

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Ukuran Perusahaan

2.1.1.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Jogiyanto (2013:282) menyatakan ukuran perusahaan adalah sebagai berikut :

“Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara (total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dan lain – lain)”.

Sedangkan Diantimala (2008) mengemukakan bahwa :

“Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, penjualan bersih, dan kapitalisasi pasar perusahaan (*market capitalization*)”.

Semakin besar total aktiva atau penjualan bersih perusahaan maka akan semakin besar ukuran perusahaan begitu juga sebaliknya, semakin rendah total aktiva atau penjualan bersih perusahaan maka semakin kecil pula ukuran perusahaan. Kapitalisasi pasar diukur dengan mengalikan jumlah saham yang beredar dengan harga penutupan saham tersebut. Perusahaan yang memiliki kapitalisasi pasar yang kurang dari 1 triliun menunjukkan bahwa itu perusahaan kecil. Perusahaan dengan nilai kapitalisasi antara 1 triliun sampai 5 triliun

menunjukkan perusahaan tersebut berukuran sedang. Sedangkan perusahaan yang memiliki kapitalisasi pasar di atas 5 triliun, menunjukkan bahwa perusahaan tersebut adalah perusahaan besar.

Diantimala (2008) menyatakan bahwa :

“Salah satu tolak ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan adalah ukuran aktiva dari perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki total aktiva besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama”.

Beberapa parameter yang digunakan untuk mengukur besar atau kecilnya perusahaan dapat dilihat dari jumlah karyawan, total penjualan dalam satu periode, jumlah saham yang beredar dan total aktiva.

Nurbaety (2013) mengemukakan bahwa ukuran perusahaan dinyatakan sebagai determinan dari struktur keuangan dalam hampir setiap studi alasan yang berbeda :

1. Ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan memperoleh dana dari pasar modal. perusahaan kecil umumnya kekurangan akses ke pasar modal terorganisir, baik untuk obligasi maupun saham. Meskipun mereka memiliki akses, biaya peluncuran dari penjualan sejumlah kecil sekuritas dapat menjadi penghambat. Jika penerbitan sekuritas dapat dilakukan, sekuritas perusahaan kecil mungkin kurang dapat dipasarkan sehingga membutuhkan penentuan harga sedemikian rupa agar investor mendapatkan hasil yang memberikan return lebih tinggi secara signifikan.
2. Ukuran perusahaan menentukan kekuatan tawar – menawar dalam kontrak keuangan. Perusahaan besar biasanya dapat memilih pendanaan dari berbagai bentuk hutang, termasuk penawaran special yang lebih menguntungkan dibandingkan yang ditawarkan perusahaan kecil. Semakin besar jumlah uang yang digunakan, semakin besar kemungkinan – kemungkinan pembuatan kontrak yang dirancang sesuai dengan preferensi kedua pihak sebagai ganti dari penggunaan kontrak standar hutang.
3. Ada kemungkinan pengaruh skala dalam biayadan *return* membuat perusahaan yang lebih besar dapat memperoleh lebih banyak laba. Pada akhirnya, ukuran perusahaan diikuti oleh karakteristik lain yang

mempengaruhi struktur keuangan. Karakteristik lain tersebut seperti perusahaan sering tidak mempunyai staf khusus, tidak menggunakan rencana keuangan, dan tidak mengembangkan sistem akuntansi mereka menjadi suatu sistem manajemen.

Dari berbagai penjelasan diatas, maka dapat dipahami oleh penulis bahwa ukuran perusahaan merupakan nilai penjualan bersih suatu perusahaan pada suatu tahun tertentu.

2.1.1.2 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Menurut Masud Machfoeds (1994) dalam Fitria Ingga (2015) kategori ukuran perusahaan terbagi menjadi tiga yaitu :

1. Perusahaan Besar
Perusahaan besar adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 10 Milyar termasuk tanah dan bangunan. Memiliki penjualan lebih dari Rp 50 Milyar pertahun.
2. Perusahaan Menengah
Perusahaan menengah adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih Rp 1- 10 Milyar termasuk tanah dan bangunan. Memiliki hasil penjualan lebih besar dari Rp 1 Milyar dan kurang dari Rp 50 Milyar per tahun.
3. Perusahaan Kecil
Perusahaan kecil adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersig paling banyak Rp 200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan dan memiliki hasil penjualan minimal Rp 1 Milyar per tahun.

Sedangkan klasifikasi ukuran perusahaan menurut UU No. 20 Tahun 2008 dibagi kedalam 4 (empat) kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar.

Pengertian dari usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar menurut UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 1 (satu) adalah sebagai berikut :

1. “Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang – undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang – undang ini.
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.
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”.

2.1.1.3 Metode Pengukuran Ukuran Perusahaan

Variabel ukuran perusahaan diukur dengan Logaritma Natural (Ln) dari total aktiva. Hal ini dikarenakan besar total aktiva masing – masing perusahaan berbeda bahkan mempunyai selisih yang besar, sehingga dapat menyebabkan nilai yang ekstrim.

Indikator yang digunakan untuk mengukur ukuran perusahaan menurut Jogiyanto (2013:282) adalah diukur dengan perhitungan logaritma dari total aktiva

:

$$Size = Ln Total Asset$$

2.1.2 *Capital Expenditure*

2.1.2.1 Pengertian *Capital Expenditure*

Expenditure berhubungan dengan pengeluaran uang yang dikaitkan dengan pencapaian manfaat untuk periode yang sedang berjalan atau untuk periode – periode yang akan datang.

Menurut Herry (2015 : 270), *capital expenditure* adalah sebagai berikut :

“*Capital Expenditure* adalah biaya – biaya yang dikeluarkan dalam rangka memperoleh asset tetap, meningkatkan operasional dan kapasitas produktif asset tetap, serta memperpanjang masa manfaat asset tetap. Biaya – biaya ini biasanya di keluarkan dalam jumlah yang cukup besar(material), namun tidak sering terjadi”.

Mulyadi (2005 : 16) mengemukakan bahwa :

“*Capital Expenditure* (Pengeluaran Modal) adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi (biasanya satu periode akuntansi adalah satu tahun kalender).”

Menurut Lukman Syamsuddin (2007:410), *Capital Expenditure* adalah merupakan pengeluaran-pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan dengan harapan bahwa pengeluaran tersebut akan memberikan manfaat atau hasil (benefit) untuk jangka waktu yang lebih dari setahun.

Menurut Horngren (2008:467), *Capital Expenditure* adalah pengeluaran yang meningkatkan kapasitas atau efisiensi aktiva atau yang memperpanjang masa manfaat.

Sedangkan menurut Gitman (2009:380), *Capital Expenditure is an outlay of funds by the firm that is expected to produce benefits over a period of time greater than one year* (adalah pengeluaran perusahaan yang diharapkan dapat menghasilkan keuntungan sepanjang periode lebih dari satu tahun)”.

Dari berbagai penjelasan diatas, maka dapat dipahami oleh penulis bahwa *capital expenditure* adalah segala macam pengeluaran yang memiliki masa manfaat lebih dari satu periode akuntansi, dengan maksud untuk menghasilkan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan.

2.1.2.2 Jenis – jenis *Capital Expenditure*

Menurut Alan Saphiro (2005:54)ada beberapa jenis *capital expenditure* yaitu:

1. *Equipment Replacment*
Hal yang dimaksud dalam point ini adalah adanya tambahan asset karena adanya kebutuhan baru ataupun karena usangnya peralatan yang lama. Sebagai contoh adanya pengantian komputer disebuah perusahaan karena rusaknya computer yang ada, maka komputer yang baru tersebut dikategorikan sebagai *capital expenditure*.
2. *Expantion to meet growth in existing to products*
Jika suatu perusahaan memutuskan untuk melakukan ekspansi demi meningkatkan produk yang ada (baik dari segi efesiensi maupun pengembangan pangsa pasar) maka biaya dalam ekspansi tersebut dapat dikategorikan sebagai *capital expenditure*.
3. *Expantion generated by new product*
Begitu pula dengan adanya rencana untuk mengeluarkan produk baru, sehingga dibutuhkan, misalnya pabrik baru. Seluruh biaya dalam menghasilkan pabrik baru yang siap beroperasi dapat dimasukkan kedalam *capital expenditure*.
4. *Projected mandated by law*
Hal ini berkaitan dengan ketegasan hukum yang terjadi. Jenis terakhir ini, makin sering dihadapi perusahaan saat ini, terutama yng bergerak dibidang pertambangan ataupun industri lain yang bidang operasinya mengambil suatu dari alam. Intinya, seluruh pengeluaran yang dikeluarkan demi kesesuaian dengan hukum (peraturan) yang berlaku dapat dikategorikan sebagai *capital expenditure*. Misalnya jika ada peraturan Negara yang menyebutkan bahwa disekitar pabrik yang mengeluarkan limbah yang berbahaya diwajibkan keberadaan tempat pengolahan limbah, maka seluruh pengeluaran yang berkaitan dengan siap dipaikainya tempat pengolahan limbah tersebut dapat dikapitalisasi dan digolongkan sebagai *capital expenditure*.

