

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Peluang dalam dunia bisnis memiliki potensi yang menguntungkan. Dunia bisnis yang semakin berkembang baik dari bisnis barang maupun jasa memiliki persaingan ketat. Persaingan ketat biasanya terjadi pada bisnis yang sama maka suatu perusahaan membutuhkan cara untuk bertahan. Salah satunya industri barang konsumsi, karena semua orang pastinya membutuhkan barang konsumsi untuk kehidupan sehari-hari mereka. Rumah tangga atau kelompok memiliki pola konsumsi yang tinggi karena kebutuhan dan porsi konsumsi yang berbeda-beda sesuai dengan jumlah anggota yang ada di dalamnya. Barang konsumsi yang dibutuhkan untuk kehidupan sehari-hari misalnya makanan, minuman, rokok bagi perokok, obat-obatan, kosmetik, perlengkapan rumah tangga, peralatan rumah tangga serta barang konsumsi lainnya.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi yaitu faktor ekonomi, demografi dan non ekonomi. Faktor ekonomi yang menentukan tingkat konsumsi, yaitu pendapatan rumah tangga, kekayaan rumah tangga, tingkat bunga dan perkiraan tentang masa depan. Faktor demografi terdiri dari jumlah penduduk dan komposisi penduduk sedangkan faktor non ekonomi yang paling berpengaruh terhadap besarnya konsumsi adalah faktor sosial budaya masyarakat. Misalnya saja berubahnya pola kebiasaan makan, perubahan etika dan tata nilai karena ingin meniru kelompok masyarakat lain yang dianggap lebih hebat/ideal (Pujoalwanto, 2014:158).

Suatu perusahaan perlu mengetahui apa saja yang dibutuhkan masyarakat ataupun tentang apa yang diinginkan oleh masyarakat. Biasanya setiap orang menyukai hal-hal yang baru dengan harga yang lebih murah dan berkualitas. Suatu perusahaan berusaha untuk meningkatkan keuntungannya, sehingga dapat menambah modal untuk mengembangkan usahanya dan meningkatkan kemakmuran bagi para investor. Berikut merupakan perusahaan yang termasuk industri barang konsumsi :

Tabel I.1 Perusahaan dalam Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI

NO	KODE	NAMA PERUSAHAAN
		Sektor Makanan dan Minuman
1	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk, Pt
2	ALTO	Tri Bayan Tirta Tbk, Pt
3	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk
4	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk, Pt
5	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk
6	DLTA	Delta Djakarta Tbk, Pt
7	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk, Pt
8	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, Pt
9	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk, Pt
10	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk, Pt
11	MYOR	Mayora Indah Tbk, Pt
12	PCAR	Prima Cakrawala Abadi Tbk
13	PSDN	Prashida Aneka Niaga Tbk, Pt
14	ROTI	Nippon Indosari Corporido Tbk, Pt
15	SKBM	Sekar Bumi Tbk, Pt
16	SKLT	Sekar Laut Tbk, Pt
17	STTP	Siantar Top Tbk, Pt
18	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry And Trading Company Tbk, Pt
Sektor Rokok		
19	GGRM	Gudang Garam Tbk
20	HMSP	Handjaya Mandala Sampoerna Tbk
21	RMBA	Bentoel International Investama Tbk
22	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk
Sektor Farmasi		
23	DVLA	Darya Varia Laboratoria Tbk
24	INAF	Indofarma (Persero) Tbk

Sektor Farmasi		
25	KAEF	Kimia Farma (Persero) Tbk
26	KLBF	Kalbe Farma Tbk
27	MERK	Merck Indonesia Tbk
28	PYFA	Pyridam Farma Tbk
29	SCPI	Merck Sharp Dohme Pharma Tbk
30	SIDO	Industri Jamu Dan Farmasi Sido Muncul Tbk
31	SQBB	Taiso Pharmaceutical Indonesia Tbk
32	TSPC	Tempo Scan Pasific Tbk
Sektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga		
33	ADES	Akasha Wira International Tbk, Pt
34	KINO	Kino Indonesia Tbk
35	MBTO	Martina Berto Tbk
36	MRAT	Mustika Ratu Tbk
37	TCID	Mandom Indonesia Tbk
38	UNVR	Unilever Indonesia Tbk
Sektor Peralatan Rumah Tangga		
39	CINT	Chitose International Tbk, Pt
40	KICI	Kedaung Indah Can Tbk, Pt
41	LMPI	Langgeng Makmur Industry Tbk, Pt
42	WOOD	Integra Indocabinet Tbk, Pt

