BAB II

KAJIAN TEORITIS, KERANGKA PEMIKIRAN & HIPOTESIS

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1 Struktur Aset

Struktur aset yang dimaksud dalam penelitian ini adalah yang menggambarkan proporsi total aset tetap yang dimiliki perusahaan dengan total aset perusahaan. Sebelum membahas lebih khusus struktur aset, perlu dipahami pengertian aset. berikut ada beberapa definisi aset menurut beberapa ahli:

Aset menurut Siregar (2004:178) adalah barang atau sesuatu yang mempunyai nilai ekonomi, nilai komersial atau nilai tukar yang dimiliki oleh badan usaha, instansi atau individu. Sedangkan aset menurut Weygandt, *et. al* (2007:11-12) yaitu sumber penghasilan atas usahnya sendiri, dimana karakteristik umum yang dimilikinya yaitu memberikan jasa atau manfaat di masa yang akan datang. Pengertian aset menurut Harmono (2011:227) adalah kekayaan perusahaan yang dapat dibagi menjadi dua, yaitu aktiva lancar dan aktiva tetap yang posisinya berada pada sebelah debet di neraca suatu perusahaan.

Jadi aset adalah barang atau sesuatu yang mempunyai nilai ekonomi yang dimiliki badan usaha atau individu, dimana karakteristik umum yang dimilikinya yaitu memberikan jasa atau manfaat di masa yang akan datang.

2.1.1.1 Definisi Struktur Aset

Untuk mengetahui pengertian yang jelas mengenai struktur aset, maka ada beberapa definisi aset tetap yang dikemukakan oleh beberapa ahli. Seperti yang diuraikan menurut Weston dan Brigham (2005:175) struktur aset adalah perimbangan atau perbandingan antara aset tetap dan total aset. Struktur aset menurut Lukman Syamsudin (2007:9) dapat di definisikan sebagai penentuan berapa besar alokasi dana untuk masing-masing komponen aset, baik dalam aset lancar maupun dalam aset tetap. Sedangkan I Made Sudana (2011:163) mendefinisikan sktruktur aset sebagai Perbandingan antara aktiva tetap terhadap total aktiva.

Adapun menurut Bambang Riyanto (2008:19):

> Struktur aktiva terdiri dari aktiva lancar dan aktiva tetap, Aktiva lancar adalah aktiva yang habis dalam satu kali berputar dalam proses produksi, dan proses perputarannya dalam jangka waktu yang pendek (umumnya kurang dari satu tahun). Sedangkan aktiva tetap adalah aktiva yang tahan lama yang secara berangsur-angsur habis turut serta dalam proses produksi.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa struktur aset merupakan penentuan berapa besar alokasi dana untuk masing-masing komponen aset, baik dalam aset lancar maupun dalam aset tetap, dalam penelitian ini struktur aset diukur dengan cara membandingkan antara aset tetap dan total aset.

Menurut Brigham dan Gapenski (2006:190) secara umum perusahaan yang memiliki jaminan, akan lebih mudah mendapatkan hutang daripada perusahaan yang tidak memiliki jaminan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan akan cenderung untuk menggunakan hutang yang lebih besar jika perusahaan tersebut memiliki sturktur aset

yang fleksibel atau lebih bersifat lancar. Investor akan lebih mudah untuk memberikan pinjaman atau hutang jika ada jaminan.

2.1.1.2 Indikator Struktur Aset

Dalam penelitian ini, struktur aset dipandang dari aset yang harus disediakan untuk operasional perusahaan secara permanen, yaitu aset tetap. Karena pada perusahaan industri, aset perusahaan lebih banyak dialokasikan dalam bentuk aset tetap. Dalam penelitian ini struktur aset dapat dilihat menggunakan *Fixed Asset Ratio.* Struktur Aset atau *Fixed Asset Ratio* (FAR) dan dikenal juga dengan *tangible asset* merupakan rasio antara aset tetap perusahaan dengan total aset. Total aset tetap diketahui dengan menjumlahkan rekening- rekening aset tetap berwujud perusahaan seperti tanah, gedung, mesin dan peralatan, kendaraan dan aset berwujud lainnya kemudian dikurangi akumulasi penyusutan aset tetap.

