BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Struktur Modal

2.1.1.1 Definisi Struktur Modal

Menurut Riyanto (2011:22) dalam Kadek Irrine dan I Ketut Mustanda (2016) menyatakan bahwa "Struktur modal adalah pembelanjaan permanen yang mencerminkan perimbangan antara hutang jangka panjang dengan modal sendiri."

Sedangkan menurut Sutrisno (2012) menyebutkan bahwa "Struktur modal yaitu imbangan antara hutang yang dimiliki perusahaan dengan modal sendiri."

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa struktur modal adalah menceminkan perbandingan antara hutang dengan modal sendiri. Dimana hutang adalah modal yang berasal dari luar perusahaan yang sifatnya sementara yang pada saatnya harus dibayar kembali. Sedangkan modal sendiri adalah modal yang berasal dari pemilik dan tertanam di dalam perusahaan.

2.1.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal

Menurut Sartono (2010:248-249) dalam Kadek Irrine dan I Ketut Mustanda (2016) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi struktur modal antara lain:

1. Pertumbuhan penjualan
2. Struktur aset
3. Tingkat pertumbuhan perusahaan

4. Profitabilitas
5. Variabel laba
6. Perlindungan pajak
7. Ukuran perusahaan
8. Kondisi intern perusahaan
9. Ekonomi makro

Perusahaan yang mempunyai struktur modal optimal akan menghasilkan tingkat pengembalian yang optimal pula, sehingga bukan hanya perusahaan yang memperoleh keuntungan, tetapi para pemegang saham pun ikut memperoleh keuntungan tersebut. Struktur modal yang tidak optimal akan menimbulkan biaya modal yang terlalu besar. Apabila hutang yang digunakan terlalu besar, maka akan menimbulkan biaya hutang yang besar.

2.1.1.3 Komponen Struktur Modal

Struktur modal suatu perusahaan secara umum terdiri atas beberapa komponen, yaitu :

1. Modal Sendiri

Menurut Riyanto (2001:240) dalam Yunita (2010) "Modal sendiri adalah modal yang berasal dari pemilik dan tertanam di dalam perusahaan untuk waktu yang tidak tertentu lamanya."

Sumber modal sendiri dapat berasal dari internal maupun external perusahaan. Sumber dari internal berasal dari hasil operasi perusahaan yang berbentuk laba ditahan dan penyusutan. Sedangkan sumber dari eksternal dapat berbentuk pinjaman dari kreditur.

2. Cadangan

Menurut Riyanto (2001:242) dalam Yunita (2010) menyatakan bahwa "Cadangan yang dimaksud adalah cadangan yang dibentuk dari keuntungan perusahaan selama beberapa waktu atau dari tahun yang berjalan." Cadangan ini digunakan perusahaan untuk meminimalisir kemungkinan yang dapat terjadi pada kegiatan perusahaannya

3. Laba ditahan

Menurut Riyanto (2001:243) dalam Yunita (2010), "Laba ditahan adalah keuntungan yang diperoleh suatu perusahaan yang tidak dibayarkan sebagai dividen."

Dalam melakukan pendanaan baik dari sumber internal maupun sumber eksternal harus ada keseimbangan yang optimal antara keduanya. Struktur modal dikatakan optimal apabila struktur modal tersebut mampu untuk meminimumkan biaya modal rata-ratanya.

2.1.1.4 Pengukuran Struktur Modal

Rasio yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Debt Equity Ratio* (DER). Rasio ini menggambarkan perbandingan utang dan ekuitas dalam pendanaan perusahaan dan menunjukkan kemampuan modal sendiri perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajibannya.

Secara matematis DER dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Modal}}$$

Sumber : Irawati (2006) dalam Nadzhirah, dkk (2016)

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pengukuran struktur modal menggunakan DER dikarenakan DER mencerminkan besarnya proporsi antara total hutang dan total modal. Dimana DER merupakan salah satu rasio yang bertujuan untuk mengukur kemampuan dari modal sendiri yang dijadikan jaminan untuk keseluruhan utang perusahaan.