2.1.2.3 Tujuan *Capital Expenditure*

Menurut Gitman (2006) dalam Handono (2009) *Capital Expenditure* dikeluarkan karena berbagai macam alasan atau motif yaitu :

1. *Expansi (Expansion)*
Motif yang paling umum untuk *capital expenditure* adalah untuk memperluas level operasi, biasanya melalui akuisisi aktiva tetap. Perusahaan yang sedang berkembang biasanya memerlukan aktiva tetap yang baru seperti pembelian property dan fasilitas pabrik.
2. *Pengantian (Replacement)*
Ketika pertumbuhan perusahaan sedang melambat dan telah mencapai kedewasaan (*maturity*), pengeluaran modal dilakukan untuk menggantikan atau memperbaiki asset yang telah usang. Setiap kali sebuah mesin memerlukan perbaikan atas kerusakan yang material, dana yang dikeluarkan untuk yang untuk perbaikan harus dibandingkan dengan dana yang dikeluarkan jika mesin diganti dengan yang baru dan keuntungan yang didapat jika mesin diganti dengan yang baru.
3. *Pembaharuan (Renewal)*
Sebagai alternatif dari pergantian, melibatkan pembangunan kembali, pemeriksaan yang diteliti untuk perbaikan.
4. *Tujuan Lain (Order Purposes)*
Beberapa pengeluaran modal tidak disebabkan oleh akuisisi atau transformasi aktiva tetap yang *tangible*, melainkan bisa melibatkan sebuah komitmen jangka panjang sebagai ekspektasi keuntungan dimasa yang akan datang.

2.1.2.5 Metode Pengukuran Capital Expenditure

Capital expenditure menggambarkan pengeluaran modal jangka panjang yang manfaatnya baru akan diperoleh setelah beberapa tahun kemudian. Pendekatan yang digunakan untuk menentukan besarnya *capital expenditure* adalah dengan menghitung besarnya PPE (plant, property and equipment). (Bambang, 2006)

Menurut Alan Saphiro (2005:54), perhitungan *capital expenditure* harus diperhitungkan secara tepat, agar tidak terjadi kerugian di masa depan. Tingkat laba yang diperoleh pada periode berjalan juga ikut mempengaruhi keputusan

perusahaan di dalam melakukan *capital expenditure*, tetapi tingkat pengembalian dari aset atas investasi yang dilakukan akan berpengaruh besar terhadap *capital expenditure* yang telah dikeluarkan.

Adapun cara menghitung *Capital Expenditure* adalah dengan menggunakan rumus perubahan aktiva tetap yang bersumber dari Lukman Syamsudin (2007:9) yaitu:

$$\Delta FA_t = NFA_t + Dep_t - NFA_{t-1}$$

Keterangan:

ΔFA_t = Perubahan aktiva tetap yang diakui sebagai *capital expenditure*

NFA_t = Nilai aktiva tetap bersih periode sekarang

Dep_t = Depresiasi aktiva tetap periode sekarang

NFA_{t-1} = Nilai aktiva tetap bersih periode sebelumnya

Berdasarkan rumus diatas, disimpulkan bahwa *capital expenditure* dapat dihitung dengan menambahkan nilai aktiva tetap bersih periode sekarang dengan depresiasi kemudian dikurangi nilai aktiva tetap bersih periode sebelumnya.

Capital expenditure dapat dihitung melalui selisih antara total fixed asset tahun ini dengan total fixed asset pada tahun sebelumnya menurut Agus Sartono (2008:260). Dengan rumus *capital expenditure* adalah sebagai berikut :

$$Capital\ Expenditure = total\ fixed\ asset_t - total\ fixed\ asset_{t-1}$$

2.1.3 Sales Growth

2.1.3.1 Pengertian Sales Growth

Tingkat pertumbuhan penjualan menggambarkan perubahan peningkatan atau penurunan penjualan dari tahun ke tahun yang dapat dilihat dari masing-masing laporan laba rugi perusahaan. Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan operasional perusahaan di periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan dimasa yang akan datang.

Rudianto (2009:56) menyatakan bahwa :

“Pertumbuhan penjualan merupakan volume penjualan pada tahun – tahun mendatang, berdasarkan data pertumbuhan volume penjualan historis.

Sedangkan pengertian pertumbuhan penjualan menurut Weston dan Copeland (2008:35) adalah sebagai berikut :

“Pertumbuhan penjualan merupakan ukuran sampai sejauh mana laba per saham dari suatu perusahaan dapat ditingkatkan oleh hutang”.

Brigham dan Houston (2010:39), mengatakan bahwa :

“perusahaan dengan penjualanyang relatif stabil dapat lebih aman memperoleh lebih banyak pinjaman dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang penjualan tidak stabil.”

Adanya pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap struktur modal juga dipaparkan oleh Agus Sartono (2008:248), yang mendefinisikan pengaruh pertumbuhan penjualan sebagai berikut :

“Perusahaan dengan penjualan yang relatif stabil berarti memiliki aliran kas yang relatif stabil, maka dapat menggunakan hutang yang lebih besar daripada perusahaan yang memiliki penjualan tidak stabil.”

Sedangkan Weston dan Copeland (2008:36) menyatakan bahwa :

“Jika penjualan dan laba meningkat maka akan menurunkan pendapatan perusahaan. Pertumbuhan penjualan merupakan ukuran sampai sejauh mana laba per saham dari suatu perusahaan dapat ditingkatkan oleh hutang. Suatu perusahaan yang berada dalam industri yang mempunyai laju pertumbuhan yang tinggi, harus menyediakan modal yang cukup untuk perusahaan.”

Berdasarkan definisi di atas dapat dijelaskan *Sales Growth* merupakan perubahan total asset baik berupa peningkatan maupun penurunan yang dialami oleh perusahaan selama satu periode (satu tahun).

2.1.3.2 Metode Pengukuran *Sales Growth*

Tingkat pertumbuhan penjualan menggambarkan besar atau kecilnya perubahan peningkatan ataupun penurunan penjualan dari tahun ke tahun pada setiap perusahaannya.

Indikator yang digunakan untuk mengukur *sales growth* (pertumbuhan penjualan) menurut Menurut Brigham & Houston (2010:39) :

$$sales\ growth = \frac{sales_t - sales_{t-1}}{sales_{t-1}}$$

Jika pengukuran tingkat pertumbuhan penjualan (*sales growth*) mengacu pada penelitian Yunita Tebenancy Sitompul (2011) dan penelitian Julita (2013)

serta penelitian Farida Arini (2014) dimana pertumbuhan penjualan (*Growth of Sales*) diukur dengan selisih antara penjualan tahun berjalan dengan tahun sebelumnya dibandingkan dengan penjualan tahun sebelumnya yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$g = \frac{S_1 - S_0}{S_0} \times 100\%$$

Keterangan :

G : *Growth Sales Rate* (tingkat pertumbuhan penjualan)

S₁ : *Total Current Sales* (total penjualan periode berjalan)

S₀ : *Total Sales Last Period* (total penjualan periode yang lalu)

Sedangkan mengacu pada penelitian Panca, et al (2011) pengukuran pertumbuhan penjualan dapat ditulis dengan rumus berikut ini :

$$sales\ growth = \frac{sales_t - sales_{t-1}}{sales_{t-1}} \times 100\%$$

Keterangan :

Sales_t : Penjualan pada periode berjalan

Sales_{t-1} : Penjualan pada periode sebelumnya

2.1.4 *Profitability*

2.1.4.1 *Pengertian Profitability*

Agus Sartono (2012:122) menjelaskan mengenai pengertian profitabilitas sebagai berikut :

“Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Dengan demikian, bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini.”

Made sudana (2008:22) juga menjelaskan mengenai pengertian profitabilitas sebagai berikut :

“Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan, seperti aktiva, modal, atau penjualan perusahaan.”

Menurut Besley dan Brigham (2008) menjelaskan :

“Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang merupakan hasil bersih dari kebijakan-kebijakan dan keputusan-keputusan manajemen baik dalam mengelola likuiditas, aset, maupun kewajiban perusahaan.”

Pengertian lainnya dijelaskan oleh Mamduh Hanafi (2009:83) bahwa :

“Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu.”

Para pemegang saham akan tertarik terhadap tingkat keuntungan yang diharapkan pada masa-masa mendatang, yang paling menarik adalah perusahaan yang memiliki tingkat keuntungan yang tinggi (Mamduh Hanafi, 2009:6). Investor tertarik pada tingkat keuntungan perusahaan karena para investor akan memperoleh sebagian keuntungan yang akan diterima atas investasi yang dilakukannya pada perusahaan tersebut.