Secara matematis rumus ini dapat ditulis sebagai berikut:

$$Fixed\ Asset\ Ratio = \frac{\text{Total Aset Tetap}}{\text{Total Aset}}\ x\ 100\%$$

Weston dan Brigham (2005:175)

Jika nilai aktiva berwujud yang dimiliki perusahaan semakin besar, maka aktiva ini dapat digunakan sebagai jaminan yang semakin mengurangi risiko dari kesulitan seperti biaya tetap dari hutang (Dwilestari, 2010). Bagian yang besar dari aktiva berwujud diharapkan berhubungan dengan leverage yang tinggi. Aktiva tetap seringkali digunakan sebagai jaminan dalam mendapatkan hutang, sehingga

perusahaan yang banyak memiliki aktiva tetap akan mendapatkan hutang yang lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki aktiva tetap lebih sedikit.

2.1.2 Pertumbuhan Penjualan

Pendekatan pertumbuhan penjualan merupakan suatu komponen untuk menilai prospek perusahaan pada masa yang akan datang (Murni dan Andriana, 2007). Pertumbuhan penjualan merupakan komponen untuk menilai prospek perusahaan pada masa yang akan datang dan dalam manajemen keuangan diukur berdasarkan perubahan total pertumbuhan penjualan. Menurut Fabozzi (2000:81) Pertumbuhan penjualan suatu produk dari emiten tergantung dari daur hidup produk. Jika pertumbuhan penjualan per tahun meningkat, investor akan percaya terhadap emiten, bahwa emiten akan memberikan keuntungan di masa depan. Sebelum memahami tentang pertumbuhan penjualan, berikut ada beberapa definisi penjualan menurut ahli:

Penjualan menurut Mulyadi (2008:202) adalah:

> Penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut dan penjualan dapat diartikan sebagai pengalihan atau pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli.

Sedangkan menurut Kotler (2000:8) yang diterjemahkan oleh Ronny A. Rusli dan Hendra pengertian penjualan adalah proses sosial manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, menciptakan, menwarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Adapun

menurut Tjiptono (2001:254) penjualan adalah sumber pendapatan yang diperlukan menutup ongkos-ongkos dengan harapan mendapatkan laba.

Berdasarkan beberapa definisi diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, dimana penjual menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain dengan harapkan mendapatkan laba.

2.1.2.1 Definisi Pertumbuhan Penjualan

Beberapa ahli mendefiniskan pertumbuhan penjualan. Menurut Amstrong (2005:327) pertumbuhan penjualan dapat di definisikan sebagai perubahan penjualan per tahun, pertumbuhan penjualan suatu produk sangat tergantung dari daur hidup produk. Adapun Pertumbuhan penjualan menurut Sofyan Syafri (2007:310) adalah persentasi kenaikan penjualan tahun dibandingkan dengan tahun lalu, semakin tinggi semakin baik. Kemudian Rudianto (2009:56) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan merupakan volume penjualan pada tahun-tahun kedepan yang berdasarkan pada data volume penjualan historis.

Di dalam pertumbuhan penjualan mencakup pertumbuhan volume dan perkembangan harga jual suatu produk dan/atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Robert Higgins (2003:115) menyatakan bahwa:

> *Growth comes from two sources; increasing volume and rising price. Because of all variabel cost, most current asset, and current liabilities have tendency directly with sales, so it is a good idea to see the growth rate based on the sales of the company.*

Pernyataan Robert Higgins tersebut menunjukan bahwa tingkat pertumbuhan perusahaan dapat dilihat dari pertambahan volume dan peningkatan harga khususnya dalam hal penjualan, karena penjualan merupakan suatu aktifitas yang umunya dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan yang diharapkan yaitu tingkat laba yang diinginkan. Dengan demikian berdasarkan pengertian-pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan perusahaan adalah perubahan penjualan dilihat dari data penjualan historis, semakin tinggi semakin baik.

Bagi kreditur ataupun *debt investor* lain, analisis terhadap potensi pertumbuhan penjualan juga sangat penting karena prospek masa depan perusahaan sangat menentukan mampu atau tidaknya perusahaan tersebut membayar kewajiban atau utang. Jika perusahaan tidak bertumbuh, besar kemungkinan perusahaan akan mengalami gagal bayar atas utang-utangnya.

Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebaga prediksi pertumbuhan yang akan datang (Yeniatie dan Destriana, 2011). Pertumbuhan penjualan merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suati industri. Laju pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan dalam menandai kesempatan-kesempatan pada masa yang akan datang.

2.1.2.2 Indikator Pertumbuhan Penjualan

Tingkat pertumbuhan suatu perusahaan dapat dilihat dari pertambahan volume dalam hal penjualan karena penjualan merupakan suatu aktivitas yang umumnya

dilakukan oleh perusahaan untuk mendapat tujuan yang ingin dicapai yaitu tingkat laba yang diharapkan dan apabila persentase perbandingannya semakin besar, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan semakin baik atau lebih baik dari periode sebelumnya (Thaharah, Suwendra dan Yudiaatmaja, 2016).

Dalam penelitian ini pertumbuhan penjualan dapat dilihat menggunakan rasio pertumbuhan. Menurut Kasmir (2015:116) bahwa rasio pertumbuhan (*growth ratio*) merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya. Mengukur pertumbuhan penjualan dengan membandingkan antara penjualan akhir periode dengan penjualan yang dijadikan tahun dasar (penjualan akhir periode sebelumnya). Pengukuran variabel ini menggunakan skala rasio yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Sales\ Growth\ = \frac{\text{Penjualan(t)} - \text{Penjualan(t} - 1)}{\text{Penjualan (t} - 1)} x\ 100\%$$

Sofyan Safri (2008:309)

2.1.3 Kebijakan Hutang

Kebijakan utang termasuk kebijakan pendanaan perusahaan yang bersumber dari eksternal. Penentuan kebijakan hutang ini berkaitan dengan struktur modal karena utang merupakan bagian dari penentuan struktur modal yang optimal. Semua perusahaan kecil maupun perusahaan besar mempunyai utang dalam perusahaan yang di bentuknya. Sebelum memahami kebijakan hutang, sebaiknya kita memahami terlebih dahulu definisi hutang yang diartikan oleh beberapa ahli sebagai berikut:

Definisi hutang menurut Kieso, *et. al* (2007:172) adalah sebagai berikut:

> Utang adalah kemungkinan pengorbanan masa depan atas manfaat ekonomi yang muncul dari kewajiban saat ini entitas tertentu untuk mentransfer aset atau menyediakan jasa kepada entitas lainnya di masa depan sebagai hasil dari transaksi atau kejadian masa lalu.

Menurut Munawir (2010:18) hutang adalah semua kewajiban keuangan perusahaan kepada pihak lain yang belum terpenuhi, dimana hutang ini merupakan sumber dana atau modal perusahaan yang berasal dari kreditor. Sedangkan Menurut Achmad Tjahjono (2009:152) pengertian hutang adalah kewajiban suatu perusahaan yang timbul dari transaksi pada waktu yang lalu dan harus dibayar dengan kas,barang atau jasa di masa yang akan datang.

Berdasarkan definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa hutang adalah kemungkinan pengorbanan masa depan atas manfaat ekonomi yang muncul dari kewajiban saat ini dimana hutang ini merupakan sumber dana atau modal perusahaan yang berasal dari kreditor dan harus dibayar dengan kas, barang atau jasa di masa yang akan datang.

Bagi pemilik perusahaan dengan menggunakan hutang pada tingkat tertentu harapan pemilik perusahaan bisa tercapai (Rambe, 2013). Perusahaan dinilai berisiko apabila memiliki porsi hutang yang besar dalam struktur modal, namun sebaliknya apabila perusahaan mengunakan hutang yang kecil atau tidak sama sekali maka perusahaan dinilai tidak dapat memanfaatkan tambahan modal eksternal yang dapat meningkatkan operasional perusahaan.

2.1.3.1 Definisi Kebijakan Hutang

Menurut Brigham dan Houston (2011:153) perusahaan yang berkembang memerlukan modal yang dapat berasal dari hutang maupun ekuitas. Kebijakan hutang pada dasarnya menjadi kebijakan yang digunakan untuk menentukan nilai perusahaan. Kebijakan hutang perusahaan merupakan tindakan manajemen perusahaan dalam rangka mendanai operasional perusahaan dengan menggunakan modal yang berasal dari hutang, hal ini erat kaitannya dengan struktur modal yang dipilih perusahaan.