Sumber : www.idx.co.id (Bursa Efek Indonesia 2018)

Berdasarkan tabel I.I bahwa ada 42 perusahaan dalam industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Terdiri dari 5 sektor yaitu sektor makanan dan minuman, rokok, farmasi, kosmetik dan keperluan rumah tangga serta sektor peralatan rumah tangga. Dapat dilihat bahwa setiap sektor memiliki pesaing dalam bisnis yang sama atau serupa. Hal ini menyebabkan setiap perusahaan berusaha untuk mengembangkan bisnisnya dengan variasi atau inovasi-inovasi produk yang dapat menarik minat masyarakat dan juga dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Suatu perusahaan pastinya memerlukan modal yang optimal untuk mengembangkan usahanya. Struktur modal akan sangat berdampak pada posisi keuangan perusahaan yang akan mempengaruhi keberlangsungan perusahaan. Suatu perusahaan perlu mempertimbangkan biaya

produksi serta biaya operasional perusahaan sehingga tidak terjadi masalah dalam keuangan perusahaan.

Risiko usaha (*business risk*) mungkin merupakan faktor penentu struktur modal yang paling penting. Bagi perusahaan yang tidak memiliki utang, resiko usaha dapat diukur oleh variabilitas dalam proyeksi pengembalian atas aset (*return on assets-ROA*). Perusahaan tidak memiliki utang, maka ROE-nya akan sama dengan ROA, dan salah satu diantara kedua nilai tersebut dapat digunakan untuk mengestimasi resiko usaha (Brigham dan Houston, 2011:157). Resiko usaha merupakan suatu determinan penting struktur modal yang optimal, dan perusahaan pada berbagai industri memiliki resiko yang berbeda-beda, sehingga kita beranggapan bahwa struktur modal akan bervariasi di antara masing-masing industri (Brigham dan Houston, 2011:179).

Fahmi (2016:198) menjelaskan bahwa untuk memperkuat struktur modal suatu perusahaan kita dapat melihat dari sumber-sumber dana perusahaan. Jika kebutuhan dana perusahaan untuk membiayai aktivitas yang bersifat jangka pendek maka akan lebih baik jika diambil dari yang bersumber pengeluaran jangka pendek (*short term expenditures*) dan jika untuk membiayai aktivitas yang bersifat jangka panjang maka akan lebih baik jika diambil dari yang bersumber pengeluaran jangka panjang (*long term expenditures*).

Menurut Fahmi (2016:190) bahwa struktur modal bertujuan memadukan sumber dana permanen yang selanjutnya digunakan perusahaan dengan cara yang diharapkan akan mampu memaksimalkan nilai perusahaan. Bagi sebuah perusahaan sangat dirasa penting untuk memperkuat kestabilan keuangan yang

dimilikinya, karena perubahan dalam struktur modal diduga bisa menyebabkan perubahan nilai perusahaan. Menurut Najmudin (2011:315) penelitian empiris mengenai struktur modal menghasilkan sejumlah temuan dan di dalamnya tercakup banyak faktor yang berpengaruh terhadap keputusan struktur modal, yaitu risiko bisnis, fleksibilitas finansial, posisi pajak yang dimiliki perusahaan, sikap manajemen, stabilitas penjualan, struktur aset, profitabilitas, dan ukuran perusahaan.

Menurut Kasmir (2015:158) bahwa *debt to equity ratio* untuk setiap perusahaan tentu berbeda-beda, tergantung karakteristik bisnis dan keberagaman arus kasnya. Perusahaan dengan arus kas yang stabil biasanya memilih rasio yang lebih tinggi dari rasio kas yang kurang stabil.

