

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Teori

2.1.1. Profitabilitas

Secara umum profitabilitas dapat didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan. Menurut Bambang Riyanto (2008), Sawir (2001:17), menyatakan bahwa “profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam satu periode dari hasil operasionalnya”, sedangkan menurut Sartono (2001), profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. “Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu: mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu, menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang, menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu, menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri, mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri” Kasmir (2008). Jadi, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dengan keahliannya mengelola semua sumber daya yang dimiliki.

Dalam penelitian ini profitabilitas yang digunakan adalah *Return on Asset* (ROA) melalui perbandingan laba bersih sebelum pajak dengan total aktiva (Weston dan Copeland 1999).

Asakdiyah (2006), mengatakan ada Beberapa rasio yang digunakan untuk mengukur rasio profitabilitas yaitu:

1. *Profit margin.*

2. *Net Profit Margin.*
3. *Operating rasio.*
4. *Earning power.*
5. *Rate of return on net worth.*
6. *Return on invesment (ROI).*

Alat yang dapat digunakan dalam pengukuran profitabilitas, menurut para ahli yaitu:

1. Marjin Laba (*Profit Margin*),
2. *Return on Equity (ROE)*,
3. *Earning Per Share (EPS)*,
4. *Return on Asset (ROA)*.

Dalam penelitian ini ukuran profitabilitas yang digunakan adalah *Return on Asset (ROA)* melalui perbandingan laba bersih sebelum pajak dengan total aktiva. Penggunaan *Return on Asset (ROA)* karena rasio ini dinilai sangat berguna dalam mengukur efektivitas suatu perusahaan didalam menghasilkan keuntungan atau laba dengan memanfaatkan *asset* yang dimiliki perusahaan. Rumus untuk menghitung *Return On Asset (ROA)* menurut (Weston dan Copeland 1999) sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Earning Before Interest and Tax (EBIT)}}{\text{Total Assets}} \times 100\%$$

ROA memiliki beberapa manfaat diantaranya sebagai berikut.

1. Jika perusahaan telah menjalankan praktik akuntansi dengan baik maka dengan analisis ROA dapat diukur efisiensi penggunaan modal yang menyelur

uh, yang sensitif terhadap setiap hal yang mempengaruhi keadaan keuangan perusahaan.

2. Dapat diperbandingkan dengan rasio industry sehingga dapat diketahui posisi perusahaan terhadap industri. Hal ini merupakan salah satu Langkah dalam perencanaan strategi.
3. Selain berguna untuk kepentingan kontrol, analisis ROA juga berguna untuk kepentingan perencanaan.

Profitabilitas dalam suatu perusahaan memberikan pengaruh yang negatif terhadap struktur keuangan. Apabila perusahaan dapat menghasilkan profitabilitas yang tinggi, maka akan mengurangi ketergantungan perusahaan tersebut dari penggunaan dana eksternal (hutang). Karena dengan ROA yang tinggi akan memungkinkan tersedianya laba ditahan yang cukup besar sehingga perusahaan lebih cenderung menggunakan dana internalnya dibandingkan dengan menggunakan hutang untuk membiayai kegiatan operasional perusahaannya.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Jadi, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dengan keahliannya mengelola semua sumber daya yang dimiliki. (Sartono 2001).

2.1.2. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya asset yang dimiliki perusahaan (Saidi, 2004). Dalam hal ini perusahaan besar dapat memperoleh

keuntungan dalam skala ekonomi dengan melakukan emisi hutang jangka panjang dan mungkin juga memiliki kekuatan bargaining terhadap kreditur dan dapat dikatakan juga bahwa ukuran perusahaan dapat dilihat dari besar kecilnya penjualan. Makin besarnya ukuran perusahaan maka akan mempengaruhi besarnya dana yang dibutuhkan untuk mendanai operasional dan investasi perusahaan. Namun demikian ukuran perusahaan juga menjadi alternatif untuk informasi yang dimiliki pihak luar. Perusahaan yang besar sering didiversifikasikan lebih luas dan memiliki arus kas yang lebih stabil. Sehingga kemungkinan pailit kecil dibandingkan perusahaan kecil. Menurut Ayu, Desiyanti, dan Yuhelmi (2014), perusahaan besar akan mendapat kemudahan untuk mengakses pasar modal, kemudahan tersebut akan meningkatkan kemampuan dan fleksibilitas perusahaan untuk memperoleh dana. Oleh karena itu ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap struktur modal. Namun, ukuran perusahaan dapat berpengaruh negatif terhadap struktur modal dimana semakin kecil ukuran perusahaan maka perusahaan tersebut akan lebih bergantung pada hutang sebagai sumber pendanaan (Farah dan Lina, 2005 dalam Muhajir dan Triyono, 2009).

Ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap struktur modal. Perusahaan yang relatif besar cenderung akan menggunakan dana eksternal yang besar pula karena dana yang dibutuhkan semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan perusahaan (Ba Abbad dan Zaluki, 2012). Ukuran perusahaan mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk memperoleh tambahan modal eksternal untuk membiayai aktivitas operasional perusahaan. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan (Sartono, 2010:249). Yoon dan Jang (2005), menemukan bahwa *size* memiliki pengaruh yang dominan terhadap profitabilitas perusahaan restoran di US. Hasil serupa juga ditemukan oleh Serraqueiro (2009), Velnampy dan Nimalthasan (2010), Nurmadi (2013) dan Babalola (2013), sedangkan Sari dan Budiasih

(2014) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Talebnia *et al.*, (2010) dan Fachrudin (2011) menemukan hasil penelitian yang bertentangan dengan penelitian tersebut yaitu bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan yang ditunjukkan oleh kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba, sedangkan menurut Mustaqim (2002) dan Mustafa (2011) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap struktur modal perusahaan

Menurut Yusuf dan Soraya (2004) ukuran perusahaan dapat diukur dengan total aktiva perusahaan, asumsi yang mendasar adalah bahwa investor akan membaca atau menggunakan laporan keuangan perusahaan untuk pertimbangan keputusan investasi dalam saham perusahaan. Hal ini untuk mengetahui status suatu perusahaan apakah perusahaan itu mempunyai keuangan untuk kontinuitas produksinya dimasa mendatang atau sebaliknya.

$$\text{Firm Size} = \text{Ln}(\text{Total Aktiva})$$

Dimana :

Firm Size = Ukuran Perusahaan

Ln TR = Logaritma natural dari Total Penjualan

2.1.3. Pertumbuhan Penjualan

Menurut Brigham dan Houston, (2001) perusahaan dengan penjualan yang relatif stabil dapat lebih aman memperoleh lebih banyak pinjaman dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang penjualannya tidak stabil. Sedangkan menurut Kesuma (2009:41), pertumbuhan penjualan (*growth of sales*) adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari

waktu ke waktu. Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Weston dan Copeland (1999:35) pertumbuhan penjualan merupakan variabel yang mempengaruhi struktur keuangan.

Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi akan membutuhkan lebih banyak investasi pada berbagai elemen aset, baik aset tetap maupun aset lancar. Pihak manajemen perlu mempertimbangkan sumber pendanaan yang tepat bagi pembelanjaan aset tersebut. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang tinggi akan mampu memenuhi kewajiban finansialnya seandainya perusahaan tersebut membelanjai asetnya dengan utang, begitu pula sebaliknya. Tingkat pertumbuhan suatu perusahaan dapat dilihat dari pertambahan volume dan peningkatan harganya khususnya dalam hal penjualan karena penjualan merupakan suatu aktivitas yang umumnya dilakukan oleh perusahaan untuk mendapat tujuan yang ingin dicapai yaitu tingkat laba yang diharapkan. Perhitungan tingkat penjualan pada akhir periode dengan penjualan yang dijadikan periode dasar. Apabila nilai perbandingannya semakin besar, maka dapat dikatakan bahwa tingkat pertumbuhan penjualan semakin membaik.

Dalam kenyataannya sebuah kegiatan penjualan sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor baik dalam maupun dari luar, beberapa faktor tersebut diantaranya yaitu

1. Kondisi dan kemampuan pasar.

Disini penjual harus dapat meyakinkan pembeli agar berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan untuk maksud tertentu, penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yaitu, jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan, harga pokok dan syarat penjualan seperti pembayaran, perantaraan garansi dan sebagainya;

2. Kondisi pasar

Hal yang perlu diperhatikan pada kondisi pasar antara lain: Jenis pasarnya, apakah pasar konsumen, pasar industri, pasar pemerintah atau pasar

internasional, kelompok pembeli dan segmen pasarnya, daya beli, frekuensi pembeliannya, keinginan dan kebutuhan;

3. Modal

Apakah modal kerja perusahaan mampu untuk mencapai target penjualan yang diinginkan seperti untuk kemampuan untuk membiayai penelitian pasar yang akan dilakukan, kemampuan membiayai usaha-usaha untuk mencapai target penjualan, kemampuan membeli bahan mentah untuk dapat memenuhi target penjualan.;

4. Kondisi

Organisasi perusahaan pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ditangani oleh bagian penjualan. Lain halnya dengan perusahaan kecil, dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi-fungsi lain.