2.1.2 Ukuran Perusahaan

2.1.2.1 Definisi Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan didefinisikan oleh Gibson (1998:217) dalam Yudhanta Sambharakreshna (2012) menyatakan bahwa "Untuk melihat perbedaan ukuran suatu perusahaan dapat dilihat dari tingkat penjualannya, aktiva atau ukuran laba. Perusahaan yang memiliki aktiva dengan jumlah yang besar dapat disebut sebagai perusahaan besar."

Menurut Siti Ridloah (2010) menyatakan bahwa "Ukuran Perusahaan didefinisikan sebagai cerminan besar kecilnya perusahaan"

Menurut Sujianto (2011) dalam Nadzhirah, dkk (2016) menyatakan bahwa "Ukuran perusahaan adalah menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan asset dan rata-rata total aktiva."

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan adalah gambaran mengenai besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari tingkat penjualan,total aktiva atau ukuran labanya. Sehingga besar kecilnya ukuran suatu perusahaan akan berpengaruh terhadap struktur modalnya, semakin

besar perusahaan maka akan semakin besar pula dana yang dibutuhkan perusahaan tersebut.

2.1.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan akan mempengaruhi struktur pendanaan perusahaan. Hal tersebut ketika perusahaan besar akan cenderung memerlukan dana yang lebih besar dibandingkan perusahaan yang kecil. Oleh karena itu ukuran perusahaan menjadi tolak ukur sebuah perusahaan mendapatkan akses pinjaman dari investor.

Faktor-faktor yang mempengaruhi ukuran perusahaan antara lain:

1. Besarnya total aktiva

   Aktiva adalah harta yang dimiliki perusahaan baik aktiva lancar maupun aktiva tetap. Ketika aktiva sebuah perusahaan besar maka ini mencerminkan bahwa ukuran perusahaan tersebut dikategorikan perusahaan besar. Sedangkan ketika aktiva yang dimiliki sedikit maka mencerminkan bahwa ukuran perusahaan tersebut dikategorikan perusahaan kecil.

2. Besarnya hasil penjualan

   Penjualan adalah suatu kegiatan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan proses jual beli. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari kecil besarnya hasil penjualan. Perusahaan besar akan cenderung memiliki penjualan yang tinggi dibandingkan dengan perusahaan kecil.

3. Besarnya kapitalisasi pasar

   Kapitalisasi pasar adalah jumlah surat berharga yang diterbitkan oleh berbagai perusahaan dalam satu pasar. Ketika harga saham sebuah perusahaan di pasar dikategorikan mahal berarti semakin banyak jumlah saham yang

beredar. Hal tersebut membuat kapitalisasi pasar sebuah perusahaan tersebut semakin besar dan dikategorikan ke perusahaan besar.

2.1.2.3 Tujuan Ukuran Perusahaan

Setiap perusahaan akan memiliki tujuan tertentu dalam menjalankan aktivitas operasi perusahaannya, terutama untuk perusahaan yang besar dalam meningkatkan kinerja perusahaanya pasti akan memerlukan dana yang tidak sedikit.

Dana yang dimiliki perusahaan akan dioptimalkan oleh perusahaan tersebut semaksimal mungkin untuk meningkatkan keuntungan ataupun kinerja dari perusahaan itu sendiri. Tetapi tidak menutup kemungkinan dana dari sebuah perusahaan besar akan lebih stabil dan terpenuhi dari hasil aktivitas operasi perusahaan.

Menurut Ferry dan Jones dalam Rika Tri Kumala Sari (2012) menyatakan bahwa:

> Tujuan ukuran perusahaan yaitu (1) untuk memperoleh sumber pendanaan dari berbagai sumber yang sudah diakses, (2) untuk memperoleh probabilitas dalam persaingan industri, (3) untuk meningkatkan pertumbuhan penjualan perusahaan agar total aktiva perusahaan juga meningkat.

Sehingga tujuan ukuran perusahaan tersebut menjadi patokan sebuah perusahaan untuk meningkatkan ukuran perusahaanya. Besar kecilnya sebuah perusahaan akan menentukan besarnya tujuan tersebut yang akan diperoleh oleh setiap perusahaan.

