memiliki persamaan dengan peneliti yang sekarang yaitu variabel yang diteliti menggunakan variabel struktur aktiva, ukuran perusahaan dan struktur modal, sedangkan perbedaannya peneliti terdahulu menggunakan variabel risiko bisnis dan peneliti sekarang menggunakan pertumbuhan penjualan tempat dan tahun penelitian juga berbeda peneliti sekarang lebih memperkecil tempat penelitian yaitu perusahaan sub sektor otomotif dan peneliti sekarang menggunakan tahun yang lebih terbaru yaitu tahun 2016-2018.

Yang kelima penelitian yang dilakukan oleh Ryadi (2011) yang berjudul Pengaruh pertumbuhan penjualan, profitabilitas, struktur aktiva, ukuran perusahaan terhadap struktur modal pada perusahaan pariwisata dan perhotelan di BEI periode 2007-2011 mendapatkan hasil bahwa pertumbuhan penjualan, profitabilitas, struktur aktiva dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap struktur modal perusahaan pada sektor pariwisata dan perhotelan di BEI, pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap struktur modal perusahaan pada sektor pariwisata dan perhotelan di BEI, profitabilitas dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap struktur modal perusahaan pada sektor pariwisata dan perhotelan di BEI sedangkan struktur aktiva berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap struktur modal perusahaan pada sektor pariwisata dan perhotelan di BEI. Persamaan dengan peneliti sekarang terdapat pada variabel yang diteliti yaitu pertumbuhan penjualan, struktur aktiva, ukuran perusahaan, dan struktur modal, sedangkan perbedaannya peneliti dahulu menggunakan lima variabel sedangkan peneliti sekarang hanya menggunakan empat variabel dan tidak menggunakan variabel profitabilitas, tempat dan tahunnya juga berbeda peneliti terdahulu meneliti di perusahaan sub

sektor pariwisata dan perhotelan pada tahun 2007-2011 sedangkan peneliti sekarang meneliti di perusahaan sub sektor otomotif pada tahun 2016-2018.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

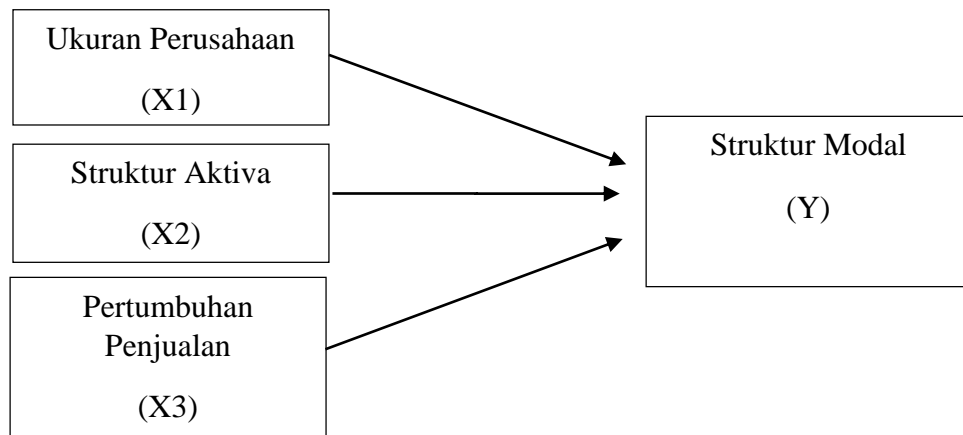
Nama dan Tahun penelitian	Judul	Variable penelitian	Metode penelitian	Hasil
Ryan Dwi Putranto (2018)	Pengaruh struktur aktiva, pertumbuhan penjualan, ROA dan ukuran perusahaan terhadap struktur modal perusahaan sektor manufaktur tahun 2018	Variable dependen menggunakan struktur modal Variable independen menggunakan struktur aktiva, pertumbuhan penjualan, ROA, ukuran perusahaan	Regresi linier berganda	1 Struktur aktiva tidak berpengaruh signifikan terhadap struktur modal 2. Pertumbuhan penjualan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap struktur modal 3 ROA berpengaruh negatif signifikan terhadap struktur modal 4 ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap struktur modal
Menik Yuni Lestari (2017)	Pengaruh profitabilitas, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan struktur aktiva terhadap struktur modal pada perusahaan real estate dan property yang terdaftar di BEI 2011-2015	Variable dependen menggunakan struktur modal Variable independen menggunakan profitabilitas, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan,	Regresi linier berganda	1 Secara simultan profitabilitas, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan struktur aktiva berpengaruh signifikan terhadap struktur modal 2 Secara parsial profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap struktur modal