Fungsi dalam penjualan meliputi aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh penjual untuk merealisasikan penjualan seperti:

- a) Menciptakan permintaan.
- b) Mencari pembeli.
- c) Memberikan syarat-syarat penjualan.
- d) Memindahkan hak pemilik.

Pada umumnya para pengusaha mempunyai tujuan utama yaitu mendapatkan laba semaksimal mungkin dan dapat mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkannya untuk jangka waktu yang lama. Tujuan tersebut dapat terealisasikan apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti apa yang telah direncanakan oleh perusahaan. Perusahaan pada umumnya mempunyai tiga tujuan umum dalam penjualan, yaitu mencapai volume penjualan tertentu, menentukan laba tertentu dan menunjang pertumbuhan perusahaan.

Tingkat pencapaian penjualan perusahaan setiap waktu tertentu tidak selalu sama, adakalanya penjualan dicapai mengalami peningkatan namun ada pula yang konstan atau bahkan cenderung menurun, dengan kata lain tingkat penjualan yang dicapai perusahaan bersifat fluktuasi. Untuk dapat mengukur tingkat atau pertumbuhan penjualan yang diperoleh perusahaan setiap waktunya apakah mencapai target yang ditentukan atau tidak dengan perhitungan. Ali Kesuma (2009) menyatakan perhitungan Pertumbuhan Penjualan bisa menggunakan rumus sebagai berikut

$$\frac{\text{Penjualan } t - \text{Penjualan } t - t1}{\text{Penjualan } t - t1}$$

Keterangan:

Pt : penjualan pada tahun ke t .

Pt-t1 : penjualan pada periode sebelumnya.

2.1.4. Struktur Modal

Menurut Van Horne dan Wachowicz (2013), struktur modal (*capital structure*) adalah bauran atau proporsi pembiayaan jangka panjang permanen perusahaan yang diwakili oleh hutang, saham preferen, dan ekuitas saham biasa. Tujuan perusahaan menggunakan pendanaan adalah untuk meningkatkan kemampuan dalam hal *capital expenditure*, pengembangan proyek, serta ekspansi operasional perusahaan. Sumber pendanaan perusahaan dapat berasal dari internal perusahaan dan eksternal perusahaan. Modal internal perusahaan berupa *retained earning* (laba perusahaan) dan bisa juga dengan penyertaan kepemilikan

perusahaan. Modal eksternal berupa hutang baik jangka panjang maupun dalam jangka pendek dan saham.

Pemilihan struktur modal juga digunakan untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham. Hal itu dikarenakan, pemegang saham sangat berpengaruh dalam pengendalian penjualan saham di perusahaan tersebut. Maka dari hal itu, pemegang saham menginginkan kondisi perusahaan tetap menguntungkan bagi dirinya entah bagaimanapun caranya. Tetapi manajer lebih mengetahui kondisi internal perusahaan, sehingga mereka lah yang bisa memberikan usulan kebijakan di perusahaan tersebut meskipun kekuasaan tertinggi ada pada pemegang saham. Para manajer bertindak sebaik mungkin untuk jabatan dan nama baik mereka. Semakin keputusan yang diambil adalah benar, keuntungan yang diperoleh atas jabatannya pun semakin besar. Manajer menginginkan promosi dan spesialisasi untuk dirinya sendiri dengan cara bekerja dengan semaksimal mungkin untuk perusahaan.

Menurut Riyanto (2008:227) komponen struktur modal tersusun atas modal asing dan modal sendiri. Utang jangka pendek (short-term debt), utang jangka menengah (intermediate-term debt), dan utang jangka panjang (long-term debt). Struktur modal adalah pembelanjaan permanen didalam mencerminkan perimbangan antara hutang jangka panjang dengan modal sendiri (Binangkit dan Raharjo, 2014). Menurut Riyanto (2001) Struktur modal didefinisikan sebagai perimbangan atau Perusahaan dapat menggunakan keputusan pendanaan menggunakan laba ditahan atau menggunakan hutang.