Menurut Karadeniz, dkk (2008) dalam Kadek Irrine dan I Ketut Mustanda (2016) mengungkapkan bahwa:

Perusahaan besar akan cenderung lebih terdiversifikasi dan risiko kebangkrutan akan lebih besar, selain itu kesulitan keuangan akan menjadi lebih rendah. Fleksibilitas inilah yang menyebabkan ukuran perusahaan yang besar lebih gampang memperoleh tambahan dana di pasar modal.

2.1.2.4 Pengukuraan Ukuran Perusahaan

Dalam penelitian ini, besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva sebuah perusahaan. Dimana total aktiva merupakan penjumlahan dari aktiva lancar dan aktiva tetap. Aktiva lancar adalah aset berupa uang kas atau aktiva lainnya yang mudah dicairkan menjadi uang tunai dalam jangka pendek. Sedangkan aktiva tetap adalah aset berupa bukan uang kas atau aktiva lainnya yang umur kegunaanya relatif permanen dalam jangka panjang. Sehingga aktiva merupakan harta yang dimiliki oleh suatu perusahaan.

Menurut Brigham dan Houston (2001) dalam Verawati Hansen dan Juniarti (2014) menyatakan bahwa "Ukuran perusahaan dapat diproksikan ke dalam logaritma natural dari total aktiva".

Secara matematis ukuran perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Size = \ln (\text{Total Aktiva})$$

Sumber : Ni Putu Yuliana dan Putu Vivi Lestari (2015)

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa pengukuran ukuran perusahaan dapat menggunakan logaritma natural dari tolat aktiva. Aktiva merupakan harta/aset yang dimiliki perusahaan baik aktiva lancar maupun aktiva tetap. Hal ini dipertimbangkan karena nilai aktiva relatif lebih stabil. Sehingga pengukuran ukuran perusahaan dapat menggunakan logaritma natural dari total aktiva.

2.1.3 Pertumbuhan Penjualan

2.1.3.1 Definisi Pertumbuhan Penjualan

Menurut Kennedy dkk (2013) dalam I Putu Andre dan I Made Karya (2014) menyatakan bahwa "Pertumbuhan penjualan diartikan sebagai kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu."

Sedangkan menurut Siti Ridloah (2010) menyatakan bahwa "Pertumbuhan penjualan merupakan tingkat pertumbuhan penjualan dibandingkan periode sebelumnya"

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau perbandingan antara kenaikan jumlah penjualan tahun sekarang dibandingkan dengan jumlah penjualan tahun sebelumnya.

2.1.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Penjualan

Tingkat pertumbuhan penjualan tinggi berarti volume penjualan akan meningkat yang mengakibatkan perlunya peningkatan kapasitas produksi. Pertumbuhan penjualan ini menecerminkan keberhasilan perusahaan pada periode sebelumnya yang dapat dijadikan prediksi untuk masa yang akan datang.

Siklus hidup produk merupakan konsep yang sangat penting untuk memberikan pemahaman mengenai posisi sebuah produk perusahaan. Menurut Amstrong (2002: 327) dikutip dari Ari Masjaya (2014), ada empat tahap daur hidup produk yang mempengaruhi Pertumbuhan Penjualan, yaitu:

1. Tahap Perkenalan

Tahap ini mulai ketika produk baru pertama kali diluncurkan. Hal ini membutuhkan waktu, dan Pertumbuhan Penjualan cenderung lambat. Dalam tahap ini kalau dibandingkan dengan tahap-tahap yang lain, perusahaan masih merugi atau berlaba kecil karena penjualan yang lambat dan biaya distribusi serta promosi yang tinggi.

2. Tahap Pertumbuhan

Pada tahap ini Pertumbuhan Penjualan meningkat dengan cepat, laba meningkat, karena biaya promosi dibagi volume penjualan yang tinggi, dan juga karena biaya produksi per unit turun.