		dan struktur aktiva		
Setiorini (2015)	Pengaruh ukuran perusahaan, struktur aktiva dan profitabilitas terhadap struktur modal perusahaan <i>food and beverage</i> yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015	Variable dependen menggunakan struktur modal Variable independen menggunakan ukuran perusahaan struktur aktiva, profitabilitas.	Regresi linier berganda dan analisis statistik deskriptif	1 Ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap struktur modal 2 Struktur aktiva tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap struktur modal 3 Profitabilitas memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap struktur modal 4 Ukuran perusahaan, struktur aktiva, profitabilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap struktur modal.
Herlina Apriyanti dan J.P Sitanggang (2013)	Pengaruh struktur aktiva, risiko bisnis dan ukuran perusahaan terhadap struktur modal pada industri manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013	Variable dependen menggunakan struktur modal Variable independen menggunakan struktur aktiva, risiko bisnis, dan ukuran perusahaan	Regresi linier berganda	1 Struktur aktiva, risiko bisnis dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap struktur modal 2 Struktur aktiva berpengaruh secara parsial terhadap struktur modal 3 Risiko bisnis berpengaruh secara parsial terhadap struktur modal 4 Ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap struktur modal
Nadia Puspawardhani Ryadi (2011)	Pengaruh pertumbuhan penjualan, profitabilitas, struktur aktiva, ukuran perusahaan terhadap struktur modal pada	Variable dependen menggunakan struktur modal Variable independen	Regresi linier berganda	1 Pertumbuhan penjualan, profitabilitas, struktur aktiva dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap struktur modal perusahaan pada sektor

	<p>perusahaan pariwisata dan perhotelan di BEI periode 2007-2011.</p>	<p>menggunakan pertumbuhan penjualan, profitabilitas, struktur aktiva, dan ukuran perusahaan</p>	<p>pariwisata dan perhotelan di BEI</p> <p>2 Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap struktur modal perusahaan pada sektor pariwisata dan perhotelan di BEI</p> <p>3 Profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap struktur modal perusahaan pada sektor pariwisata dan perhotelan di BEI</p> <p>4 Struktur aktiva berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap struktur modal perusahaan pada sektor pariwisata dan perhotelan di BEI</p> <p>5 Ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap struktur modal perusahaan pada sektor pariwisata dan perhotelan di BEI</p>
--	---	--	--

Sumber : Jurnal Publikasi

2.3 Model Konseptual



Gambar 2.1 Model Konseptual

2.4 Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap struktur modal

Ukuran perusahaan menggambarkan kecil besarnya suatu perusahaan. Perusahaan besar umumnya lebih mudah memperoleh utang dibandingkan perusahaan kecil karena berhubungan dengan tingkat kepercayaan kreditur pada perusahaan-perusahaan besar tersebut, perusahaan besar juga cenderung lebih terarahkan dalam berkonsep di dalam manajemennya dan lebih tahan terhadap risiko kebangkrutan Najmudin (2011:316). Untuk menilai besar tidaknya suatu perusahaan salah satunya dapat dilihat dari sumber pendanaannya. Perusahaan besar dalam memenuhi kebutuhan dananya lebih cenderung mengeluarkan saham baru sedangkan perusahaan kecil lebih cenderung menggunakan hutang jangka pendek karena biayanya lebih murah. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap struktur modal, dibuktikan juga dengan adanya penelitian Ryadi (2011) yang menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap struktur modal. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap struktur modal.

H1 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap struktur modal

2. Pengaruh struktur aktiva terhadap struktur modal

Struktur aktiva merupakan perbandingan antara aktiva tetap terhadap total aktiva (Sundana, 2011:163, dikutip dalam penelitian setiorini, 2015). Struktur aktiva bermanfaat untuk memperlihatkan seberapa efektif perusahaan dalam menggunakan aktiva tetapnya. Struktur aktiva perusahaan yang tinggi, menunjukkan tingginya kemampuan perusahaan dalam mendapatkan jaminan hutang jangka panjang. Struktur aktiva tercermin dalam neraca bagian sisi kanan, yang menunjukkan total aset dimiliki. Struktur aset terdiri dari aset lancar dan aset tetap. Jika perusahaan memiliki banyak aktiva tetap maka perusahaan ini lebih suka menggunakan modal asing dalam struktur modalnya, hal ini dikarenakan aktiva tetap seperti bangunan dan tanah dapat dijadikan jaminan hutang. Hal ini menunjukkan bahwa struktur aktiva berpengaruh terhadap struktur modal. Dapat dibuktikan dengan adanya penelitian sebelumnya dari peneliti Lestari (2017) yang menyimpulkan bahwa struktur aktiva berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap struktur modal.

H2 : Struktur aktiva berpengaruh positif dan signifikan terhadap struktur modal

3. Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap struktur modal

Pertumbuhan penjualan menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan total penjualan secara keseluruhan Kasmir, (2012:107), atau dengan kata lain pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan penjualannya di masa sebelumnya dan dapat dijadikan prediksi di masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan yang tinggi mempunyai dampak bagus bagi perusahaan dan manajer perusahaan karena memudahkan dalam mengambil keputusan pendanaan perusahaannya apakah menggunakan modal sendiri atau modal asing (utang). Putranto (2018) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap struktur modal.

H3 : Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap struktur modal.