Sedangkan menurut Sofyan Syafri Harahap (2008:104) :

“Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya.”

Dari beberapa pengertian di atas, penulis menyimpulkan profitabilitas merupakan ukuran untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan. Profitabilitas juga dapat didefinisikan sebagai ukuran mengenai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan selama periode tertentu. Profitabilitas digunakan untuk mengukur sampai sejauh mana keefektifan dari keseluruhan manajemen dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan.

Profitabilitas penting artinya bagi perusahaan, suatu organisasi harus dalam keadaan profitabel agar dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya, karena tanpa adanya laba sangat sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari pihak luar, dalam rangka menjaga kelancaran operasi dan meningkatkan kegiatan usahanya.

Semakin besar tingkat profitabilitas maka semakin baik bagi perusahaan itu sendiri. Semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka semakin besar tingkat kemakmuran yang diberikan perusahaan kepada pemegang saham. Semakin besar tingkat kemakmuran yang diberikan oleh perusahaan akan menarik minat investor untuk memiliki perusahaan tersebut dan akan memberikan pengaruh positif terhadap harga saham di pasar. Ini berarti akan menaikkan nilai perusahaan.

2.1.4.2 Tujuan dan Manfaat *Profitability*

Menurut Kasmir (2008:196), Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada di laporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode operasi. Tujuannya adalah agar terlihat perkembangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu, baik penurunan atau kenaikan, sekaligus mencari penyebab perubahan tersebut.

Sedangkan menurut Agus Sartono (2012:12) Bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini misalnya bagi pemegang saham akan melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima dalam bentuk dividen.

Kasmir (2008:197), menyatakan bahwa :

“Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu :

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu;
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu;
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang di gunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri;
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri;
7. Dan tujuan lainnya

Sementara itu, manfaat yang diperoleh adalah untuk :

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode;
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu;
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;

5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri;
6. Manfaat lainnya.”

2.1.4.3 Jenis-jenis Rasio *Profitability*

Jenis-jenis rasio profitabilitas menurut Mamduh Hanafi dan AbdulHalim (2007:83), yaitu:

“Rasio rentabilitas (profitabilitas) mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Ada tiga rasio yang sering dibicarakan, yaitu: *profit margin*, *return on total assets*, *return on equity*.”

Adapun Agus Sartono (2008:123) menyatakan bahwa:

“Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Dalam analisis ini diperlukan suatu ukuran perbandingan untuk menentukan performance perusahaan. Ada beberapa rumus yang biasa dipergunakan untuk mengukur rasio profitabilitas, yaitu *gross profit margin*, *net profit margin*, *return on investment* atau *return on assets* dan *return on equity*.”

Adapun penjelasan dari masing-masing jenis profitabilitas diatas adalah sebagai berikut :

1. *Profit margin (profit margin on sales)*

Mamduh Hanafi (2009:84) menjelaskan pengertian *Net Profit Margin* sebagai berikut :

“*Net profit margin* adalah rasio yang menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu”.

Rumusnya menurut Mamduh Hanafi (2009:84) :

$$Profit\ Margin = \frac{Laba\ bersih}{Penjualan}$$

Adapun menurut Kasmir (2010), adalah sebagai berikut:

“*Profit margin* merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Untuk mengukur rasio ini adalah dengan cara membandingkan antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih.”

Rumus untuk mencari *Profit margin (profit margin on sales)* dapat digunakan sebagai berikut :

$$\textit{Profit Margin} = \frac{\textit{Net sales} - \textit{Cost Of Goods Sold}}{\textit{Sales}} \times 100\%$$

Margin laba kotor menunjukkan laba yang relatif terhadap perusahaan, dengan cara penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan. Rasio ini merupakan cara untuk menetapkan harga pokok penjualan.

Sedangkan rumus untuk margin laba bersih menurut Sartono (2008:123) adalah sebagai berikut :

$$\textit{Net Profit Margin} = \frac{\textit{Earning After Interest and tax (EAT)}}{\textit{Sales}} \times 100\%$$

Margin laba bersih merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antar laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan. Rasio ini menunjukkan pendapatan bersih penjualan perusahaan. Baik *profit margin on sales* maupun *net profit margin* apabila rasionya tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba tinggi pada tingkat penjualan tertentu, sebaliknya jika rasionya rendah menandakan penjualan yang terlalu rendah untuk tingkat biaya tertentu, atau biaya yang terlalu tinggi untuk tingkat penjualan tertentu, atau kombinasi dari kedua hal tersebut. Rasio yang rendah menunjukkan ketidakefisienan manajemen.

Adapun menurut Agus Sartono (2008:123), bahwa :

“*Gross profit margin* merupakan rasio yang mengukur laba dari perusahaan yang berhubungan dengan penjualan setelah mengurangi biaya untuk memproduksi barang yang dijual. Rasio ini sangat dipengaruhi oleh harga pokok penjualan. Sedangkan *net profit margin* adalah ukuran profitabilitas perusahaan dari penjualan setelah memperhitungkan semua biaya dan pajak penghasilan. Jadi margin tersebut memberitahukan akan penghasilan bersih perusahaan per satu dollar penjualan.

Dari beberapa teori diatas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa rasio *net profit margin* adalah rasio yang menggambarkan bagaimana perusahaan dapat menghasilkan keuntungan bersih yang maksimal atau keuntungan yang diharapkan jika dilihat dari tingkat penjualan yang sudah dilakukan oleh perusahaan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan membandingkan laba bersih yang diperoleh perusahaan dengan penjualan bersihnya.

2. *Return on Assets* (ROA)

Return on Asset merupakan rasio yang mengukur profitabilitas dari aktiva atau aset secara keseluruhan yang dimiliki oleh perusahaan (Kieso, 2008:223)

Kasmir (2010) menyatakan bahwa :

“*Return on Assets* merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROA juga merupakan salah satu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya”.

Rumus untuk mencari *Return on Assets* (ROA) menurut Brigham & Houston (2010:148) dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{Return on Assets (ROA)} = \frac{\text{Earning After Interest and tax (EAT)}}{\text{Total Assets}} \times 100\%$$

Adapun menurut Agus Sartono (2008:123) yaitu :

“Rasio ROI atau ROA ini mengukur tingkat pengembalian atas investasi atau tingkat pengembalian atas aktiva (*assets*), yaitu menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva (*assets*) yang dipergunakan”.

Sedangkan menurut Mamduh Hanafi (2009:42) :

“Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu. Rasio yang tinggi menunjukkan efisiensi manajemen asset”.

Rumusnya adalah :

$$\text{Return on Assets } ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{total aktiva}} \times 100\%$$

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai ROA menunjukkan bagaimana perusahaan mengelola aset atau dana yang ditanamkan terhadap aset perusahaan yang dimilikinya untuk menghasilkan suatu keuntungan atau laba. Dengan memahami rasio ini, kita dapat menilai apakah perusahaan sudah efisien dalam mengelola asetnya dalam mengelola dalam kegiatan operasional perusahaan.

3. *Return on Equity* (ROE)

Menurut Kasmir (2010:115) pengertian dari rasio *return on equity* yaitu:

“Rasio *return on equity* adalah rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri”.

Rumus untuk mencari *Return OnEquity* (ROE) dapat digunakan sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Equity}} \times 100\%$$

Dalam Mamduh Hanafi (2009:84):

“*Return on equity* mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan modal saham tertentu. Rasio ini juga di pengaruhi oleh ROA dan tingkat *leverage* perusahaan”.

Menurut Mamduh Hanafi (2009:84), nilai dari *return on equity* dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Modal Saham}} \times 100\%$$

Dari pengertian-pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa nilai ROE menunjukkan bagaimana kemampuan perusahaan dalam mengelola modal yang dimilikinya untuk menghasilkan keuntungan bagi perusahaan dan pemegang saham.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan rumus ROE dalam mencari rasio profitabilitas perusahaan perbankan. ROE dipilih karena sebagai tolak ukur kemampuan perusahaan dalam mengelola modal yang dimilikinya untuk menghasilkan keuntungan bagi perusahaan dan pemegang saham.

2.1.5 Struktur Modal

2.1.5.1 Pengertian Modal

Menurut Munawir (2010:19), modal adalah hak atau bagian yang dimiliki oleh pemilik perusahaan yang ditunjukkan dalam pos modal (modal saham), surplus atau laba yang ditahan atau kelebihan nilai aktiva yang dimiliki oleh perusahaan terhadap seluruh hutang – hutangnya. Sedangkan jika melihat dari sisi

kewajiban maka modal adalah kewajiban perusahaan terhadap pemilik perusahaan. Modal pada dasarnya terbagi atas dua bagian yaitu modal aktif (debet) dan modal pasif (kredit).

