

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. TINJAUAN PENELITI TERDAHULU

| Nama | Judul | Variabel | Metode | Kesimpulan |
|---|---|---|----------------------------------|---|
| Yunita Widyaningrum. 2015 | Pengaruh profitabilitas, struktur aktiva, dan ukuran perusahaan terhadap struktur modal perusahaan manufaktur di BEI periode 2010-2013. | Variabel profitabilitas, struktur aktiva, dan ukuran perusahaan. | Analisis regresi linear berganda | Secara simultan profitabilitas, struktur aktiva, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap struktur modal. |
| Andreas Nabibaho Topowijono dan devi farah Azizah. 2015 | Pengaruh Probabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Struktur Aktiva Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal (Studi Kasus Pada Perusahaan Property and Estate Yang Terdaftar di BEI Tahun 2011-2013) | Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Struktur Aktiva, Ukuran Perusahaan | Analisis Regresi Berganda | Hasil penelitian yang telah dilakukan dengan 4 variabel independen dalam pengaruhnya terhadap struktur modal menunjukkan bahwa 2 variabel memiliki pengaruh signifikan terhadap struktur modal yaitu variabel Pertumbuhan Penjualan dan Struktur Aktiva, sedangkan 2 variabel lainnya yaitu Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Struktur Modal. Manajer perlu mempertimbangkan variabel-variabel yang |

“ANALISIS PENGARUH STABILITAS PENJUALAN, STRUKTUR AKTIVA DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP STRUKTUR MODAL PADA PERUSAHAAN SEKTOR PERTANIAN PADA TAHUN 2015-2017”

Author : Dichy Sebastian NPK: K.2014.1.32664

| | | | | |
|---|--|---|--|--|
| | | | | mempengaruhi struktur modal, dalam hal ini Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Struktur Aktiva dan Ukuran perusahaan. |
| Cinthia Yurike Mawikere dan Paulina Van rate 2015 | Pengaruh Stabilitas Penjualan dan Struktur Aktiva Terhadap Struktur Modal Perusahaan Automotive And Allied Product Yang Terdaftar Di BEI 2010-2013 | Stabilitas Penjualan, Struktur modal, Struktur Aktiva | Analisis Regresi Berganda | Variabel Stabilitas Penjualan, Struktur Aktiva, secara bersama – sama berpengaruh terhadap Struktur Modal pada perusahaan <i>automotive and allied product</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Variabel Stabilitas Penjualan berpengaruh signifikan terhadap Struktur Modal pada perusahaan <i>automotive and allied product</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Variabel Struktur Aktiva tidak berpengaruh signifikan terhadap Struktur Modal pada perusahaan <i>automotive and allied product</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia |
| Nunki Rizka Mahapsari dan Abdullah Taman 2013 | Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aktiva, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham Dengan Struktur Modal Sebagai | Stabilitas, Struktur Aktiva, Pertumbuhan Penjualan, Struktur Modal, Harga Saham | Analisis Regresi Berganda dan di perluas dengan analisis jalur | Tidak terdapat pengaruh positif profitabilitas terhadap struktur modal, Tidak terdapat pengaruh negatif struktur aktiva terhadap struktur modal, Terdapat pengaruh positif pertumbuhan penjualan terhadap struktur |

“ANALISIS PENGARUH STABILITAS PENJUALAN, STRUKTUR AKTIVA DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP STRUKTUR MODAL PADA PERUSAHAAN SEKTOR PERTANIAN PADA TAHUN 2015-2017”