Kebijakan hutang menurut Kieso*, et. al* (2007:96) adalah kebijakan yang diambil perusahaan untuk melakukan pembiayaan melalui hutang. Definisi kebijakan hutang menurut Harmono (2011:17) adalah kebijakan pendanaan yang dapat memaksimalkan harga saham yang merupakan cerminan dari suatu nilai perusahaan. Adapun menurut Bambang Riyanto (2004:98) kebijakan hutang dapat diartikan sebagai kebijakan yang diambil oleh pihak manajemen dalam rangka memperoleh sumber pembiayaan bagi perusahaan sehingga dapat digunakan untuk membiayai aktivitas operasional perusahaan.

Jadi, kebijakan utang merupakan keputusan yang diambil oleh manajemen untuk menentukan besarnya utang dalam sumber pendanaannya yang berguna untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan.

Untuk memenuhi kebutuhan pendanaan, pemegang saham lebih menginginkan pendanaan perusahaan dibiayai dengan hutang karena dengan penggunaan hutang, hak pemegang saham terhadap perusahaan tidak akan berkurang dan dapat mencapai keinginan perusahaan (Indahningrum dan Handayani, 2009). Disamping itu perilaku

manajer dan komisaris perusahaan juga dapat dikendalikan. Namun sebaliknya manajer tidak menyukai pendanaan tersebut dikarenakan hutang mengandung risiko yang tinggi. Manajemen perusahaan mempunyai kecenderungan untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya dengan biaya pihak lain.

Keputusan pembiayaan melalui hutang mempunyai batasan sampai seberapa besar dana dapat digali (Mayogi dan Fidiana, 2016). Biasanya ada standar rasio tertentu untuk menentukan rasio hutang tertentu yang tidak boleh dilampaui. Jika rasio hutang melewati standar ini, maka biaya akan meningkat dengan cepat, dan hal tersebut akan mempengaruhi stuktur modal perusahaan. Perusahaan yang menggunakan semakin banyak hutang maka akan meningkatkan beban bunga dan pokok pinjaman yang harus dibayar. Hal ini memperbesar kemungkinan perusahaan menghadapi default, yaitu tidak dapat memenuhi kewajiban pembayaran hutang pada waktunya akibat kewajiban yang semakin besar. Menurut Manahan Tampubolon (2005:37) penggunaan utang harus menyeimbangkan antara keuntungan dan kerugiannya.

2.1.3.2 Indikator Kebijakan Hutang

Salah satu aspek yang dinilai dalam mengukur kinerja perusahaan adalah aspek *leverage* atau utang perusahaan. Utang merupakan komponen penting perusahaan, khususnya sebagai salah satu sarana pendanaan. Penurunan kinerja sering terjadi karena perusahaan memiliki utang yang cukup besar dan kesulitan dalam memenuhi kewajiban tersebut.

Dalam penelitian ini kebijakan hutang diukur dengan *debt to equity ratio* (DER) yang merupakan perbandingan dari total hutang yang dimiliki perusahaan dengan total equitasnya. Menurut Home dan Wachowicz (2005:209) DER adalah rasio utang dengan equitas menunjukan sejauh mana pendanaan dari utang yang digunakan jika dibandingkan dengan pendanaan ekuitas. Kasmir (2013:157) menyatakan *Debt to equity ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Pengukuran variabel ini menggunakan skala rasio yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Debt\ Equity\ Ratio\ = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Modal}}\ x\ 100\%$$

Rudianto (2013:193)

2.2 Kerangka Pemikiran

Kebijakan hutang merupakan keputusan penting yang sangat berpengaruh terhadap kebijakan kondisi suatu perusahaan, hal ini berkaitan dengan pendanaan yang diperoleh melalui hutang (Steven dan Lina, 2011). Hutang dapat sangat membantu dalam mengatasi masalah pendanaan, akan tetapi perlu dipertimbangkan risiko akan terjadinya kebangkrutan pada penggunaan hutang dalam jumlah yang besar. Beberapa faktor yang mempengaruhi kebijakan hutang perusahaan antara lain struktur aset dan pertumbuhan penjualan.

