

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan usaha dalam dunia bisnis antar perusahaan pada saat ini menjadi semakin ketat, sehingga perusahaan memerlukan dana dengan jumlah yang sangat besar untuk tumbuh dan berkembang. Perusahaan dituntut harus mampu memaksimalkan kinerja keuangan yang ada serta nilai perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Dalam memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dan nilai perusahaan, manajemen perusahaan umumnya akan memaksimalkan struktur modalnya. Berdasar faktor-faktor tersebut perusahaan mengambil keputusan struktur modal dengan rasio utang yang tinggi atau sebaliknya.

Struktur modal sangat penting bagi perusahaan karena menyangkut kebijakan penggunaan sumber dana paling menguntungkan. Dalam proses pendanaan, perusahaan dapat menggunakan dua alternatif yaitu dengan modal sendiri atau dengan hutang. Jika menggunakan hutang maka perusahaan akan menanggung biaya tetap yaitu bunga (Ambarwati, 2010:1). Namun tidak selamanya bunga tersebut akan merugikan perusahaan, karena dengan adanya bunga maka perusahaan dapat mengurangi pembayaran pajak terhadap pemerintah.

Keputusan struktur modal yang akan diambil oleh seorang manajer akan berpengaruh terhadap tingkat profitabilitas dan risiko keuangan yang mungkin akan dialami oleh perusahaan. Oleh karenanya keputusan struktur modal akan menjadi sangat penting dalam menghadapi lingkungan persaingan dalam dunia

bisnis. Perpaduan yang tepat dalam pemilihan struktur modal akan menghasilkan struktur modal yang optimal dimana struktur modal yang optimal adalah struktur modal yang dapat meminimumkan biaya dan menjaga keseimbangan antara risiko yang akan dihadapi perusahaan dengan tingkat pengembalian. Sehingga berdampak terhadap kenaikan harga saham. Struktur modal juga menentukan baik buruknya suatu perusahaan, hal ini terjadi karena struktur modal dapat menjadi tolok ukur sumber pembiayaan dan pembelanjaan yang dilakukan oleh perusahaan atas kegiatan operasionalnya.

Growth Sales (pertumbuhan penjualan) adalah ukuran sampai sejauh mana laba persaham dari suatu perusahaan dapat ditingkatkan oleh utang (Ratri dan Christianti, 2017:4). Artinya bahwa perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang tinggi maka perusahaan perlu meningkatkan kapasitas produksinya seperti menambah mesin-mesin baru untuk mendukung kegiatan produksi. Dalam hal ini perusahaan cenderung memutuskan menggunakan hutang sebagai alternatif pendanaan. Alternatif ini diharapkan dapat meningkatkan volume produksi untuk mengimbangi tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi. Jika hal demikian terjadi maka secara otomatis keuntungan perusahaan akan mengalami peningkatan dan dapat digunakan untuk menutupi utang. Pertumbuhan penjualan dapat dilihat dari peningkatan atau perubahan penjualan dari tahun ke tahun. Suatu perusahaan dikatakan mengalami pertumbuhan penjualan yang baik apabila terdapat peningkatan yang konsisten antara penjualan perusahaan akhir periode dengan penjualan yang dijadikan periode dasar. Semakin besar peningkatan penjualan perusahaan maka semakin baik pula pertumbuhan penjualannya sehingga jika pertumbuhan penjualan setiap tahunnya meningkat maka para investor akan percaya bahwa perusahaan dapat

memberikan keuntungan dimasa depan. Hal ini berarti semakin besar tingkat pertumbuhan penjualan perusahaan maka akan semakin berpengaruh terhadap komposisi struktur modal perusahaan.

Riyanto (2001:279) menyebutkan bahwa besarnya suatu perusahaan (*Firm Size*) juga mempengaruhi struktur modal perusahaan. Karena semakin besar suatu perusahaan akan menggunakan hutang yang lebih besar untuk membiayai aktifitas perusahaan. Perusahaan besar cenderung memberikan informasi lebih banyak terhadap investor dari segi laporan keuangannya daripada perusahaan kecil. Hal demikian akan menarik minat investor untuk berinvestasi terhadap perusahaan tersebut, karena investor akan beranggapan bahwa perusahaan yang lebih besar akan menghasilkan laba yang lebih besar juga. Selain itu perusahaan berskala besar akan menanamkan modalnya pada berbagai jenis usaha dibandingkan dengan perusahaan berskala kecil dan lebih mudah memasuki pangsa pasar serta memperoleh penilaian kredit yang tinggi yang nantinya akan berpengaruh terhadap pendapatan keuntungan perusahaan.