2.1.5.2 Jenis Modal

Pada Aspek keuangan, salah satunya mencakup kegiatan pengambilan keputusan pendanaan yang akan diambil perusahaan untuk membiayai kegiatan usahanya, dan memilih alternatif investasi yang tepat dengan menggunakan modal yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Jenis-jenis Modal menurut Agus Sartono(2008:227-243) yaitu:

1. Modal asing

Modal asing adalah modal yang berasal dari pihak luar perusahaan yang bersifat sementara penggunaannya di dalam kegiatan operasional perusahaan dan sewaktu-waktu modal tersebut harus dikembalikan jika sudah jatuh temponya.

Modal asing berasal dari luar perusahaan, hal ini berarti bahwa modal tersebut kepemilikannya dengan cara pinjaman (hutang) baik manajemen dari kreditur bank dengan menjual surat berharga ataupun meminjam dengan cara lainnya.

2. Modal sendiri

Modal sendiri adalah modal yang berasal dari pemilik perusahaan dan yang tertanam di dalam perusahaan dalam jangka waktu yang tidak menentu lamanya.

1) Modal Saham

Saham adalah tanda bukti pengambilan bagian atau peserta dalam suatu Perseroan Terbatas (PT) bagi perusahaan yang bersangkutan yang diterima dari hasil penjualan sahamnya “akan tetap tertanam” di dalam perusahaan tersebut selamanya, meskipun bagi pemegang saham itu sendiri bukan merupakan penanaman yang permanen, karena setiap waktu pemegang saham dapat menjual sahamnya.

2) Cadangan

Cadangan dibentuk dari keuntungan yang diperoleh perusahaan selama beberapa waktu yang lampau atau dari tahun yang berjalan selama beberapa waktu yang lampau atau dari tahun yang berjalan. Cadangan yang termasuk dalam modal sendiri misalnya cadangan untuk menampung hal-hal atau kejadian-kejadian yang tidak diduga sebelumnya. Untuk perluasan atau perkembangan perusahaan diperlukan adanya cadangan yang hanya dibentuk dari laba yang diperolehnya.

3) Laba ditahan

Laba ditahan adalah bagian keuntungan yang tidak dibagikan kepada para pemegang saham sebagai deviden, dimana besarnya laba yang ditahan dipengaruhi oleh kebijaksanaan perusahaan mengenai laba perusahaan dan tingkat keuntungan perusahaan.

2.1.5.3 Pengertian Struktur Modal

Menurut Lukman Syamsuddin (2009:9), struktur modal merupakan penentuan komposisi modal, yaitu perbandingan antara hutang dan modal sendiri atau dengan kata lain struktur modal merupakan hasil atau akibat dari keputusan pendanaan (*financing decision*) yang intinya memilih apakah akan menggunakan hutang atau ekuitas untuk mendanai operasi perusahaan.

Pengertian struktur modal menurut Martono dan D. Agus Harjito (2010: 240), "Struktur modal adalah perbandingan atauimbangan pendanaan jangka panjang perusahaan yang ditunjukkan oleh perbandingan hutang jangka panjang terhadap modal sendiri."

Pemenuhan kebutuhan dana perusahaan dari sumber modal sendiri berasal dari modal saham, laba ditahan, dan cadangan. Jika dalam pendanaan perusahaan yang berasal dari modal sendiri masih mengalami kekurangan (defisit)

maka perlu dipertimbangkan pendanaan perusahaan yang berasal dari luar, yaitu hutang (*debt financing*). Namun dalam pemenuhan kebutuhan dana, perusahaan harus mencari alternatif-alternatif pendanaan yang efisien. Pendanaan yang efisien akan terjadi bila perusahaan mempunyai struktur modal yang optimal.

Sedangkan menurut Kamaludin (2011:306) menyatakan “Struktur modal atau *capital structure* adalah kombinasi atau bauran sumber pembiayaan jangka panjang”.

Begitupula menurut Bambang Riyanto (2008:296), “Struktur modal adalah perimbangan atau perbandingan antara modal asing (jangka panjang) dengan modal sendiri”. Struktur modal merupakan cermin dari kebijakan perusahaan dalam menentukan jenis *securities* yang ditentukan.

Dari beberapa penjelasan diatas, maka dapat dipahami oleh penulis bahwa struktur modal merupakan bauran atau perbandingan antara modal asing dengan modal sendiri yang digunakan perusahaan untuk membiayai aktivitya.

2.1.5.4 Teori Struktur Modal

Sasaran struktur modal (*optimal capital structure*) suatu perusahaan didefinisikan sebagai struktur yang akan mengoptimalkan keseimbangan antara resiko dan pengembalian sehingga memaksimalkan harga saham perusahaan tersebut (Brigham dan Houston, 2011:155). Dalam usaha para akademisi untuk menjelaskan bagaimana perusahaan seharusnya melakukan pendanaan, maka muncullah teori-teori struktur modal.

1. *Modigliani – Miller (MM) Theory* (Brigham dan Houston, 2011:179-182) menjelaskan tentang struktur modal dimulai pada tahun 1958, pada saat professor Franco Modigliani dan Merton Miller mempublikasikan artikel keuangan yang paling berpengaruh yang berjudul “*The Cost of capital, Corporation Finance, and The Theory of Investment*”. MM membuktikan dengan beberapa asumsinya, bahwa nilai suatu perusahaan seharusnya tidak dipengaruhi oleh struktur modal. Cara perusahaan mendanai kegiatannya tidak berpengaruh bagi nilai perusahaan, sehingga struktur modal adalah hal yang tidak relevan. MM menyatakan bahwa dalam keadaan pasar sempurna maka penggunaan hutang adalah tidak relevan dengan nilai perusahaan, tetapi dengan adanya pajak maka hutang akan menjadi relevan. Hasil dari penelitian MM ini sangat banyak dipertanyakan karena didasari oleh asumsi – asumsi yang tidak realistis, asumsi itu antara lain : (a) tidak ada biaya pialang, (b) tidak ada pajak, (c) tidak ada biaya kebangkrutan, (d) para investor dapat meminjam dengan tingkat suku bunga yang sama dengan perusahaan, (e) semua investor mempunyai informasi yang sama seperti manajemen mengenai peluang investasi perusahaan pada masa mendatang, (f) EBIT tidak dipengaruhi oleh penggunaan hutang.
2. *Pecking Order Theory* (Husnan, 2012:325). *Pecking order theory* menyatakan bahwa “Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi justru tingkat hutangnya rendah, dikarenakan perusahaan yang

profitabilitasnya tinggi memiliki sumber dana internal yang berlimpah.” Inimenjelaskan mengapa perusahaan-perusahaan yang *profitable* umumnya meminjam dalam jumlah yang sedikit. Hal ini disebabkan karena perusahaan – perusahaan tersebut mampu menghasilkan kas internal yang memadai untuk keperluan investasinya, sehingga tidak ada penggunaan hutang lagi. Demikian juga sebaliknya perusahaan yang tidak *profitable* akan cenderung menggunakan hutang yang lebih besar. Alasannya karena dana internal tidak mencukupi dan pembiayaan dengan hutang lebih disukai dibandingkan pembiayaan internal. Secara spesifik perusahaan mempunyai urutan preferensi (hierarki) dalam penggunaan dana. Menurut *pecking order theory* yang dikutip oleh Smart, Megginson, dan Gitman (2004), terdapat skenario urutan (hierarki) dalam memilih sumber pendanaan, yaitu :

- a. Perusahaan lebih memilih untuk menggunakan sumber dana dari dalam atau pendanaan internal daripada pendanaan eksternal. Dana internal tersebut diperoleh dari laba ditahan yang dihasilkan dari kegiatan operasional perusahaan.
- b. Jika pendanaan eksternal diperlukan, maka perusahaan akan memilih pertama kali mulai dari sekuritas yang paling aman, yaitu hutang yang paling rendah risikonya, turun ke hutang yang lebih berisiko, sekuritas hybrid seperti obligasi konversi, saham preferen, dan yang terakhir saham biasa.
- c. Terdapat kebijakan deviden yang konstan, yaitu perusahaan akan menetapkan jumlah pembayaran deviden yang konstan, tidak terpengaruh seberapa besarnya perusahaan tersebut untung atau rugi.
- d. Untuk mengantisipasi kekurangan persediaan kas karena adanya kebijakan deviden yang konstan dan fluktuasi dari tingkat keuntungan, serta kesempatan investasi, maka perusahaan akan mengambil portofolio investasi yang lancar tersedia. *Pecking order theory* tidak mengindikasikan target struktur modal.

Pecking order theory menjelaskan urutan pendanaan. Manajer keuangan tidak memperhitungkan tingkat hutang yang optimal. Kebutuhan dana ditentukan oleh kebutuhan investasi. *Pecking order theory* ini dapat menjelaskan mengapa perusahaan yang mempunyai tingkat keuntungan yang tinggi justru mempunyai tingkat hutang yang kecil.