2.2.1 Pengaruh Stuktur Aset terhadap Kebijakan Hutang

Menurut Bambang Riyanto (2008:298) perusahaan dengan jumlah aset tetap yang besar dapat menggunakan hutang lebih banyak karena aset tetap dapat dijadikan jaminan yang baik atas pinjaman-pinjaman. Karena perusahaan akan cenderung untuk menggunakan hutang yang lebih besar jika ia memiliki sturktur aset yang lebih bersifat lancar. Investor akan lebih mudah untuk memberikan pinjaman atau hutang jika ada jaminan berupa aset tetap. Hal ini sejalan dengan pernyataan Mamduh Hanafi (2004:345) perusahaan yang memiliki aset tetap dalam jumlah besar dapat menggunakan utang dalam jumlah besar karena aset tersebut dapat digunakan sebagai jaminan pinjaman. Struktur aset berhubungan dengan jumlah kekayaan (aset) yang dapat dijadikan jaminan.

Begitupun dengan pernyataan Weston dan Copeland (2008:175) yang menyebutkan perusahaan yang mempunyai aset tetap jangka panjang lebih besar, maka perusahaan tersebut akan banyak menggunakan utang jangka panjang, dengan harapan aset tersebut dapat digunakan untuk menutup tagihannya. Hal tersebut didukung oleh Lukas Atmaja (2002:273) yang menyatakan bahwa perusahaan yang mempunyai aktiva tetap relatif besar akan cenderung menggunakan modal asing dalam struktur modalnya. Hal ini dilakukan karena aktiva tetap seperti tanah dan bangunan, dapat dijadikan agunan utang.

Hasil penelitian dari Yeniatie dan Destriana (2010) dan Ita Trisnawati (2016) menyatakan bahwa struktur aset berpengaruh terhadap kebijakan hutang. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Steven dan Lina (2011) dan Pancawati

(2012) struktur aset mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap tingkat kebijakan hutang. Penelitian yang dilakukan Goey Lilian Oktaviani dan Mariana Ing Malelak (2014) menunjukkan bahwa semakin besar jumlah struktur aset yang dimiliki oleh perusahaan akan menyebabkan peningkatan pada rasio hutang atau aktivitas pendanaan dengan menggunakan hutang itu sendiri.

2.2.2 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Kebijakan Hutang

Menurut Weston dan Brigham (2005:174) suatu perusahaan penjualannya pesat cenderung lebih banyak menggunakan utang jangka panjaang daripada perusahaan yang tumbuh secara lambat. Sedangkan bagi perusahaan dalam tingkat pertumbuhan dan laba yang tinggi cenderung menggunakan struktur modal sebagai sumber dana eksternal yaitu utang jangka panjang yang lebih besar dibandingkan modal sendiri sehingga tingkat pertumbuhan penjualannya tinggi.

Pernyataan diatas sejalan dengan Mamduh Hanafi (2004:345) yang menyatakan perusahaan yang tingkat pertumbuhan penjualannya tinggi, akan cenderung menggunakan utang dalam struktur modalnya. Karena perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi lebih membutuhkan dana yang lebih besar pula untuk mendanai produksi barangnya**.**