Secara keseluruhan bahwa *Firm Size* (ukuran perusahaan) akan mempunyai pengaruh terhadap struktur modal dimana semakin besar suatu perusahaan maka penggunaan dana eksternalnya juga akan semakin besar dan cara untuk memenuhinya adalah dengan pendanaan eksternal yaitu hutang. Dalam artian semakin besar suatu perusahaan maka secara berkelanjutan juga akan mempengaruhi struktur modal.

Brigham dan Houston (2011:157) berpendapat bahwa risiko bisnis (*Business Risk*) merupakan risiko aset perusahaan jika perusahaan tidak menggunakan hutang. Hal ini dapat diartikan bahwa risiko bisnis suatu perusahaan akan meningkat ketika perusahaan menggunakan hutang sebagai

alternatif pendanaannya. Risiko bisnis timbul akibat adanya beban biaya (bunga) atas pinjaman yang dilakukan oleh perusahaan.

Suatu perusahaan dengan tingkat risiko bisnis yang tinggi akan lebih menghindari hutang dibanding dengan perusahaan yang mempunyai tingkat risiko bisnis yang rendah. Oleh karenanya jika perusahaan menggunakan hutang yang tinggi namun tidak diimbangi dengan peningkatan profit perusahaan, maka kemungkinan yang akan terjadi terhadap perusahaan yaitu *financial distress* (kebangkrutan) sehingga dapat disimpulkan bahwa risiko bisnis mempunyai pengaruh terhadap struktur modal.

Asset Tangibility (aktiva tetap berwujud) adalah sumber yang paling mudah diterima secara luas untuk dijadikan sebagai jaminan pinjaman atau hutang (Hamidah et al., 2016:104). Proporsi aset dalam suatu perusahaan akan menunjukkan kemapanan perusahaan itu sendiri dalam dunia industri. Semakin tinggi jumlah aset tetap yang dimiliki perusahaan maka hal itu akan mempermudah perusahaan untuk melakukan pendanaan eksternal yaitu hutang untuk memperluas usahanya atau melakukan ekspansi atas bisnisnya. Karena perusahaan yang asetnya mencukupi untuk dijadikan jaminan akan lebih mudah mendapat akses pendanaan eksternal dibandingkan dengan perusahaan yang asetnya sedikit. Dari hal yang demikian maka dapat diartikan bahwa semakin besar aset tetap suatu perusahaan, maka semakin besar juga kesempatan perusahaan mendapat pendanaan eksternal yang nantinya akan berpengaruh terhadap struktur modal.

Net Profit Margin (NPM) menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba (Natijah, 2015:3). *Net Profit Margin* digunakan untuk mengukur tipis atau tebalnya laba perusahaan. Semakin tinggi nilai NPM maka

akan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut semakin efisien operasionalnya dibanding perusahaan lain dengan catatan dalam membandingkan rasio NPM satu perusahaan dengan perusahaan lain harus dilakukan dalam sektor yang sama, mengingat NPM antara sektor yang satu dengan yang lain akan sangat berbeda. Dengan adanya pengukuran NPM, perusahaan dapat menekan biaya-biaya yang tidak perlu sehingga dapat memaksimalkan laba bersih yang didapatkan, dan nantinya perusahaan akan tumbuh menjadi perusahaan dengan ekuitas yang besar yang akan berpengaruh juga terhadap struktur modal.

Perusahaan sektor barang konsumsi menjadi objek penelitian dengan dasar pertimbangan bahwa dipastikan perilaku segala lapisan masyarakat membutuhkan yang namanya barang konsumsi untuk dapat menjalani kehidupannya dengan baik dimana barang konsumsi itu sendiri merupakan barang yang dibeli oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dan juga peneliti menggunakan objek ini atas dasar bahwa barang konsumsi merupakan perusahaan yang melakukan proses produksi yang dimulai dari pembelian bahan baku yang diproses atau diolah menjadi suatu produk yang siap dipasarkan sehingga membutuhkan banyak modal. Penelitian ini juga dilakukan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam mengoptimalkan struktur modal melalui informasi pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, risiko bisnis, aktiva tetap berwujud dan margin laba bersih (NPM).