Dalam kenyataannya, terdapat perusahaan-perusahaan yang dalam menggunakan dana untuk kebutuhan investasinya tidak sesuai seperti skenario urutan (hierarki) yang disebutkan dalam *pecking order theory*. Penelitian yang dilakukan oleh Singh dan Hamid (1992) dan Singh (1995) menyatakan bahwa “Perusahaan-perusahaan di negara berkembang lebih memilih untuk menerbitkan ekuitas daripada berhutang dalam membiayai perusahaannya.” Hal ini berlawanan dengan *pecking order theory* yang menyatakan bahwa perusahaan akan memilih untuk menerbitkan hutang terlebih dahulu daripada menerbitkan saham pada saat membutuhkan pendanaan eksternal.

Berdasarkan uraian teori di atas, maka teori ini akan memiliki kontribusi terhadap penelitian pada variabel *profitability* dengan asumsi bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin melimpah sumber dana internalnya sehingga kebutuhan akan hutang akan menjadi rendah.

3. *Trade – off Theory* muncul karena penggabungan teori mengindikasikan adanya *trade – off* antara penghematan pajak dari hutang dan biaya kebangkrutan (Hanafi, 2004:311). Semakin besar proporsi hutang maka semakin besar perlindungan pajak yang diperoleh. Di sisi lain, semakin besar proporsi hutang maka semakin besar biaya kebangkrutan yang mungkin timbul. Dengan demikian, struktur modal optimal dapat dicapai oleh perusahaan dengan menyeimbangkan keuntungan dari perlindungan pajak dengan beban dari penggunaan jumlah hutang yang semakin besar (Agus Sartono,2001:247).
4. *Signalling Theory*, apabila manajemen memiliki informasi yang menguntungkan perusahaan dikemudian hari dan untuk itu dibutuhkan tambahan modal, maka manajemen cenderung membiayai perusahaan dengan hutang. Manajemen yang mempunyai keyakinan untuk memperoleh laba yang lebih besar dimasa yang akan datang, maka kelebihan keuntungan tersebut akan dinikmati oleh pemegang saham lama yang akan meningkatkan kesejahteraannya. Sebaliknya apabila manajemen memiliki informasi yang kurang menguntungkan, produk yang dihasilkan perusahaan akan menghadapi persaingan yang sangat berat dimasa yang akan datang, maka manajemen akan cenderung membiayai perusahaan dengan modal saham baru.

Dalam teori struktur modal diasumsikan bahwa perubahan struktur modal berasal dari penerbitan obligasi dan pembelian kembali saham biasa atau

penerbitan saham baru. Menurut Martono dan D. Agus Harjito (2010:242) adalah sebagai berikut:

1. Pendekatan Laba Operasi Bersih (Net Operating Income Approach)

Pendekatan laba operasi bersih dikemukakan oleh David Durand pada tahun 1952. Pendekatan ini menggunakan asumsi bahwa investor memiliki reaksi yang berbeda terhadap penggunaan hutang perusahaan. Pendekatan ini melihat bahwa biaya modal rata-rata terimbang bersifat konstan berapapun tingkat hutang yang digunakan oleh perusahaan. Dengan demikian, pertama, diasumsikan bahwa biaya hutang konstan. Kedua, penggunaan hutang yang semakin besar oleh pemilih modal sendiri dilihat sebagai peningkatan resiko perusahaan. Artinya apabila perusahaan menggunakan hutang yang lebih besar, maka pemilik saham akan memperoleh laba yang semakin kecil. Oleh karena itu tingkat keuntungan yang disyaratkan oleh pemilik modal sendiri akan meningkat sebagai akibat meningkatnya resiko perusahaan. Akibatnya biaya modal rata-rata terimbang akan berubah.
2. Pendekatan Tradisional

Pada pendekatan tradisional diasumsikan terjadi perubahan struktur modal yang optimal dan peningkatan nilai total perusahaan melalui penggunaan *financial leverage* (hutang dibagi modal sendiri atau B/S). Dengan menggunakan pendekatan tradisional, bisa diperoleh struktur modal yang optimal yaitu struktur modal yang memberikan biaya modal keseluruhan yang terendah dan memberikan harga saham yang tertinggi. Hal ini disebabkan karena berubahnya tingkat kapitalisasi perusahaan.
3. Pendekatan Modigliani dan Miller (MM Approach)

Modigliani dan Miller berpendapat bahwa pembagian struktur modal perusahaan antara hutang dan modal sendiri selalu terdapat perlindungan atas nilai investasi. Yaitu karena nilai investasi total perusahaan tergantung dari keuntungan dan resiko, sehingga nilai perusahaan tidak berubah walaupun struktur modalnya berubah. Asumsi-asumsi yang digunakan MM adalah :

 - a. Pasar modal adalah sempurna, dan investor bertindak rasional.
 - b. Nilai yang diharapkan dari distribusi probabilitas semua investor sama.
 - c. Perusahaan mempunyai resiko usaha yang sama.
 - d. Tidak ada pajak.

2.1.5.5 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Struktur Modal

Struktur modal merupakan perimbangan atau perbandingan antara modal asing dengan modal sendiri yang digunakan perusahaan untuk membiayai aktivitasnya. Masalah struktur modal merupakan masalah yang penting bagi setiap perusahaan karena baik buruknya struktur modal akan mempunyai efek yang langsung terhadap posisi financial perusahaan.

Struktur modal dipengaruhi oleh beberapa faktor, menurut Kamaludin (2011:306) yaitu :

1. Risiko Bisnis, atau risiko yang terkandung dalam operasi perusahaan apabila ia tidak menggunakan hutang. Risiko bisnis juga sering didefinisikan sebagai risiko yang berkaitan dengan ketidakpastian yang melekat proyeksi tingkat pengembalian aktiva (ROA) suatu perusahaan dimasa mendatang.
2. Posisi pajak perusahaan. Alasan utama perusahaan menggunakan hutang karena biaya bunga dapat dikurangi dalam perhitungan pajak, sehingga menurunkan biaya hutang yang sesungguhnya. Akan tetapi, jika sebagian besar laba perusahaan telah terhindar dari pajak yang telah dikompensasikan ke muka, maka tambahan hutang tidak banyak manfaat.
3. Fleksibilitas keuangan atau kemampuan perusahaan untuk menambah modal dengan persyaratan yang wajar apabila perusahaan dalam kondisi memburuk. Dalam keadaan perekonomian sulit atau perusahaan dalam keadaan kesulitan keuangan, maka pemilik modal akan lebih suka menanamkan modalnya terhadap perusahaan yang posisi neraca yang lebih baik, karena pemilik modal merasa kemungkinan tersedianya dana di masa mendatang.
4. Konservatif atau agresif. Manajemen konservatif akan lebih takut menggunakan hutang, sebaliknya manajemen yang agresif akan cenderung menggunakan hutang untuk meningkatkan laba. namun demikian faktor ini tidak akan mempengaruhi struktur modal yang optimal, tetapi akan mempengaruhi struktur modal yang ditargetkan perusahaan.

2.1.5.6 Metode Pengukuran Struktur Modal

Menurut Kasmir (2010 :156) menyatakan :

“*Debt to Equity* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang lancar dengan seluruh utang ekuitas”.

Menurut Lukman Syamsuddin (2000:54), “*Debt to Equity Ratio* menunjukkan hubungan antara jumlah pinjaman jangka panjang yang diberikan oleh para kreditur dan jumlah modal sendiri yang diberikan oleh pemilik perusahaan”.

Dan juga pengertian *Debt to Equity Ratio* menurut Fahmi (2012:128), “*Debt To Equity Ratio* sebagai ukuran yang dipakai dalam menganalisis laporan keuangan untuk memperlihatkan besarnya jaminan yang tersedia untuk kreditor”.

Sedangkan menurut Sofyan Syafri Harahap (2010:303) menyatakan :

“Rasio ini menggambarkan sampai sejauh mana modal pemilik dapat menutupi utang-utang kepada pihak luar. Semakin kecil rasio ini semakin baik. Rasio ini disebut juga rasio leverage. Untuk keamanan pihak luar rasio terbaik jika modal lebih besar dari jumlah utang atau minimal sama. Namun bagi pemegang saham atau manajemen rasio leverage ini sebaiknya besar”.