Author : Dichy Sebastian NPK: K.2014.1.32664

| | | | | |
|---------------------|--|---|--|--|
| | Variabel INTERVENIN G Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia | | | modal, Tidak terdapat pengaruh negatif profitabilitas, struktur aktiva, dan pertumbuhan penjualan terhadap struktur modal, Terdapat pengaruh positif profitabilitas terhadap harga saham, tidak terdapat pengaruh positif struktur aktiva terhadap harga saham, tidak terdapat pengaruh negatif pertumbuhan penjualan terhadap harga saham, terdapat pengaruh negatif struktur modal terhadap harga saham, Terdapat pengaruh positif profitabilitas, struktur aktiva, dan pertumbuhan penjualan terhadap harga saham melalui struktur modal. |
| Mahjati Abidah 2013 | Pengaruh pertumbuhan perusahaan, stabilitas penjualan, profitabilitas, ukuran perusahaan terdapat struktur modal perusahaan <i>consumer goods</i> yang terdaftar di periode 2009-2011. | Variabel pertumbuhan perusahaan, stabilitas penjualan, profitabilitas, ukuran perusahaan. | Analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda | Pertumbuhan perusahaan, stabilitas penjualan, profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap struktur modal. |

“ANALISIS PENGARUH STABILITAS PENJUALAN, STRUKTUR AKTIVA DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP STRUKTUR MODAL PADA PERUSAHAAN SEKTOR PERTANIAN PADA TAHUN 2015-2017”

Author : Dichy Sebastian NPK: K.2014.1.32664

| | | | | |
|--|---|--|----------------------------------|---|
| Muis Fauzi Rambe 2013 | Pengaruh Struktur modal dan profitabilitas terhadap Kebijakan hutang pada perusahaan makanan dan minuman. | Struktur modal, Profitabilitas (ROA), Kebijakan hutang | Analisis Regresi Linear | Dapat Disimpulkan Bahwa dalam penelitian struktur modal tidak berkaitan atau tidak berpengaruh dalam kebijakan hutang dalam perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh dalam kebijakan hutang dalam perusahaan dan juga demikian struktur modal dan profitabilitas tidak berpengaruh dalam kebijakan hutang dalam perusahaan |
| Ayu SriMahatma Dewi dan Ary Wirajaya 2013 | Pengaruh struktur modal, profitabilitas, dan ukuran perusahaan pada nilai perusahaan | variabel struktur modal, Profitabilitas, Ukuran perusahaan | Analisa Regresi linear berganda | struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan pada nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. |
| Meidera Elsa Dwi Putri 2012 | Pengaruh profitabilitas, struktur aktiva dan ukuran perusahaan terhadap struktur modal perusahaan manufaktur sektor industry makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. | Variabel profitabilitas, struktur aktiva, dan ukuran perusahaan. | Analisis regresi linear berganda | Profitabilitas, struktur modal, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap struktur modal. |

“ANALISIS PENGARUH STABILITAS PENJUALAN, STRUKTUR AKTIVA DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP STRUKTUR MODAL PADA PERUSAHAAN SEKTOR PERTANIAN PADA TAHUN 2015-2017”

Author : Dichy Sebastian NPK: K.2014.1.32664

| | | | | |
|-------------------------------------|---|--|-----------------------|---|
| <p>Khaira Amalia Fachrudin 2011</p> | <p>Analisis Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Agency cost terhadap kinerja perusahaan</p> | <p>variabel struktur modal, ukuran perusahaan, agency cost</p> | <p>Analisis Jalur</p> | <p>Struktur modal, ukuran perusahaan, dan <i>agency cost</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hanya struktur modal yang hampir signifikan (<i>p-value</i> 0.05). Koefisien positif menunjukkan penggunaan hutang dalam struktur modal membawa dampak yang baik terhadap kinerja perusahaan. Ukuran perusahaan memang meningkatkan efisiensi <i>discretionary expense</i> namun tidak meningkatkan ROE. Tidak terdapat pengaruh tidak langsung struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap kinerja perusahaan melalui <i>agency cost</i>. Secara langsung struktur modal hampir berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Namun secara tidak langsung tidak berpengaruh. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung.</p> |
|-------------------------------------|---|--|-----------------------|---|

2.2. TINJAUAN TEORITIS

2.2.1. STRUKTUR MODAL

Struktur modal merupakan pendanaan ekuitas dan hutang dalam suatu perusahaan. Menurut Fama dan French (1998), mengatakan bahwa optimalisasi nilai perusahaan yang merupakan tujuan perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan fungsi manajemen keuangan, dimana setiap keputusan keuanganyang diambil akan mempengaruhi keputusan keuangan lainnya dan berdampak pada nilai perusahaan.