3. Tahap Menjadi Dewasa

Tahap dewasa ini berlangsung lebih lama daripada tahap sebelumnya dan memberikan tantangan kuat bagi manajemen pemasaran. Penurunan Pertumbuhan Penjualan menyebabkan banyak produsen mempunyai banyak produk untuk dijual.

4. Tahap Penurunan

Penjualan menurun karena berbagai alasan, termasuk kemajuan teknologi, selera konsumen berubah, dan meningkatnya persaingan ketika penjualan dan laba menurun, beberapa perusahaan mundur dari pasar. Perusahaan yang masih bertahan dapat mengurangi macam produk yang ditawarkannya. .

Bagi perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan dan laba yang tinggi akan menggunakan dana eksternal lebih banyak. Sehingga pertumbuhan penjualan akan mempengaruhi struktur modal perusahaan. Hal ini menyebabkan

kecenderungan perusahaan besar memerlukan dana yang lebih besar dibandingkan perusahaan yang lebih kecil untuk meningkatkan penjualan.

Disisi lain pertumbuhan penjualan yang tinggi dapat menghasilkan laba yang dapat digunakan perusahaan dalam kegiatan operasional perusahaan sehingga penggunaan dana eksternal akan rendah karena dana internal sudah dapat memnuhi kebutuhan perusahaan.

2.1.3.4 Pengukuran Pertumbuhan Penjualan

Pengukuran pertumbuhan penjualan membandingkan hasil pengurangan antara penjualan tahun yang diteliti dan penjualan tahun sebelumnya dengan penjualan tahun sebelumnya. Hal ini mengindikasikan bahwa pertumbuhan penjualan ini diperlukan perusahaan untuk mengetahui perubahan penjualan yang terjadi pertahunnya.

Maka secara matematis pertumbuhan penjualan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{Net\ Sales_t - \text{Net Sales}_{t-1}}{\text{Net Sales}_{t-1}} \text{ x } 100\%$$

Sumber : Vina Ratna Furi dan Saifudin (2012)

Dimana:

Net Sales_t = Penjualan Bersih Periode Berjalan

Net Sales_{t-1} = Penjualan Bersih Periode Sebelumnya

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa nilai dari total penjualan pada periode berjalan sangat mempengaruhi hasil dari pertumbuhan penjualan. Ketika angka penjualan menurun dibandingkan tahun sebelumnya

maka ini akan menurunkan pertumbuhan penjualan dan sebaliknya ketika angka penjualan meningkat maka pertumbuhan penjualan akan naik. Sehingga dengan pengukuran pertumbuhan penjualan ini diharapkan untuk perusahaan dapat mengoptimalkan dana untuk meningkatkan penjualan perusahaan dimasa yang akan datang.

2.1.4 Penelitian Terdahulu

1. Penelitian Bunga Indah dan Taufik Akbar (2015)

Penelitian ini menguji pada perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI). Teknik analisis menggunakan regresi linear berganda. Variabel yang digunakan adalah struktur aktiva, petumbuhan penjualan, profitabilitas, risiko bisnis, kebijakan dividen, dan variabel terikatnya yaitu struktur modal. Hasilnya secara parsial struktur aktiva dan pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif signifikan terhadap struktur modal, profitabilitas dan risiko bisnis berpengaruh negatif signifikan terhadap struktur modal, dan kebijakan dividen berpengaruh positif tidak signifikan terhadap struktur modal. Sedangkan secara simultan struktur aktiva, petumbuhan penjualan, profitabilitas, risiko bisnis dan kebijakan dividen berpengaruh terhadap struktur modal.

2. Penelitian Kadek Irrine dan I Ketut Mustanda (2016)

Penelitian ini menguji pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013. Teknik analisis menggunakan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS dalam pengolahan datanya. Variabel yang digunakan adalah ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, profitabilitas dan variabel terikatnya yaitu struktur modal. Hasil dari penelitian ini

menemukan bahwa secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh prositif signifikan pada struktur modal, pertumbuhan penjualan berpengaruh prositif signifikan pada struktur modal, dan profitabilitas berpengaruh negatif signifikan pada struktur modal.