Menurut Fahmi (2016:72) bahwa penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori *extreme leverage* (utang ekstrim) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit melepaskan beban utang tersebut. Karena itu sebaiknya perusahaan harus menyeimbangkan berapa utang yang layak diambil dan dari mana sumber-sumber yang dapat dipakai untuk membayar utang.

Grafik I.1 Struktur Modal Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017



Sumber : Data diolah peneliti, Bursa Efek Indonesia 2018

Berdasarkan grafik I.1 bahwa struktur modal pada masing-masing sektor berbeda-beda, dimana setiap sektor memilih lebih banyak menggunakan hutang untuk membiayai perusahaannya maupun lebih banyak menggunakan modal sendiri. Sektor makanan dan minuman, sektor rokok, sektor farmasi, serta sektor peralatan rumah tangga pada tahun 2015-2017 lebih banyak menggunakan modal sendiri dibandingkan hutang, tetapi pada sektor kosmetik dan perlengkapan rumah tangga lebih memilih menggunakan hutang yang lebih banyak dibandingkan modal sendiri pada tahun 2015-2017 untuk membiayai perusahaannya.

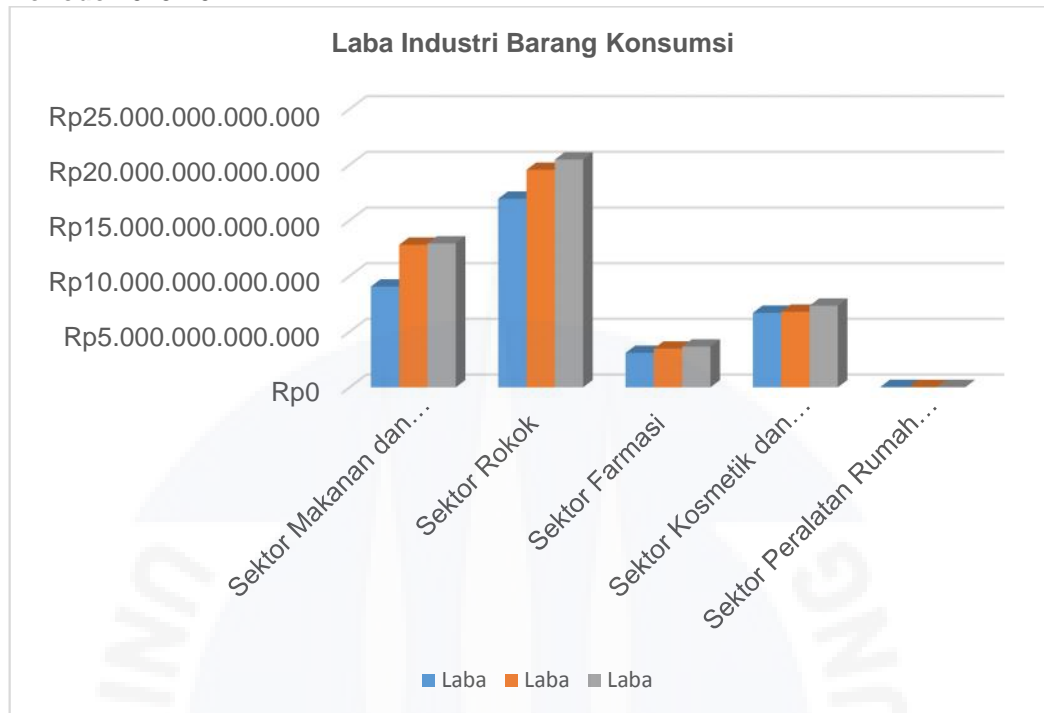
Tujuan akhir yang ingin di capai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal, di samping hal-hal lainnya. Dengan memperoleh laba yang maksimal seperti yang telah di targetkan,

perusahaan dapat berbuat banyak bagi kesejahteraan pemilik, karyawan, serta meningkatkan mutu produk dan melakukan investasi baru. Oleh karena itu, manajemen perusahaan dalam praktiknya dituntut harus mampu untuk memenuhi target yang telah ditetapkan. Artinya besarnya keuntungan haruslah dicapai sesuai dengan yang diharapkan dan bukan berarti asal untung. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan, digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas yang dikenal juga dengan nama rasio rentabilitas (Kasmir, 2015:196).