Penelitian mengenai struktur modal modal telah dilakukan sebelumnya namun terdapat ketidak konsistenan. Hasil penelitian tentang struktur modal sebelumnya dilakukan oleh Ratri dan Christianti (2017) yang menggunakan pertumbuhan penjualan sebagai variabel bebasnya dengan hasil penelitian bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif signifikan terhadap struktur modal.

Lain halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Hamidah et al., (2016) yang menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap struktur modal.

Penelitian lain mengenai struktur modal juga dilakukan oleh Putri (2012) dengan menggunakan salah satu variabel yaitu ukuran perusahaan yang menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap struktur modal. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Butt (2016) menghasilkan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap struktur modal. Ratri dan Christanti (2017) juga meneliti mengenai struktur modal dengan variabel independen risiko bisnis yang menunjukkan hasil bahwa risiko bisnis berpengaruh negatif terhadap struktur modal. Sedangkan penelitian Indrajaya dkk dalam Sawitri dan Lestari (2015) menunjukkan bahwa risiko bisnis berpengaruh positif tidak signifikan terhadap struktur modal.

Hamidah (2016) melakukan penelitian struktur modal dengan menggunakan aktiva tetap berwujud (*Asset Tangibility*) sebagai variabel independen dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa *asset tangibility* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap struktur modal. Sedangkan Wardhana (2012) melakukan penelitian dengan variabel independen yang sama namun dengan hasil yang berbeda yaitu *asset tangibility* berpengaruh signifikan terhadap variabel struktur modal.

Ratri (2017) juga melakukan penelitian yang sama mengenai struktur modal dengan menggunakan variabel independen profitabilitas yang diukur dengan rasio *Net Profit Margin* dengan hasil penelitian bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap struktur modal sedangkan dalam penelitian Natijah

(2015) dengan variabel *Net Profit Margin* menunjukkan hasil bahwa *Net Profit Margin* berpengaruh terhadap struktur modal.

Dari penelitian-penelitian diatas terdapat beberapa variabel yang berpengaruh terhadap struktur modal dengan hasil yang berbeda bahkan bertentangan antara penelitian yang satu dengan yang lain. Hal inilah yang akan diangkat menjadi *research gap* dalam penelitian ini. Atas dasar *research gap* dari penelitian sebelumnya maka dibutuhkan perluasan penelitian yang didukung oleh teori-teori yang mendasari. Berdasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Growth Sales* (Pertumbuhan Penjualan), *Firm Size* (Ukuran Perusahaan), *Business Risk* (Risiko Bisnis), *Asset Tangibility* (Aktiva Tetap Berwujud), Dan *Net Profit Margin* (Margin Laba Bersih) Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka beberapa masalah yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini antara lain:

1. Apakah *Growth Sales* berpengaruh terhadap struktur modal pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI?
2. Apakah *Firm Size* berpengaruh terhadap struktur modal pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI?
3. Apakah *Business Risk* berpengaruh terhadap struktur modal pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI?
4. Apakah *Asset Tangibility* berpengaruh terhadap struktur modal pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI?

5. Apakah *Net Profit Margin* berpengaruh terhadap struktur modal pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI?
6. Apakah *Growth Sales*, *Firm Size*, *Business Risk*, *Asset Tangibility* dan *Net Profit Margin* berpengaruh terhadap struktur modal pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Growth Sales* terhadap struktur modal pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Firm Size* terhadap struktur modal pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Business Risk* terhadap struktur modal pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Asset Tangibility* terhadap struktur modal pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Net Profit Margin* terhadap struktur modal pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Growth Sales*, *Firm Size*, *Business Risk*, *Asset Tangibility* dan *Net Profit Margin* terhadap struktur modal pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Memberikan wawasan terkait struktur modal dengan harapan dapat menambah pengetahuan penulis. Dapat dijadikan referensi untuk penelitian yang akan dilakukan dimasa mendatang terkait struktur modal.

2. Bagi Akademisi

Dapat dijadikan sumbangan pemikiran kepada akademik dalam hal pengembangan ilmu pengetahuan dan pengembangan teori mengenai pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, risiko bisnis, aktiva tetap berwujud dan net profit margin yang diterapkan dalam suatu perusahaan serta pengaruhnya terhadap struktur modal perusahaan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat dijadikan referensi untuk penelitian yang akan dilakukan dimasa mendatang terkait struktur modal.