Dari kedua pendapat ahli diatas dapat disimpulkan bahwa *Debt to Equity Ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk menghitung utang dan modal, yang dapat menutupi utang-utang kepada pihak luar. *Debt to equity ratio* pada setiap perusahaan tentu berbeda-beda, tergantung karakteristik bisnis dan keberagaman arus kasnya. Perusahaan dengan arus kas yang stabil biasanya memiliki rasio yang lebih tinggi dari rasio kas yang kurang stabil. Rasio ini menunjukkan hubungan antara jumlah pinjaman jangka panjang yang diberikan kepada para kreditur

dengan jumlah modal sendiri yang diberikan oleh pemilik perusahaan. Hal ini biasanya digunakan untuk mengukur financial leverage suatu perusahaan. Rasio ini dapat dihitung dengan rumus, menurut Sofyan Syafri Harahap (2010:303) yaitu :

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal

Perusahaan besar dapat membiayai investasinya dengan mudah melalui pasar modal karena investor dapat memperoleh lebih banyak informasi dari perusahaan besar jika dibandingkan dengan perusahaan kecil. Dengan mudahnya perolehan dana di pasar modal akan menjadikan proporsi penggunaan hutang semakin sedikit di dalam struktur modalnya. Bambang (2008:297) menyatakan :

“Semakin besar suatu perusahaan, semakin mudah perusahaan itu memperoleh hutang. Perusahaan besar memiliki kemudahan akses sehingga fleksibilitas perusahaan besar juga lebih besar. Pihak kreditur atau pemberi hutang tentunya lebih menyukai untuk memberikan kredit kepada perusahaan besar sehingga perusahaan yang besar mempunyai kesempatan yang lebih luas dan mudah memperoleh kredit.

Variabel ukuran perusahaan merupakan variabel yang telah banyak diteliti oleh beberapa peneliti yang meneliti pengaruhnya terhadap struktur modal.

Penelitian tentang Ukuran Perusahaan terhadap Struktur Modal yang dilakukan Nislan Anisah Putri (2015) mengemukakan bahwa :

“Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap struktur modal. Ukuran perusahaan yang besar akan menunjukkan bahwa perusahaan akan lebih mudah untuk mendapatkan hutang jangka panjang karena memiliki prospek usaha yang lebih baik daripada perusahaan kecil.”

Penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap struktur modal juga dilakukan oleh Arlan Rolland Naray dan Lisbeth Mananeke (2015) menyatakan bahwa :

“Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap struktur modal. Ukuran perusahaan yang lebih besar akan lebih menjamin memiliki akses yang lebih mudah untuk mendapatkan sumber modalnya. Hal inilah yang menyebabkan variabel ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap penggunaan sumber dana eksternal”.

Kemudian pada penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Mila Diana Sari (2015) menunjukkan bahwa :

“Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap struktur modal.”

Menurut Smith dan Warner (1979) dalam Fatkhatur Khusnul (2012) menyatakan bahwa :

“Perusahaan besar dapat membiayai investasinya dengan mudah melalui pasar modal karena investor dapat memperoleh lebih banyak informasi dari perusahaan besar jika dibandingkan dengan perusahaan kecil.”

Maka dari itu, dengan mudahnya perolehan dana di pasar modal akan menjadikan proporsi penggunaan hutang semakin sedikit di dalam struktur modalnya. Selain itu, pada umumnya perusahaan kecil saat menerbitkan ekuitas cenderung memakan biaya yang lebih besar dibandingkan jika perusahaan besar yang menerbitkan ekuitas. Maka, dengan kata lain dapat dikatakan bahwa

semakin besar ukuran suatu perusahaan maka biaya penerbitan ekuitasnya akan semakin murah.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami oleh penulis bahwa ukuran perusahaan dapat dikatakan memiliki pengaruh terhadap struktur modal perusahaan karena perusahaan-perusahaan besar memiliki kapasitas hutang yang tinggi dan dapat lebih mudah untuk memperoleh hutang. Kapasitas hutang yang tinggi tersebut disebabkan oleh banyaknya biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan seiring dengan bertambahnya ukuran perusahaan. Hal ini didukung oleh *agency theory* yang mengatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan akan semakin banyak saham yang tersebar dan akan semakin banyak pula biaya-biaya yang berhubungan dengan pengawasan manajemen. Dan akan mempengaruhi tingkat hutang perusahaan menjadi semakin besar seiring dengan meningkatnya biaya pengawasan.

2.2.2 Pengaruh *Capital Expenditure* Terhadap Struktur Modal

Menurut Lukman Syamsuddin (2007:410), *Capital Expenditure* adalah merupakan pengeluaran-pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan dengan harapan bahwa pengeluaran tersebut akan memberikan manfaat atau hasil (benefit) untuk jangka waktu yang lebih dari setahun. Pengeluaran-pengeluaran untuk pembelian aktiva tetap adalah merupakan *capital expenditure*, tetapi tidak semua *capital expenditure* akan dipergunakan untuk membeli aktiva tetap. Pengeluaran sebesar Rp6.000.0000,- yang digunakan untuk membeli sebuah mesin baru yang akan memberikan hasil kepada perusahaan untuk jangka waktu 10 tahun adalah merupakan *capital expenditure*, demikian pula halnya dengan pengeluaran-pengeluaran yang digunakan untuk melakukan kegiatan promosi produk perusahaan yang diperkirakan akan dapat memberikan manfaat untuk

jangka waktu yang lebih dari setahun. Sekalipun demikian, pengeluaran-pengeluaran untuk melakukan promosi penjualan biasanya bukanlah merupakan aktiva tetap perusahaan yang dapat didepresiasi. Pengeluaran untuk promosi ini biasanya dianggap biaya (*expense*) untuk tahun di mana pengeluaran tersebut dilakukan. Terjadinya *capital expenditure* dapat disebabkan karena beberapa alasan yang berbeda satu sama lain. Akan tetapi sekalipun motif dari pengeluaran tersebut berbeda satu sama lain, namun cara atau teknik pengevaluasian yang dilakukan adalah sama. Motif utama dalam melakukan *capital expenditure* yaitu 1) pembelian aktiva yang baru, 2) penggantian aktiva tetap yang lama, dan 3) perbaikan atau modernisasi atas aktiva tetap yang lama.

Menurut Agus Sartono, 2010:214, Perusahaan dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan modalnya dalam dua bentuk : modal jangka panjang dan jangka pendek. Sedangkan pinjaman jangka panjang dan modal sendiri adalah sumber-sumber modal yang panjang. Secara umum, aktiva lancar mempunyai tingkat keuntungan yang lebih kecil dibandingkan dengan aktiva tetap. Dalam strategi pendanaan kerja dan aktiva ada beberapa kebijakan pendanaan modal kerja yaitu pendekatan agresif, pendekatan konservatif, dan moderat. Menurut konsep pendekatan agresif, kebutuhan modal jangka pendek harus dibiayai dengan pinjaman jangka pendek, sedangkan kebutuhan-kebutuhan jangka panjang harus dibiayai dengan pinjaman jangka panjang pula. Menurut konsep pendekatan konservatif, seluruh proyeksi kebutuhan modal perusahaan harus dibiayai dengan modal jangka panjang sedangkan modal jangka pendek akan dipergunakan hanya apabila timbul keadaan yang darurat atau karena adanya arus kas keluar yang tidak terduga-duga sebelumnya. Jika pembelanjaan perusahaan menggunakan pendekatan konservatif maka cara pembelanjaan yang dilakukan tidaklah murah karena jumlah dana yang sesungguhnya tidak dibutuhkan tetapi perusahaan tetap membayar bunga atas modal yang tidak digunakan tersebut. Jika investasi dibiayai sebagian atau seluruhnya dengan utang atau modal pinjaman, maka akan timbul bunga atas penggunaan utang tersebut yang akan berdampak pada laba bersih dan aliran kas bersih investasi dan akan mempengaruhi struktur modal.

Penelitian tentang *capital expenditure* sudah dilakukan oleh beberapa peneliti dengan beberapa hasil yang berbeda.

McConnell dan Muscarella (1985) dalam Yunita Tebenancy Sitompul (2011) menyatakan bahwa :

“pengumuman *capital expenditure* di masa depan memiliki dampak pada nilai perusahaan yang beroperasi dalam sektor industri.”

Intan dan Margareta Sori (2016) dalam penelitiannya berpendapat bahwa semakin banyak kas yang tersedia maka akan semakin banyak investor yang akan berinvestasi terlepas dari apakah investasi itu baik atau buruk. Jika *capital expenditure* perusahaan semakin besar maka keperluan modal perusahaan juga akan semakin besar untuk memenuhi kebutuhan tersebut sehingga perusahaan akan mencari dana yang berasal dari luar. Hal ini akan meningkatkan leverage perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, dapat dipahami oleh penulis bahwa semakin tinggi *capital expenditure* akan meningkatkan tingkat hutang perusahaan. Maka terdapat pengaruh antara *capital expenditure* terhadap struktur modal perusahaan.