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini di tunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan (Kasmir, 2015:196). Penggunaan seluruh atau sebagian rasio profitabilitas tergantung dari kebijakan manajemen. Jelasnya, semakin lengkap jenis rasio yang digunakan, semakin sempurna hasil yang akan dicapai. Artinya pengetahuan tentang kondisi dan posisi profitabilitas perusahaan dapat di ketahui secara sempurna (Kasmir, 2015:198). Salah satu jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan yaitu ROE (*return on equity*).

ROE (*return on equity*) menurut Kasmir (2015:204) yaitu hasil pengembalian ekuitas atau *return on equity* atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya.

Grafik I.2 Laba Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017



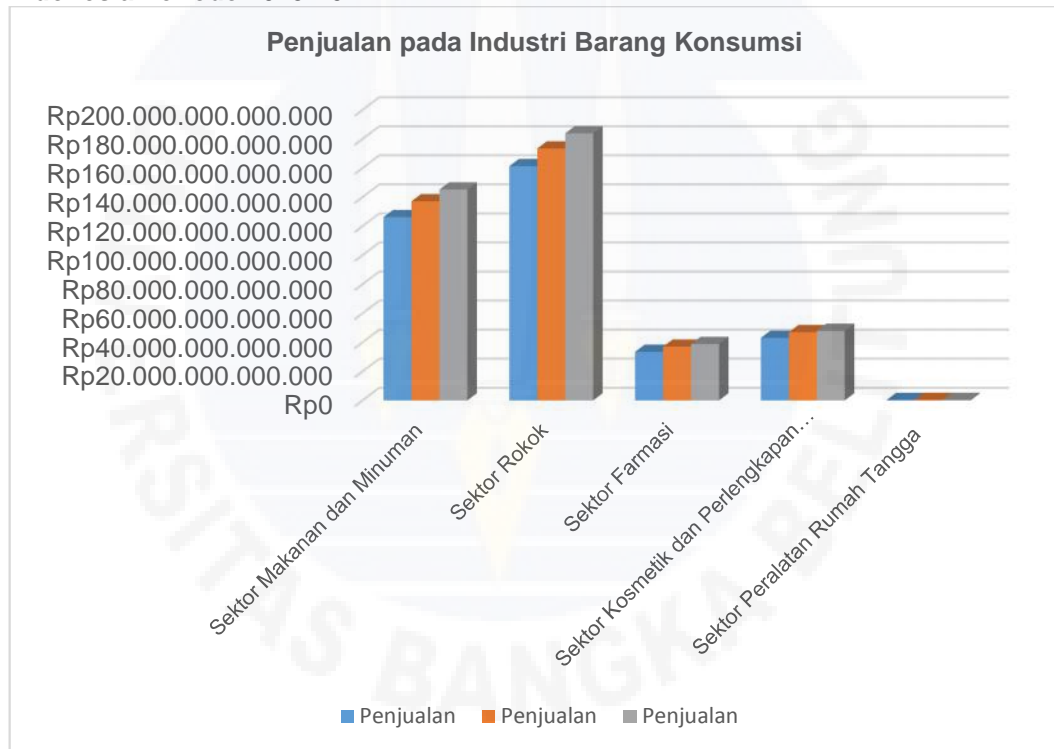
Sumber : Data diolah peneliti, Bursa Efek Indonesia 2018

Berdasarkan grafik I.2 bahwa laba industri barang konsumsi tahun 2015-2017 pada sektor makanan dan minuman, sektor rokok, sektor farmasi serta sektor kosmetik dan perlengkapan rumah tangga mengalami peningkatan, tetapi laba pada sektor peralatan rumah tangga pada tahun 2016 mengalami penurunan sebesar 30,05% dan pada tahun 2017 mengalami peningkatan lagi sebesar 43,79%. Laba suatu perusahaan pastinya didapat dari penjualan atau pendapatan yang diperoleh dari kegiatan usaha suatu perusahaan.