3. Penelitian Putu Hary Krisnanda dan I Gusti Bagus W (2015)

Penelitian ini menguji pada perusahaan sektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2013. Teknik analisis menggunakan regresi linear berganda. Variabel bebas yang digunakan dalam penilitiannya yaitu ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, non-debt tax shield dan variabel terikatnya yaitu struktur modal. Hasil penelitiannya secara parsial variabel ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap struktur modal, sedangkan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap struktur modal, NDTS berpengaruh positif dan signifikan terhadap struktur modal.

4. Penelitian Vina Ratna Furi dan Saifudin (2012)

Penelitian ini menguji pada perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2009-2010. Analisis data yang digunakan adalah analisis linear berganda. Variabel bebas yang digunakan dalam penilitiannya yaitu ukuran perusahaan, likuiditas, profitabilitas, pertumbuhan penjualan, struktur aktiva, rasio hutang dan variabel terikatnya yaitu struktur modal. Hasil penelitiannya secara parsial variabel ukuran perusahaan, risiko bisnis, pertumbuhan penjualan, struktur aktiva, dan rasio hutang berpengaruh terhadap struktur modal, sedangkan likuiditas dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap struktur modal.

5. Penelitian Cinde Ririh Windayu (2016)

Penelitian ini menguji pada perusahaan Textile dan Garment yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI). Teknik analisis menggunakan regresi linear berganda. Variabel yang digunakan adalah ukuran perusahaan, *characteristics/ type of industry*, pertumbuhan penjualan, struktur aktiva, *leverage operation*, *non-Debt Tax Shield* (NDTS), profitabilitas dan variabel terikatnya yaitu struktur modal. Hasilnya secara parsial ukuran perusahaan, *industry characteristic*, pertumbuhan penjualan, struktur aktiva, profitabilitas berpengaruh terhadap struktur modal, sedangkan *leverage operation* dan *non-Debt Tax Shield* tidak berpengaruh terhadap struktur modal. Secara simultan ukuran perusahaan, *industry characteristic*, pertumbuhan penjualan, struktur aktiva, *leverage operation*, *non-Debt Tax Shield*, dan profitabilitas berpengaruh terhadap struktur modal.

6. Penelitian Mohd I M Alnajjar (2015)

Penelitian ini menguji pada perusahaan sektor industri di Yordania periode 2009-2011 yang terdaftar di *Amman Stock Exchange*. Teknik analisis menggunakan regresi linear berganda. Variabel bebas yang digunakan dalam penilitiannya yaitu risiko bisnis, profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan dan variabel terikatnya yaitu struktur modal. Hasil penelitiannya secara parsial variabel risiko bisnis berpengaruh negatif terhadap struktur modal, sedangkan variabel profitabilitas, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap struktur modal.

7. Penelitian Zaeshan Ullah, dkk (2012)

Penelitian ini menguji pada perusahaan sektor motor dan vehicle periode 2006-2010 yang terdaftar di *Karachi Stock Exchange*. Analisis data yang digunakan adalah analisis linear berganda. Variabel bebas yang digunakan dalam penilitiannya yaitu risiko bisnis, ukuran perusahaan, profitabilitas, pertumbuhan penjualan, dan variabel terikatnya yaitu struktur modal.. Hasil penelitiannya secara parsial variabel risiko bisnis, ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap struktur modal, pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif terhadap struktur modal.

8. Penelitian Ahmad Mohammad Obeid Gharaibeh (2015)

Penelitian ini menguji pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Kuwait. Variabel bebas yang digunakan dalam penilitiannya yaitu *firms age, growth opportunity,* likuiditas, ukuran perusahaan, *tangibility*, profitabilitas, *type of industry,* kebijakan dividen, struktur kepemilikan perusahaan dan variabel terikatnya yaitu struktur modal. Hasil penelitiannya secara parsial variabel *firms age, growth opportunity,* likuiditas, ukuran perusahaan, *tangibility* dan *type of industry* berpengaruh positif signifikan terhadap struktur modal dan profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap struktur modal, tetapi kebijakan dividen, struktur kepemilikan perusahaan berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap struktur modal.