2.2.3 Pengaruh *Sales Growth* Terhadap Struktur Modal

Perusahaan dapat mencapai target profitnya apabila mempunyai kemampuan dalam meningkatkan pertumbuhan penjualannya dari waktu ke waktu. Bagi perusahaan yang mempunyai tingkat pertumbuhan penjualan dan laba yang tinggi akan lebih memiliki kecenderungan dalam menggunakan utang sebagai sumber dana eksternal karena merasa lebih aman dan dapat menanggung

beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang mempunyai tingkat pertumbuhan penjualan dan laba yang tergolong rendah. Sehingga perusahaan umum yang tingkat penjualan produknya cenderung stabil dapat lebih banyak mengandalkan penggunaan dana eksternal seperti hutang, daripada mengandalkan pendanaan internal seperti penjualan saham dengan biaya pengembangan yang lebih besar. Namun, perusahaan yang tumbuh lebih cepat sering menghadapi ketidakpastian yang lebih besar, yang cenderung mengurangi keinginannya untuk menggunakan hutang (Brigham dan Houston, 2010:39).

Menurut *trade-off theory* semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan, maka dana yang dihasilkan perusahaan akan semakin besar dan kemampuan perusahaan dalam menghadapi risiko juga akan semakin besar sehingga akan meminimalkan risiko usaha. Dan semakin rendah risiko usaha akan berdampak positif pada tingkat hutang perusahaan.

Perusahaan dengan tingkat penjualan yang tinggi cenderung menggunakan hutang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan dengan tingkat penjualan yang rendah (Abdul Halim, 2015:92). Secara umum perusahaan dengan tingkat penjualan yang semakin meningkat cenderung membutuhkan dana yang besar. Hal ini dikarenakan peningkatan kegiatan operasional yang mengikuti pula.

Penelitian tentang pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap struktur modal telah banyak dilakukan. Hasil penelitian tentang pertumbuhan penjualan terhadap struktur modal antara lain dilakukan oleh Julita (2013) menyatakan bahwa :

“Tingkat pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap struktur modal.”

Menurut Yunita Tebenancy Sitompul (2011) menyatakan bahwa :

“Tingkat pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap struktur modal.

Begitupun menurut Christina Wijaya dkk (2014), “Tingkat pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap struktur modal.”

Besarnya pertumbuhan penjualan sebuah perusahaan akan menolng manajemen untuk meningkatkan operasionalnya. Kekurangan dana menyebabkan beberapa keputusan manajemen untuk mendapatkan pendanaan dari pihak ekstern. Untuk itu pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap aliran dana yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk mencapai target tersebut karena dalam besaran pertumbuhan penjualan dipengaruhi oleh besarnya aliran dana perusahaan.

Seperti dikatakan Nislam Anisah Putri (2015) bahwa bagi perusahaan dengan tingkat pertumbuhan dan penjualan laba yang tinggi kecenderungan penggunaan hutang sebagai sumber dana eksternal yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan yang tingkat pertumbuhannya rendah. Berdasarkan pada hasil penelitian Ni Made Novione Purnama Dewi Suweta dan Made Rusmala Dewi (2016) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap struktur modal.

Pada penjelasan diatas sampai pada pemahaman penulis, maka *sales growth* mempunyai pengaruh positif terhadap struktur modal.

2.2.4 Pengaruh *Profitability* Terhadap Struktur Modal

Ada asumsi yang mengatakan bahwa penggunaan hutang dalam jumlah besar pada perusahaan yang mempunyai tingkat profitabilitas yang tinggi tidak akan berpengaruh banyak pada struktur modal. Karena tingkat laba atau tingkat pengembalian yang tinggi akan memberikan kemampuan pada perusahaan untuk membayar bunga tetapnya.

Pecking Order Theory(Husnan, 2012:325) menyatakan bahwa perusahaan akan cenderung menggunakan dana internalnya sebagai sumber pendanaan. Pilihan pendanaan kedua saat dana eksternal dibutuhkan adalah utang. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi lebih mudah mendapatkan utang jangka panjang. Hal karena besarnya dana internal yang mereka miliki kemampuan membayar bunga dan utang lebih baik.

Penelitian tentang pengaruh *profitability* terhadap struktur modal telah banyak dilakukan. Hasil penelitian tentang profitabilitas terhadap struktur modal antara lain dilakukan oleh Julita (2013) menyatakan bahwa :

“Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap struktur modal.”

Menurut Taruna Johni Priambodo dkk (2014), “profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap struktur modal.”

Sedangkan Nislah Anisah Putri (2015) menyatakan bahwa :

“profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap struktur modal.”

Besarnya profitabilitas akan mempengaruhi keputusan manajemen untuk melakukan pendanaan dari luar atau tidak, bisa juga mempengaruhi keputusan manajemen dalam menggunakan dana untuk operasionalnya. Dana yang diperoleh

dari profitabilitas akan mempengaruhi besarnya hutang ataupun modal dari ekstern perusahaan dalam melakukan kegiatan operasionalnya.

Hal ini dibuktikan oleh penelitian-penelitian terdahulu yang sudah dilakukan oleh Mila Diana Sari (2015), Andreas dkk (2015), mereka membuktikan bahwa perusahaan dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi cenderung mempunyai tingkat hutang yang relatif rendah. Hal ini sejalan dengan *pecking order theory* yang mengemukakan bahwa perusahaan cenderung menggunakan sumber pendanaan internalnya sebanyak mungkin sebelum memutuskan untuk berhutang.

Dari penelitian terdahulu diatas, dalam pemahaman penulis maka *profitability* berpengaruh negatif terhadap struktur modal.

2.2.5 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang pernah dilakukan mengenai keterkaitan ukuran perusahaan, *capital expenditure*, *sales growth*, dan *profitability* terhadap struktur modal, penulis ungkapkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 2.1

Penelitian – penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian
1	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pendanaan perusahaan.	Mayangsari (2001)	besaran perusahaan, profitabilitas, struktur aset, dan perubahan modal kerja berpengaruh signifikan terhadap pendanaan perusahaan. Sedangkan pertumbuhan penjualan dan <i>operating leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap kebijakan pendanaan struktur modal
2	Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi struktur modal dan hubungannya terhadap nilai perusahaan.	Masdar Mas'ud (2008)	Struktur modal berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan, struktur aktiva berpengaruh positif terhadap struktur modal, ukuran perusahaan (<i>size</i>) berpengaruh positif terhadap struktur modal.
3	The Impact of Firms' Capital expenditure on Working Capital Management: An Empirical Study across Industries in Thailand	Appuhami (2008)	<i>Operating expenditure</i> dan <i>finance expenditure</i> berpengaruh positif signifikan. <i>Sales growth</i> , <i>firm performance</i> , dan <i>financial leverage</i> berpengaruh positif tidak signifikan. <i>Capital expenditure</i> dan <i>operating cash flow</i> berpengaruh negative signifikan.
4	Pengaruh Struktur Aktiva, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal Emiten Sektor Telekomunikasi Periode 2000-2006	Bram Hadianto (2008)	Bahwa Struktur Aktiva berpengaruh positif dan signifikan terhadap struktur modal. profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap struktur modal.
5	Pengaruh <i>profitability</i> ,	Ramlall (2009)	Bahwa <i>profitability</i> bersama

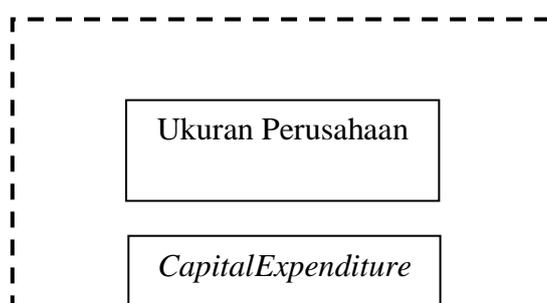
	<i>non-debt tax shield</i> , pertumbuhan perusahaan, besar perusahaan, dan umur perusahaan terhadap struktur modal.		dengan <i>non-debt tax shield</i> dan pertumbuhan perusahaan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kebutuhan pendanaan struktur modal. Sedangkan variabel besar perusahaan berpengaruh negatif terhadap struktur modal, dan umur perusahaan yang berpengaruh positif terhadap struktur modal.
6	Pengaruh <i>Tax, Insider</i> , dan <i>Capex</i> terhadap <i>Debt to Equity Ratio</i> .	Roshan (2009)	Variabel <i>tax</i> mempunyai pengaruh positif terhadap struktur modal, <i>insider</i> mempunyai pengaruh negatif terhadap struktur modal, dan <i>capex</i> mempunyai pengaruh negatif terhadap struktur modal.
7	Analisis Faktor – faktor yang mempengaruhi Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur yang Go Public di Bursa Efek Indonesia.	Winahyuningsih, Sumekar, dan Prasetyo (2011)	Hasil penelitiannya adalah pertumbuhan penjualan, profitabilitas, dan <i>operating leverage</i> berpengaruh positif terhadap struktur modal. sedangkan struktur aktiva tidak berpengaruh terhadap struktur modal.
8	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi struktur modal pada perusahaan manufaktur yang go public di bursa efek Indonesia	Panca Winahyuningsih, Kertati Sumekar, dan Hanar Prasetyo (2011)	adanya pengaruh yang signifikan antara variabel pertumbuhan penjualan, profitabilitas, dan <i>operating leverage</i> terhadap struktur modal secara parsial. Sedangkan struktur aktiva tidak berpengaruh signifikan terhadap struktur modal.
9	Analisis Pengaruh <i>Sales Growth, Capital Expenditure</i> , dan <i>Size</i> Terhadap Struktur Modal (Studi Pada	Yunita Tebenancy Sitompul (2011)	Variabel <i>sales growth</i> dan <i>size</i> berpengaruh terhadap struktur modal. Sedangkan <i>capital expenditure</i> tidak mempengaruhi struktur