Faktor-faktor yang juga mempengaruhi struktur modal yaitu stabilitas penjualan. Suatu perusahaan yang penjualannya relatif stabil dapat secara aman mengambil utang dalam jumlah yang lebih besar dan mengeluarkan beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang penjualannya tidak stabil

(Brigham dan Houston, 2011:188). Menurut Rianti Dkk. (2014) tingkat pertumbuhan penjualan merupakan suatu kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan dalam mendapatkan profit yang sifatnya imateriil yang telah ditentukan oleh suatu target. Bagi perusahaan dengan tingkat pertumbuhan penjualan dan laba yang tinggi kecenderungan penggunaan utang sebagai sumber dana eksternal yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan yang mempunyai tingkat pertumbuhan penjualannya tergolong rendah.

Grafik I.3 Penjualan pada Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017

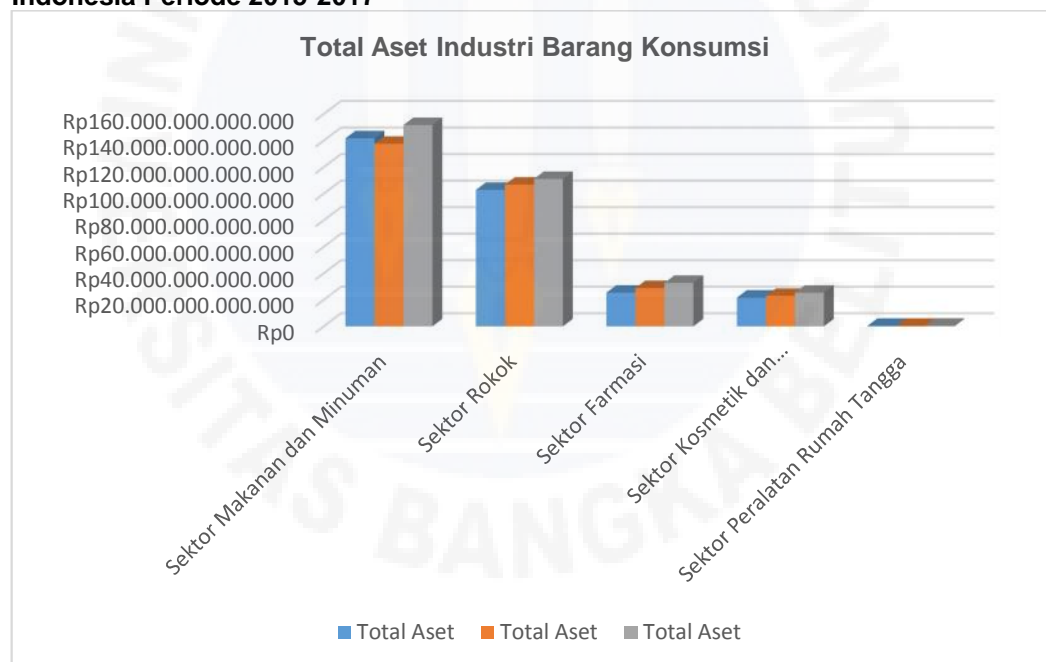


Sumber : Data diolah, Bursa Efek Indonesia 2018

Berdasarkan grafik I.3 bahwa penjualan yang terjadi pada industri barang konsumsi tahun 2015-2017 mengalami peningkatan secara fluktuasi. Peningkatan penjualan tertinggi terjadi pada sektor peralatan rumah tangga pada tahun 2017 sebesar 14,21%.

Suatu perusahaan dapat menggunakan hutang yang lebih besar apabila ukuran perusahaan yang dilihat dari tingkat penjualan maupun besarnya aset yang dimiliki perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan kreditur terhadap perusahaan. Menurut Prasetya dan Asandimitra (2014) ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya aset yang dimiliki perusahaan, yang menggambarkan kemampuan finansial perusahaan dalam suatu periode tertentu dan biasanya digambarkan dengan total aset. Menurut Pattinasarani (2016) ukuran perusahaan menunjukkan seberapa besar perusahaan dilihat dari total aset yang dimiliki.