Berdasarkan uraian diatas terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu. Adapun persamaan dan perbedaannya bisa dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2.1
Perbandingan Jurnal Penelitian terdahulu

No	Penelitian Terdahulu	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Bunga Indah dan Taufik Akbar (2015) Faktor-faktor yang mempegaruhi Struktur Modal pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia	1. Secara parsial struktur aktiva dan pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif signifikan terhadap struktur modal, profitabilitas dan risiko bisnis berpengaruh negatif signifikan terhadap struktur modal, dan kebijakan dividen berpengaruh positif tidak signifikan terhadap struktur modal. 2. Secara simultan struktur aktiva, petumbuhan penjualan, profitabilitas, risiko bisnis dan kebijakan dividen berpengaruh terhadap struktur modal.	- Pertumbuhan Penjualan sebagai variabel independen (X) - Struktur Modal sebagai variabel dependen (Y) - Teknik analisis menggunakan regresi linear berganda	Penulis menggunakan tiga variabel, sedangkan peneliti terdahulu menggunakan enam variabel.
2	Kadek Irrine dan I Ketut Mustanda (2016) Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas pada Struktur Modal Perusahaan	1. Secara parsial ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan berpengaruh prositif signifikan pada struktur modal, dan profitabilitas berpengaruh negatif signifikan pada struktur modal.	- Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan sebagai variabel independen (X) - Struktur Modal sebagai variabel dependen (Y) - Teknik analisis menggunakan regresi linear berganda	Penulis menggunakan tiga variabel, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan empat variabel.
3	Putu Hary Krisnanda dan I Gusti Bagus W (2015) Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, dan Non-Debt Tax Shield terhadap Struktur Modal pada Perusahaan Telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia	1. Secara parsial variabel ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap struktur modal, sedangkan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap struktur modal, NDTS berpengaruh positif dan signifikan terhadap struktur modal.	- Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan sebagai variabel independen (X) - Struktur Modal sebagai variabel dependen (Y) - Teknik analisis menggunakan regresi linear berganda	Penulis menggunakan tiga variabel, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan empat variabel.

No	Penelitian Terdahulu	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
4	Vina Ratna Furi dan Saifudin (2012) Faktor-faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2009-2010	1. Secara parsial variabel ukuran perusahaan, risiko bisnis, pertumbuhan penjualan, struktur aktiva, dan rasio hutang berpengaruh terhadap struktur modal, sedangkan likuiditas dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap struktur modal.	- Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan sebagai variabel independen (X) - Struktur Modal sebagai variabel dependen (Y) - Teknik analisis menggunakan regresi linear berganda	Penulis menggunakan tiga variabel, sedangkan peneliti terdahulu menggunakan delapan variabel
5	Cinde Ririh Windayu (2016) *Factors Affecting the Capital Structure in Textile and Garment Listed in Indonesia Stock Exchange*	1. Secara parsial ukuran perusahaan, *industry characteristic*, pertumbuhan penjualan, struktur aktiva, profitabilitas berpengaruh terhadap struktur modal, sedangkan *leverage operation* dan *non-Debt Tax Shield* tidak berpengaruh terhadap struktur modal. 2. Secara simultan ukuran perusahaan, *industry characteristic*, pertumbuhan penjualan, struktur aktiva, *leverage operation*, *non-Debt Tax Shield*, dan profitabilitas berpengaruh terhadap struktur modal.	- Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan sebagai variabel independen (X) - Struktur Modal sebagai variabel dependen (Y) - Teknik analisis menggunakan regresi linear berganda	Penulis menggunakan tiga variabel, sedangkan peneliti terdahulu menggunakan delapan variabel
6	Mohd I M Alnajjar (2015) *Business Risk Impact on Capital Structure: A Case of Jordan Industrial Sector*	1. Secara parsial variabel risiko bisnis berpengaruh negatif terhadap struktur modal, sedangkan variabel profitabilitas, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap struktur modal.	- Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan sebagai variabel independen (X) - Struktur Modal sebagai variabel dependen (Y) - Teknik analisis menggunakan regresi linear berganda	Penulis menggunakan tiga variabel, sedangkan peneliti terdahulu menggunakan lima variabel