Teori *pecking order* merupakan teori yang memberikan gambaran bahwa perusahaan lebih mengutamakan laba ditahan, hutang dan penerbitan saham sebagai pilihan terakhir. (Fauzi dan Suhadak, 2015) berbandingan antara jumlah hutang jangka panjang dengan modal sendiri.

Teori *tradeoff* struktur modal menunjukkan bahwa hutang bermanfaat bagi perusahaan karena bunga dapat dikurangi dalam penghitungan pajak, tetapi hutang juga menimbulkan biaya yang berhubungan dengan kebangkrutan yang aktual dan potensial. Struktur modal yang optimal berada pada keseimbangan antara manfaat pajak dari hutang dan biaya yang berkaitan dengan kebangkrutan (Binangkit dan Raharjo, 2014). Dengan kata lain struktur modal merupakan proporsi dalam pemenuhan kebutuhan belanja perusahaan dengan sumber pendanaan jangka panjang yang berasal dari dana internal dan dana eksternal. Perhitungan DER dengan rumus sebagai berikut (Sartono, 2010):

$$DER \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100$$

2.2. Penelitian Terdahulu

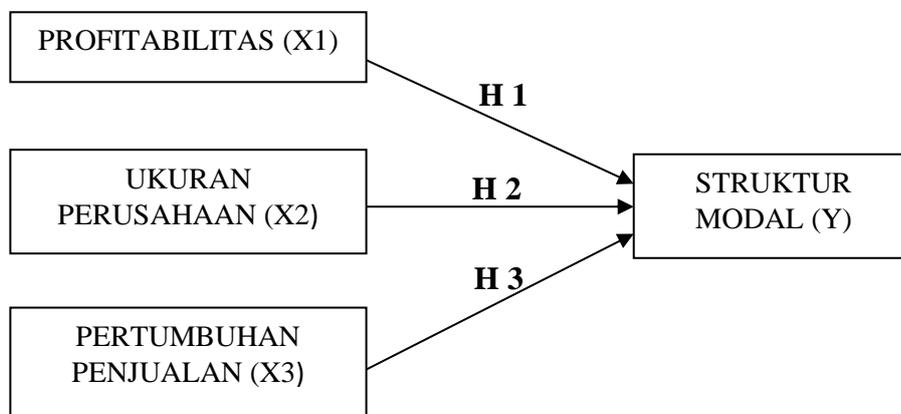
Table 1
Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul penelitian	Hasil Temuan
Maryanti/ 2016	Analisis Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan Dan Struktur Aktiva Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Sektor Industri Barang	Pertumbuhan penjualan profitabilitas dan struktur aktiva tidak berpengaruh secara signifikan terhadap struktur modal

	Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	
Nadia puspawardani /2010	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Struktur Aktiva Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Pariwisata Dan Perhotelan Di Bei	Pertumbuhan penjualan, profitabilitas, struktur aktiva dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap struktur modal perusahaan pada sektor pariwisata dan perhotelan di Bursa Efek Indonesia.
AA Sg Mira Dewi Setiawati dan I Wayan Putra/ 2015	Pengujian <i>Trade Off Theory</i> Pada Struktur Modal Perusahaan Dalam Indeks Saham Kompas100	<i>fixed tangible assets</i> , profitabilitas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap struktur modal perusahaan publik yang masuk dalam Indeks saham KOMPAS100 di BEI tahun 2011-2013
Ida Bagus Made Dwijana Bhawa dan Made Rusmala Dewi S /2015	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Profitabilitas, Dan Risiko Bisnis Terhadap Struktur	Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Struktur Modal perusahaan farmasi

	Modal Farmasi	Perusahaan	Sedangkan berpengaruh signifikan terhadap Modal perusahaan farmasi	Profitabilitas negatif Struktur
--	------------------	------------	---	---------------------------------------

2.3. Model Konseptual Penelitian



2.4. Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan kerangka koseptual tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian dari masing-masing variable bebas sebagai berikut :

- H1 : Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap struktur modal
- H2 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap struktur modal
- H3 : Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap struktur modal