Franco Modigliani dan Merton Miller (MM) memperkenalkan model teori struktur modal secara matematis, *scientific* dan atas dasar penelitian yang terus-menerus. Perlu diketahui bahwa MM memperkenalkan teori struktur modal dengan beberapa asumsi sebagai berikut: tidak ada pajak, investor dapat meminjam pada tingkat yang sama dengan perusahaan, informasi selalu tersedia bagi semua investor dan dapat diperoleh tanpa biaya, EBIT tidak berpengaruh terhadap penggunaan hutang.

Selain teori yang telah dikemukakan oleh MM (Modigliani dan Miller) masih terdapat teori struktur modal yang lain yang membahas hubungan antara stuktur modal dengan nilai perusahaan. Menurut *trade-off theory* yang diungkapkan oleh Myers (2001:81), “Perusahaan akan berhutang sampai pada tingkat hutang tertentu, dimana penghematan pajak (*tax shields*) dari tambahan hutang sama dengan biaya kesulitan keuangan (*financial distress*). Biaya kesulitan keuangan (*financial distress*) adalah biaya kebangkrutan (*bankruptcy costs*), dan biaya keagenan (*agency costs*) yang meningkat akibat dari turunnya kredibilitas suatu perusahaan. *Trade-off theory* dalam menentukan struktur modal yang optimal memasukkan beberapa faktor antara lain pajak, biaya keagenan (*agency costs*) dan biaya kesulitan keuangan (*financial distress*) tetapi tetap mempertahankan asumsi efisiensi pasar dan *symmetric information* sebagai imbalan dan manfaat penggunaan hutang. Sejauh manfaat lebih besar, penambahan hutang masih diperkenankan. Apabila pengorbanan karena penggunaan hutang sudah lebih besar, maka tambahan hutang sudah tidak diperbolehkan.

Berikut faktor yang mempengaruhi Struktur modal (Brigham, 2006):

- a. Stabilitas penjualan, bagi perusahaan yang memiliki tingkat penjualan yang stabil tiap tahunnya boleh memiliki hutang yang besar dengan risiko menanggung biaya tetap yang tinggi.
- b. Struktur aktiva, aktiva dapat digunakan sebagai jaminan peminjaman hutang dalam jumlah besar.
- c. Leverage operasi, perusahaan yang memiliki leverage operasi yang lebih sedikit memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menerapkan leverage keuangan, karena perusahaan akan memiliki resiko bisnis yang lebih kecil .
- d. Tingkat pertumbuhan, perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan yang cepat, wajib mengandalkan modal eksternal dalam bentuk obligasi daripada saham yang memiliki biaya pengembangan yang tinggi.
- e. Profitabilitas, perusahaan yang memiliki tingkat pengembalian investasi tinggi cenderung memiliki hutang dalam jumlah kecil.
- f. Pajak, tambahan tarif pajak suatu perusahaan akan lebih baik dalam menggunakan permodalan hutang.
- g. Pengendalian, Pengendalian terhadap penggunaan hutang dalam perusahaan perlu dipertimbangkan, apabila menggunakan jumlah hutang yang sedikit, manajemen menghadapi risiko pengambilalihan oleh perusahaan lain dan jika terlalu banyak, dihadapkan pada masalah kegagalan memenuhi kewajiban.
- h. Sikap manajemen, sikap manajemen yang cenderung konservatif atau sebaliknya dalam menggunakan hutang akan sedikit banyak mempengaruhi harga saham.
- i. Sikap pemberi pinjaman, Penentuan struktur modal yang tepat di tentukan oleh sikap manajemen dalam menyikapi pemberi pinjaman atau kreditur.
- j. Kondisi pasar, perubahan jangka pendek dan jangka panjang kondisi di pasar saham dan obligasi akan mempengaruhi struktur modal optimal suatu perusahaan.
- k. Kondisi internal perusahaan, Kondisi internal perusahaan akan ikut mempengaruhi target struktur modal. Bagi perusahaan baru, estimasi laba besar dimasa yang akan datang belum mencerminkan harga saham. Penggunaan hutang sampai laba terrealisir dan tercermin dalam harga saham, mengemisi, melunasi hutang dan kembali pada target struktur modal.
- l. Fleksibilitas keuangan, suatu alat ukur untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mendapatkan sumber dana.