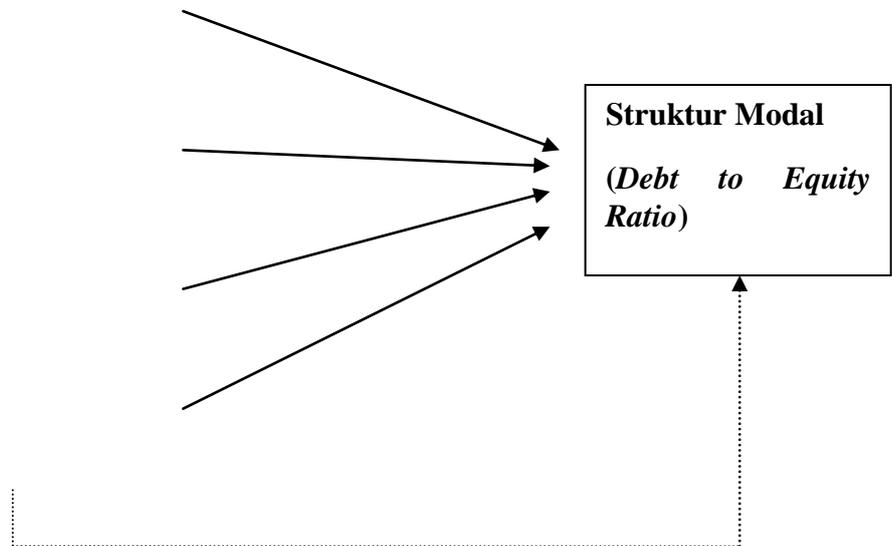
	Perusahaan <i>Wholesale And Retail Trade</i> Yang Terdaftar Di BEI Periode 2008 – 2010).		modal.
10	Pengaruh Profitabilitas Dan Tingkat Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal Pada PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan.	Julita (2013)	Variabel profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap struktur modal. Sedangkan tingkat pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap struktur modal.
11	Pengaruh struktur aktiva, profitabilitas, pertumbuhan penjualan, kebijakan deviden dan resiko bisnis terhadap struktur modal pada perusahaan <i>Food And Beverages</i> yang terdaftar di BEI periode 2010-2012	Christina Wijaya, Restu Agusti, dan Yesi Mutia (2014)	Variabel struktur aktiva. Profitabilitas, dan kebijakan deviden tidak berpengaruh terhadap struktur modal. Sedangkan variabel pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap struktur modal.
12	Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Struktur Aktiva, Profitabilitas, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal (Studi Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia).	Farida Arini (2014)	Variabel profitabilitas dan usia perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap struktur modal. Sedangkan variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap struktur modal.
13	Pengaruh Struktur Aktiva, Tingkat Pertumbuhan Penjualan Dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal (Studi pada perusahaan Tekstil dan Garmen yang <i>listing</i> di BEI periode 2010-2012)	Taruna Johni Priambodo, Topowijono, dan Devi Farah Azizah (2014)	Variabel Struktur Aktiva berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Struktur Modal. Variabel Tingkat Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Struktur Modal. Sedangkan Profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Struktur Modal.
14	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Struktur Aktiva	Arlan Rolland Naray dan	Variabel pertumbuhan penjualan tidak

	Dan ukuran penjualan Terhadap Struktur Modal Pada Bank Pemerintah.	Lisbeth Mananeke (2015)	berpengaruh signifikan terhadap struktur modal. Sedangkan struktur aktiva dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap struktur modal.
15	Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Struktur Aktiva Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal. (Studi Kasus Pada Perusahaan <i>Property And Real Estate</i> Yang Terdaftar di BEI Tahun 2011-2013)	Andreas Naibaho, Topowijono, dan Devi Farah Azizah (2015)	Variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan terbukti tidak berpengaruh signifikan, tetapi variabel pertumbuhan penjualan dan struktur aktiva berpengaruh signifikan terhadap struktur modal. Variabel profitabilitas, struktur aktiva dan ukuran perusahaan terbukti memiliki hubungan negatif, sedangkan variabel pertumbuhan penjualan memiliki hubungan positif terhadap struktur modal.
16	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Struktur Aset, <i>Non-Debt Tax Shield</i> Dan Usia Perusahaan Terhadap Struktur Modal. (Studi Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Di BEI).	Mila Diana Sari (2015)	Variabel likuiditas, ukuran perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh terhadap struktur modal dengan arah negatif. Variabel pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap struktur modal dengan arah positif. Sedangkan Struktur Aktiva tidak memiliki pengaruh terhadap struktur modal.
17	Pengaruh Struktur Aktiva, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Makanan dan Minuman.	Nislam Anisah Putri (2015)	Variabel pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap struktur modal. Struktur aktiva secara parsial berpengaruh signifikan terhadap struktur modal.

18	Analisis Pengaruh <i>Capital Expenditure, Company Size, Sales Growth, Business Risk</i> , Dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor <i>Food and Beverages</i> Periode 2009 – 2013).	Intan dan Margareta Sori (2015)	Variabel <i>capital expenditure</i> berpengaruh positif signifikan terhadap struktur modal, variabel Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap struktur modal, variabel <i>company size</i> berpengaruh positif signifikan terhadap struktur modal.
19	Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Struktur Aktiva, Dan Risiko Bisnis Terhadap Struktur Modal Pada Emiten Kompas 100 (non perbankan)	Pauline Natalia (2015)	Variabel profitabilitas berpengaruh negatif terhadap struktur modal perusahaan, variabel pertumbuhan penjualan dan struktur aktiva berpengaruh positif terhadap struktur modal perusahaan, sedangkan variabel risiko bisnis tidak berpengaruh terhadap struktur modal perusahaan.
20	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Struktur Aktiva, Dan Pertumbuhan Aktiva Terhadap Struktur Modal.	Ni Made Novione Purnama Dewi Suweta dan Made Rusmala Dewi (2016)	Variabel pertumbuhan penjualan dan struktur aktiva berpengaruh positif dan signifikan terhadap struktur modal. Sedangkan Pertumbuhan aktiva berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap struktur modal.

Berdasarkan dari uraian diatas, sampai pada pemahaman penulis bahwa Ukuran Perusahaan, *Capital Expenditure*, *Sales Growth*, dan *Profitability* terhadap Struktur Modal. Untuk menggambarkan pengaruh Ukuran Perusahaan, *Capital Expenditure*, *Sales Growth*, dan *Profitability* terhadap Struktur Modal, maka dibuat suatu kerangka pemikiran sebagai berikut :





Keterangan :

- > =Pengaruh Parsial
> = Pengaruh Simultan

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:93), pengertian Hipotesis adalah :

“Merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pernyataan, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada fakta – fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.”

Merumuskan hipotesis berarti membentuk proporsi yang sesuai dengan kemungkinan – kemungkinannya serta tingkat – tingkat kebenarannya. Dalam suatu penelitian, hipotesis merupakan pedoman karena data yang dikumpulkan adalah data yang berhubungan dengan variabel – variabel yang dinyatakan dalam hipotesis tersebut. Berdasarkan kerangka konseptual di atas maka dapat dibuat hipotesis dari penelitian ini sebagai berikut :

Hipotesis 1 : Terdapat pengaruh ukuran perusahaan (*size company*) terhadap struktur modal pada perusahaan pertanian.

Hipotesis 2 : Terdapat pengaruh belanja modal (*Capital expenditure*) terhadap struktur modal pada perusahaan pertanian.

Hipotesis 3 : Terdapat pengaruh pertumbuhan penjualan (*sales growth*) terhadap struktur modal pada perusahaan pertanian.

Hipotesis 4 : Terdapat pengaruh profitabilitas (*profitability*) terhadap struktur modal pada perusahaan pertanian.

Hipotesis 5 : Terdapat pengaruh ukuran perusahaan, belanja modal (*capital expenditure*), pertumbuhan penjualan (*sales growth*), dan profitabilitas (*profitability*) terhadap struktur modal pada perusahaan pertanian.