No	Penelitian Terdahulu	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
7	Zaeshan Ullah, dkk (2012) *Manager's Risk Taking Behavior for Adjusting Capital Structure*	1. Secara parsial variabel risiko bisnis, ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap struktur modal, pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif terhadap struktur modal.	- Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan sebagai variabel independen (X) - Struktur Modal sebagai variabel dependen (Y) - Teknik analisis menggunakan regresi linear berganda	Penulis menggunakan tiga variabel, sedangkan peneliti terdahulu menggunakan lima variabel
8	Ahmad Mohammad Obeid Gharaibeh (2015) *The Determinants of Capital Structure: Empirical Evidence from Kuwait*	1. Secara parsial variabel *firms age*, *growth opportunity*, likuiditas, ukuran perusahaan, *tangibility* dan *type of industry* berpengaruh positif signifikan terhadap struktur modal dan profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap struktu modal, tetapi kebijakan dividen, struktur kepemilikan perusahaan berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap struktur modal.	- Ukuran Perusahaan sebagai variabel independen (X) - Struktur Modal sebagai variabel dependen (Y)	Penulis menggunakan tiga variabel, sedangkan peneliti terdahulu menggunakan sepuluh variabel

2.2 Kerangka Pemikiran

Struktur modal adalah salah satu komponen yang sangat penting bagi perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pendanaanya. Perusahaan yang dapat mengoptimalkan struktur modalnya maka dapat menjalankan perusahaan dengan biaya operasional yang rendah dan dapat mengahasilkan keuntungan yang besar. Struktur modal dapat dipengaruhi oleh ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan.

Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi kebutuhan dana yang dibutuhkan oleh perusahaan. Semakin besar suatu perusahaan, maka dana yang dibutuhkan juga akan semakin besar. Selain itu besar kecilnya perusahaan dapat mempengaruhi investor dalam menanamkan modalnya. Karena perusahaan besar akan menarik investor untuk menanamkan modalnya daripada perusahaan kecil. Tetapi disisi lain perusahaan dengan ukuran perusahaan yang besar memiliki aktiva yang besar yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mengoptimalkan kegiatan operasionalnya tanpa harus menggunakan dana dari luar (eksternal).

Sedangkan perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi akan menggunakan hutang yang relatif besar karena pertumbuhan penjualan yang tinggi mengindikasikan tingkat arus kas yang baik pada perusahaan tersebut. Tetapi tidak menutup kemungkinan perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi menghasilkan laba yang tinggi, dimana laba tersebut dapat digunakan perusahaan untuk kegiatan operasional perusahaannya, maka perusahaan tidak akan tergantung dengan pendanaan dari luar (dana eksternal) karena perusahaan sudah dapat memenuhi kebutuhannya dengan laba (dana internal).

2.2.1 Hubungan Ukuran Perusahaan terhadap Struktur Modal

Menurut Al-Shubiri (2010) dalam Kadek Irrine dan Ketut Mustanda (2016) menyatakan bahwa "Ukuran perusahaan yang besar akan memaparkan sinyal positif kepada investor atau kreditur untuk menginvestasikan modalnya di perusahaan sehingga menyebabkan penggunaan dana eksternal meningkat."

Sedangkan dalam penelitian Putu Hary Krisnanda dan I Gusti Bagus W (2015) menyebutkan bahwa "Secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap struktur modal".

Berdasarkan kedua pernyataan diatas maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh terhadap struktur modal.

1.2.2 Hubungan Pertumbuhan Penjualan terhadap Struktur Modal

Menurut Brigham dan Houston (2011:39) dalam Kadek Irrine dan I Ketut Mustanda (2016) menyatakan bahwa "Perusahaan dengan penjualan yang relatif stabil dapat lebih aman memperoleh lebih banyak pinjaman dengan perusahaan yang penjualanya tidak stabil."

Sedangkan dalam penelitian Bunga Indah dan Taufik Akbar (2015) menyebutkan bahwa "Secara parsial pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif signifikan terhadap struktur modal".