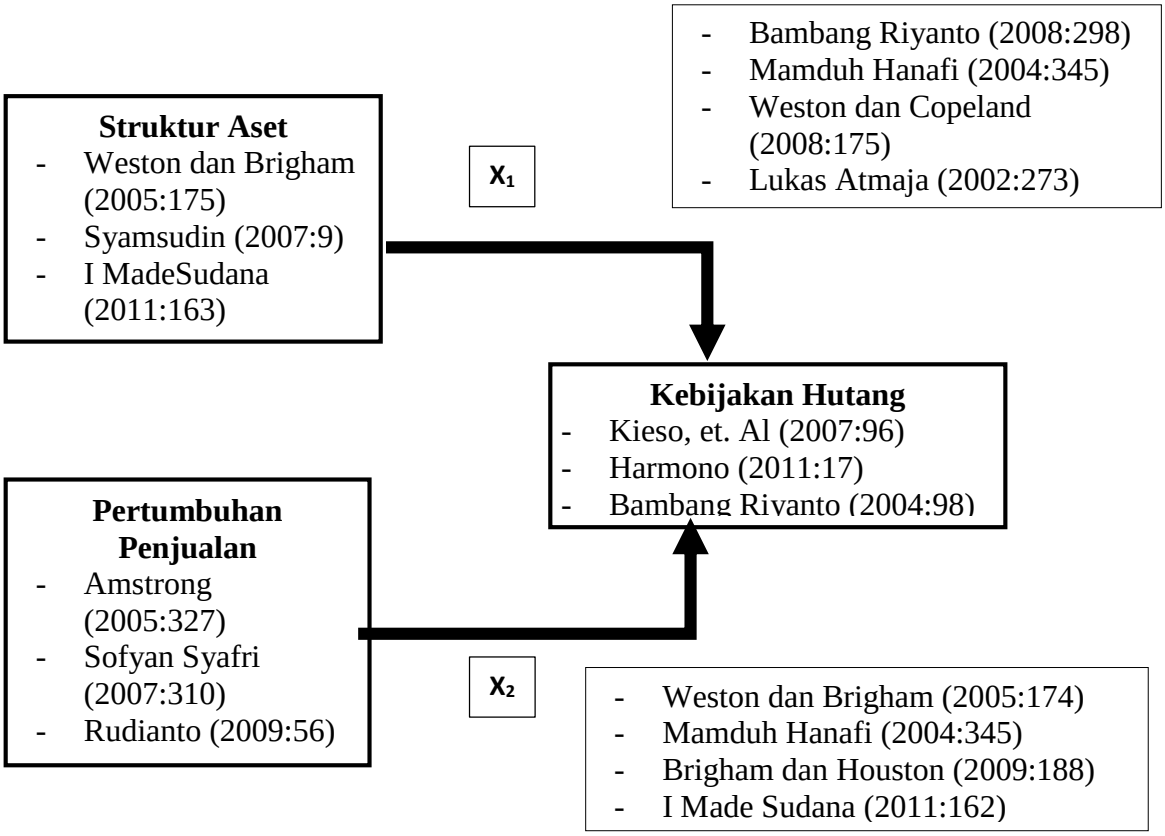
Hal tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Brigham dan Houston (2009:188) perusahaan yang mempunyai tingkat penjualan tinggi akan cenderung meningkatkan hutang dan memperbsar nilai struktur modalnya. Dengan adanya tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi akan mendorong perusahaan untuk menambahkan

jumlah modal untuk meningkatkan produktivitas perusahaan. Suatu perusahaan yang berada dalam industri yang mempunyai laju pertumbuhan yang tinggi, harus menyediakan modal yang cukup tinggi untuk membelanjai perusahaannya. Tingkat pertumbuhan perusahaan merupakan ukuran sampai sejauh mana penjualan perusahaan dapat ditingkatkan, sehingga semakin tinggi peningkatan pertumbuhan penjualan, maka akan semakin tinggi pula kebijakan hutang.

Pernyataan tersebut di perkuat oleh I Made Sudana (2011:162) yang menyatakan bahwa perusahaan yang tingkat pertumbuhan penjualannya relatif tinggi dimungkinkan untuk dibelanjai dengan menggunakan htang yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang pertumbuhan penjualannya rendah. Dengan keuntungan yang diperoleh dari peningkatan penjualan tersebut diharapkan masih bisa menutup biaya bunga hutang.

Beberapa penelitian tentang kebijakan hutang telah banyak dilakukan oleh para peneliti. Hasil penelitian tentang pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap kebijakan hutang memperlihatkan hasil yang tidak konsisten. Menurut Taufik dan Lila Anggaini (2014), Rosella (2015) dan Vivi (2013) berpengaruh positif signifikan. Ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayat (2013) yaitu pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap kebijakan hutang. Hal ini dikarenakan perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan yang tinggi cenderung membutuhkan dana dari sumber eksternal yang besar.

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, maka penulis merumuskan paradigma penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.1

Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis

Berdasarkan tujuan penelitian, telaah pustaka serta kerangka pemikiran teoritis, maka hipotesis yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H1: Struktur aset berpengaruh signifikan terhadap kebijakan hutang pada perusahaan sub sektor garmen dan tekstil

H2: Pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap kebijakan hutang pada perusahaan sub sektor garmen dan tekstil