2.2.2. STABILITAS PENJUALAN

Perusahaan yang penjualannya relatif stabil dapat lebih aman menggunakan lebih banyak hutang dan menanggung beban tetap lebih tinggi dari pada perusahaan dengan penjualan tidak stabil. Stabilitas penjualan dan rasio hutang berkaitan erat sekali (Brigham & Houston 2006). Bila stabilitas penjualan dan laba lebih besar, maka beban hutang tetap yang terjadi pada suatu perusahaan akan mempunyai resiko yang lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan yang penjualan dan labanya menurun tajam, bila laba kecil, maka perusahaan akan menemui kesulitan untuk membayar bunga tetap dari obligasi (Copeland & Weston 2008). Maka dapat disimpulkan dengan penjualan yang stabil maka dapat memberikan laba yang lebih besar, dengan begitu perusahaan akan lebih aman dan mempunyai resiko yang lebih kecil dalam menggunakan banyak hutang dan menanggung beban tetap.

Stabilitas penjualan sangat berpengaruh terhadap keputusan pendanaan yaitu struktur modal, stabilitas penjualan berkaitan erat dengan rasio hutang.(Brigham & Houston 2006:42) Menurut Copeland & Weston (2008:20), Dimana stabilitas penjualan dan laba bersih besar, maka beban hutang tetap dari suatu perusahaan memiliki risiko yang lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan yang penjualan dan labanya lebih kecil. Bila laba kecil, maka perusahaan akan menemui kesulitan dalam membayar bunga tetap. Dengan demikian apabila penjualan stabil maka semakin tinggi struktur modal suatu perusahaan. Jika struktur modal tinggi dalam suatu perusahaan berarti struktur aktiva juga semakin tinggi dan keadaan tersebut aktiva tetap dapat dijadikan tanggungan hutang oleh perusahaan.

Jika penjualan relative stabil perusahaan dapat secara aman menggunakan hutang yang lebih tinggi dan berani menanggung beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan yang penjualannya relative tidak stabil. Ukuran untuk stabilitas penjualan menggunakan rasio *Net Profit Margin* (NPM). NPM adalah rasio antara laba bersih dengan penjualan yang dapat mencerminkan strategi dalam penetapan harga penjualan dan kemampuan untuk mengendalikan beban usaha perusahaan (Bastian dan Suhardjono, 2006:299). Menurut Joel G. Siegel dan Jae K.

Shim, mengatakan “margin laba bersih sama dengan laba bersih di bagi penjualan bersih dan menunjukkan kestabilan kesatuan untuk menghasilkan perolehan pada tingkat penjualan khusus. Dengan memeriksa margin laba pada tahun-tahun sebelumnya yang nantinya bisa menilai efisiensi operasi dan strategi penempatan harga serta status persaingan perusahaan dengan perusahaan lain dalam industry tersebut. Dimana rasio NPM ini menunjukkan berapa besar presentase laba bersih yang diperoleh dari setiap penjualan. Semakin besar NPM, maka kinerja perusahaan akan semakin produktif dan membuat investor memiliki kepercayaan untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Juga semakin besar NPM berarti semakin efisien perusahaan dalam mengeluarkan biaya-biaya sehubungan dengan kegiatan operasi (Weston dan Copeland, 1998). Menurut Sullistyanto (tanpa tahun: 7) angka NPM dapat dikatakan baik apabila $> 5\%$.