Maka berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan mempunyai pengaruh terhadap struktur modal.

2.2.3 Hubungan antara Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Struktur Modal

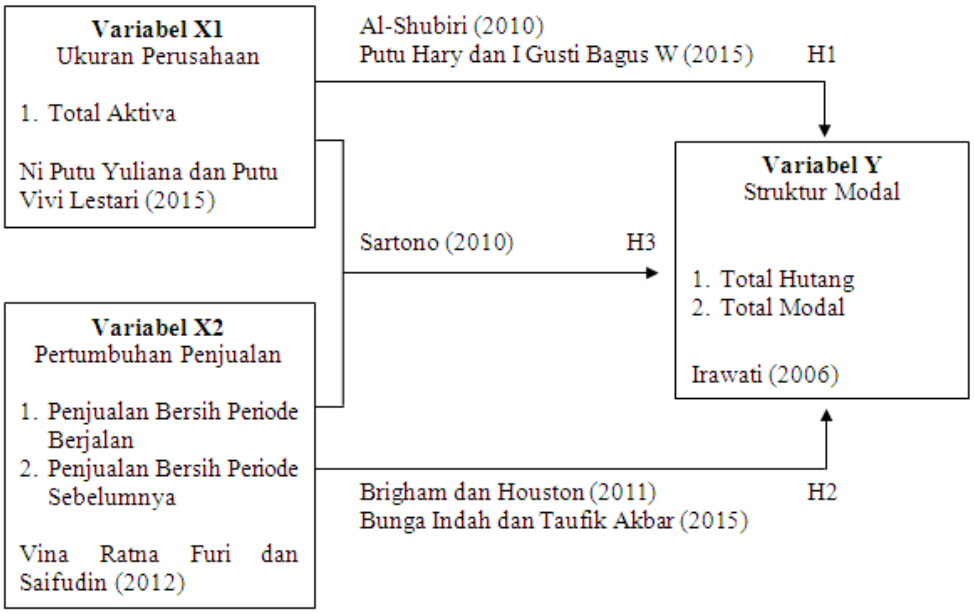
Menurut Sartono (2010:248-249) dalam Kadek Irrine dan I Ketut Mustanda (2016) mengatakan bahwa "Manajer keuangan perlu mempertimbangkan beberapa faktor penting dalam menentukan struktur modal seperti pertumbuhan penjualan, struktur aset, tingkat pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, variabel laba dan perlindungan pajak, ukuran perusahaan serta kondisi intern perusahaan dan ekonomi makro".

Ukuran Perusahaan menunjukkan besar kecil sebuah perusahaan. Semakin besar perusahaan maka semakin besar pula total aktiva yang dimilikinya. Perusahaan yang mempunyai total aktiva yang tinggi akan cenderung mempunyai struktur modal yang tinggi pula. Sedangkan besarnya pertumbuhan penjualan sebuah perusahaan akan mendorong manajemen untuk meningkatkan operasionalnya. Peningkatan operasional perusahaan memerlukan banyak dana. Oleh karena itu perusahaan akan mempunyai struktur modal yang tinggi.

Maka berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan bersama-sama dapat mempengaruhi struktur modal karena untuk mendanai operasional perusahaannya secara efektif yang berdampak kepada kinerja perusahaan yang baik.

2.2.4 Paradigma Penelitian

Berdasarkan kerangka berpikir diatas, maka dapat digunakan paradigma sebagai berikut :



Gambar 2.1 Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2015:64) menyatakan bahwa “Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan.”

Berdasarkan definisi tersebut, maka dapat diajukan hipotesis Perubahan Struktur Modal melalui Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan pada perusahaan sektor farmasi yang terdaftar di bursa efek Indonesia sebagai berikut :

H1: Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Struktur Modal pada perusahaan sektor farmasi

H2: Pertumbuhan Penjualan berpengaruh signifikan terhadap Struktur Modal pada perusahaan sektor farmasi

H3: Secara simultan Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh signifikan terhadap Struktur Modal pada perusahaan sektor farmasi