Sartono (2010:248), menyatakan bahwa perusahaan dengan penjualan yang relatif stabil berarti memiliki aliran kas yang relatif stabil pula, maka dapat menggunakan hutang lebih besar daripada perusahaan dengan penjualan yang tidak stabil. Pertumbuhan suatu perusahaan dapat dilihat dari bertambahnya volume penjualan. Dengan peningkatan penjualan, maka perusahaan dapat meningkatkan kemampuan untuk pendapatan dan laba perusahaan, dengan peningkatan pendapatan tersebut maka perusahaan dapat menutup biaya-biaya yang dikeluarkan. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi stabilitas penjualan:

1.Harga

Harga merupakan nilai yang ditukarkan konsumen dengan suatu produk atau jasa yang memiliki manfaat bagi pembeli. Harga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi stabilitas penjualan, karena melalui penentuan harga dapat mempengaruhi tingkat penjualan, stabilitas harga, dan pencapaian laba maksimum.

2.Produk

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen.

3.Distribusi

Merupakan satu jalur yang dilalui oleh arus barang dari produsen ke perantara. Melalui distribusi konsumen akan mampu mencapai barang-barang yang ditawarkan dan distribusi menjadi penentu apakah konsumen mampu mendapatkan barang tersebut untuk pemenuhan kebutuhan pokok maupun sekunder.

4.Pemotongan Atau Diskon

Merupakan potongan harga dari harga yang ditentukan oleh penjual kepada konsumen. Pemberian diskon dapat berupa diskon kuantitas, diskon dagang, diskon kontan dan diskon musiman.

5.Promosi

Promosi menjadi salah satu faktor yang penting dalam memasarkan sebuah produk di lingkup konsumen, karena melalui promosi konsumen dapat mengetahui suatu produk yang ada dipasaran dan sekaligus sebagai media bagi perusahaan untuk menyampaikan bahwa perusahaan tersebut menawarkan barang atau jasa.

6.Agen

Agen adalah penyalur yang atas nama suatu perusahaan tertentu menjual barang dan jasa hasil produksi perusahaan tersebut di daerah tertentu.

7.Pengecer

Pengecer merupakan salah satu cara pemasaran produk meliputi semua aktivitas yang melibatkan penjualan barang secara langsung ke konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan bisnis.

8.Wiraniaga

Wiraniaga adalah orang yang melakukan penjualan barang secara langsung kepada konsumen.

9.Pesaing

Pesaing adalah perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang/ jasa yang sama dengan produk yang kita tawarkan.

2.2.3. STRUKTUR AKTIVA

Aktiva adalah sumber penghasilan atas usahanya sendiri dan memiliki karakteristik yaitu memberikan jasa atau manfaat dimasa yang akan datang (Jerry et al, 2007:11-12). Perusahaan pada umumnya memiliki dua jenis aktiva yaitu aktiva lancar dan aktiva tetap, keduanya aktiva tersebut yang membentuk struktur aktiva. Struktur aktiva menurut Titman dan Wessels (1988) dalam Ali Kesuma (2009) adalah kekayaan atau sumber-sumber ekonomi yang dimiliki oleh perusahaan yang diharapkan akan memberikan manfaat dimasa yang akan datang yang terdiri dari aktiva tetap, aktiva tidak berwujud, aktiva lancar, dan aktiva tidak lancar. Menurut Riyanto (1993:12) dalam Rina Walmiaty Mardi (2006): “Perbandingan atau perimbangan antara aktiva lancar dan aktiva tetap akan menentukan struktur kekayaan (struktur aktiva)”. Struktur aktiva tercermin dalam sisi kiri suatu neraca, yang menunjukkan komposisi aktiva yang harus dibiayai.

Perusahaan yang memiliki aktiva tetap dalam jumlah yang besar dapat menggunakan hutang yang lebih besar, didukung dengan permintaan akan produk suatu perusahaan itu menyakinkan. Hal ini disebabkan dari skala perusahaan besar akan lebih mudah mendapatkan akses sumber dana dari pada perusahaan kecil. setelah itu besarnya aktiva tetap dapat dijadikan jaminan hutang perusahaan.

Teori trade-off menjelaskan bahwa perusahaan akan berhutang sampai pada tingkat hutang tertentu, dimana penghematan pajak dari tambahan hutang sama dengan biaya kesulitan keuangan. (Myers, 2001). Perusahaan akan berhutang sampai pada tingkat hutang tertentu dan aktiva tetap dapat dijadikan jaminan dalam melakukan utang (Elsas & Florysick, 2008). Karena dapat menghemat biaya dari kesulitan keuangan dan ini akan semakin meningkatkan kapasitas tingkat utang yang dapat menguntungkan perusahaan.

Teori struktur modal mengungkap adanya hubungan positif antara tingkat hutang dan asset berwujud. Perusahaan yang memiliki banyak asset berwujud memiliki jaminan yang cukup atas pinjaman mereka, sehingga resiko kreditor dan biaya agen kecil (Nofal, 2007:100). Aset berwujud juga berarti bahwa perusahaan memiliki nilai likuidasi tinggi, sehingga kreditor dapat menerima kembali dana mereka jika terjadi likuidasi perusahaan. Dimana asset berwujud itu berupa aktiva lancar seperti kas, piutang dan persediaan, begitu juga dengan aktiva tetap yang dimiliki perusahaan.

Olehnya, semakin banyak asset berwujud yang dimiliki perusahaan, semakin tinggi motivasi kreditor menyetujui kredit, tingkat hutang tentunya lebih tinggi.

Brigham (2006) mengemukakan bahwa:

Perusahaan yang memiliki struktur aktiva yang tinggi menunjukkan struktur modal yang tinggi pula, dimana semakin besar aktiva tetap yang dapat dijadikan agunan hutang oleh perusahaan tersebut. Sebaliknya, semakin rendah struktur aktiva suatu perusahaan, semakin rendah kemampuan perusahaan untuk dapat menjamin hutang jangka panjangnya.

2.2.4. UKURAN PERUSAHAAN

Hasil dari banyak studi menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan menjadi faktor penting dalam penentu struktur modal, dan banyak studi menemukan bahwa perusahaan yang besar lebih banyak menggunakan utang daripada perusahaan kecil (Chen dan Strange, 2006). Ini dikarenakan semakin besar perusahaan, maka lebih memiliki arus kas yang lebih stabil, yang dapat mengurangi risiko dari penggunaan hutang (Chen dan Strange, 2006). Selain itu perusahaan besar memiliki *default risk* yang lebih rendah dan memiliki probabilitas kebangkrutan yang lebih rendah daripada perusahaan kecil (Elsas dan Florysiak, 2008), sehingga menurut hipotesis *trade-off theory*, semakin besar perusahaan maka perusahaan dapat memakai hutang lebih banyak, ini terkait rendahnya risiko perusahaan besar. Rendahnya risiko perusahaan juga akan menyebabkan biaya hutang perusahaan besar juga lebih rendah dibandingkan perusahaan kecil, sehingga mendorong akan perusahaan untuk menggunakan hutang lebih banyak lagi (Song, 2005). Menurut Suwito dan Herawaty (2005), “ukuran perusahaan merupakan pengelompokan perusahaan yang terdiri dari perusahaan besar, perusahaan sedang, dan perusahaan kecil.”

Sedangkan menurut Yusuf dan Soraya (2004) “ukuran perusahaan adalah ukuran atau besarnya asset yang dimiliki oleh perusahaan yang ditunjukkan oleh natural logaritma dari total aktiva.”

“Besarnya kecilnya perusahaan mempengaruhi keputusan pendanaan karena semakin besar suatu perusahaan akan cenderung menggunakan utang yang lebih besar karena perusahaan memiliki arus kas yang lebih stabil, yang dapat mengurangi risiko dari penggunaan utang.” (Chen & Strange, 2006).

“Perusahaan besar dapat memiliki kesempatan lebih besar untuk melakukan investasi dan memperoleh akses ke sumber dana . Dimana besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai ekuitas, nilai penjualan, atau nilai total aktiva.” (Riyanto, 2010). Semakin besar nilai total aktiva dan nilai penjualan semakin besar pula ukuran perusahaan. Hal ini menunjukkan semakin besar total aktiva maka semakin banyak modal yang ditanamkan, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang maka semakin besar pula perusahaan dikelan dalam masyarakat (Sudarmadji dan Sularto, 2007).

Jadi ukuran perusahaan juga menjadi penentu dalam keputusan pendanaan dalam menggunakan utang dan besar kecilnya nilai penjualan, nilai ekuitas dan total aktiva yang dimiliki oleh setiap perusahaan manufaktur. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aktiva yang dimiliki oleh suatu perusahaan (Suharli, 2006).

Dalam mengukur ukuran perusahaan, rasio yang digunakan untuk mengukur ukuran perusahaan menggunakan log natural dari total aktiva (Klapper dan Love, 2002 dalam Darmawati, 2005). Log natural dari total aktiva digunakan untuk mengurangi perbedaan signifikan pada ukuran perusahaan yang terlalu besar dengan ukuran perusahaan yang terlalu kecil, oleh karena itu nilai total aktiva dibentuk menjadi logaritma natural yang bertujuan untuk membuat data total aktiva terdistribusi normal.

Menurut Badan Standarisasi Nasional (2013), kategori ukuran perusahaan ada 3 adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan kecil

Perusahaan dapat dikategorikan perusahaan kecil apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari RP 50.000.000,00 Dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 tidak termasuk bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00

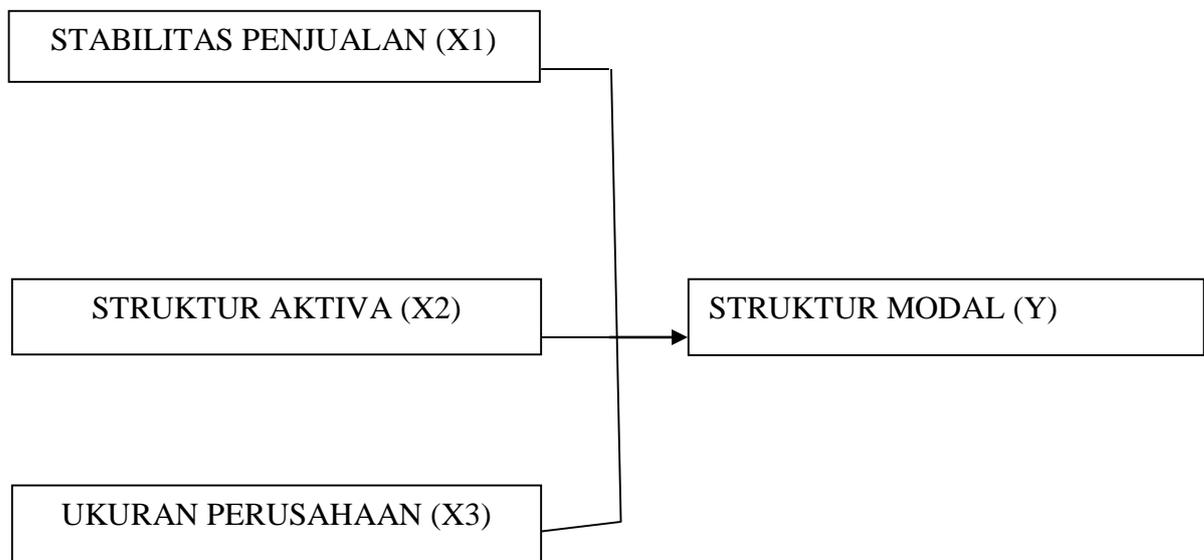
2. Perusahaan menengah

Perusahaan dapat di kategorikan perusahaan menengah apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 sampai dengan Rp 10.000.000.000,00 tidak termasuk bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00

3. Perusahaan Besar

Perusahaan dapat dikategorikan perusahaan besar apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 10.000.000.000,00 tidak termasuk bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 50.000.000.000,00

2.3 MODEL HIPOTESIS



Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, hipotesis yang dirumuskan:

- H1 : Stabilitas penjualan berpengaruh terhadap Struktur modal perusahaan sektor Pertanian di BEI.
- H2 : Struktur aktiva berpengaruh terhadap Struktur Modal perusahaan sektor Pertanian di BEI.
- H3 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap struktur modal perusahaan sektor Pertanian di BEI.