Grafik I.4 Total Aset Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017



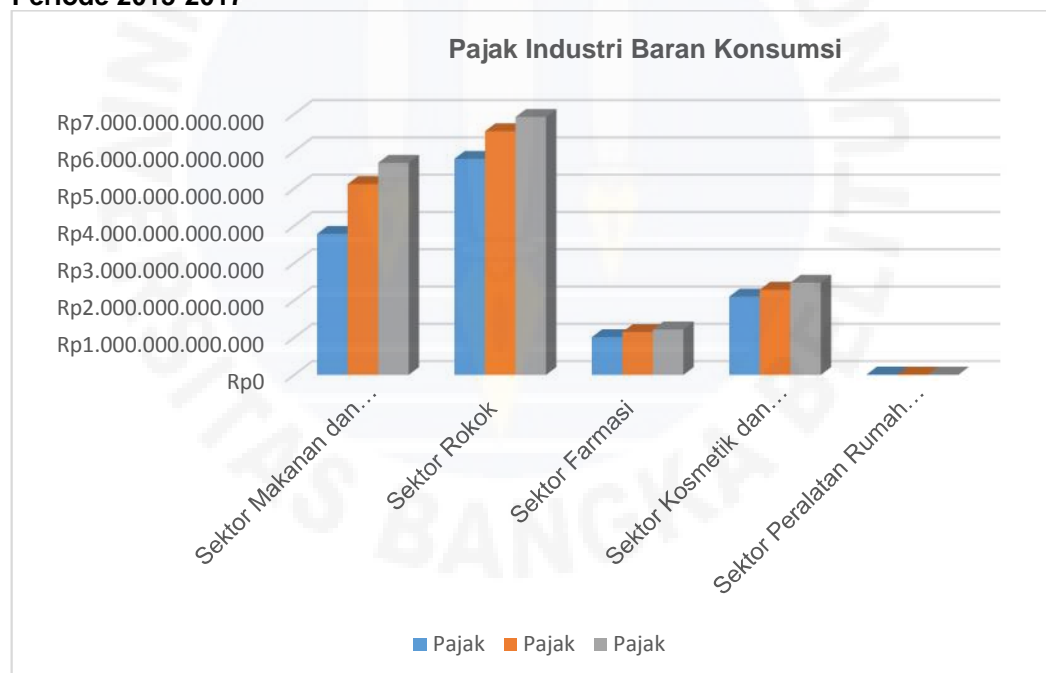
Sumber : Data diolah peneliti, Bursa Efek Indonesia 2018

Berdasarkan grafik I.4 bahwa total aset yang dimiliki masing-masing sektor berbeda-beda. Sektor rokok, farmasi, kosmetik dan perlengkapan rumah tangga serta sektor peralatan rumah tangga memiliki total aset yang terus meningkat pada tahun 2015-2017, tetapi total aset yang dimiliki sektor makanan dan minuman

pada tahun 2016 mengalami penurunan sebesar 2,91% lalu meningkat pada tahun 2017 sebesar 10,27%. Suatu perusahaan pastinya akan dikenakan pajak bagi usaha yang dimilikinya.

Perpajakan bisa jadi merupakan arus kas keluar terbesar yang dialami oleh sebuah perusahaan (Stephen Dkk., 2009: 41). Menurut Najmudin (2011:315) tarif pajak, yaitu semakin tinggi tarif pajak, maka semakin terdorong untuk menggunakan hutang. Hal ini disebabkan bunga hutang yang merupakan biaya dapat mengurangi penghasilan (EBIT) sehingga akan sangat besar artinya bagi perusahaan yang memiliki tarif pajak yang tinggi.

Grafik I.5 Pajak Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017



Sumber : Data diolah peneliti, Bursa Efek Indonesia 2018

Berdasarkan grafik I.5 bahwa pajak yang dikenakan pada sektor makanan dan minuman, sektor rokok, sektor farmasi serta sektor kosmetik dan perlengkapan rumah tangga mengalami peningkatan pada tahun 2015-2017, sedangkan pada

sektor peralatan rumah tangga mengalami penurunan pada tahun 2016 sebesar 33,06% dan mengalami peningkatan pada tahun 2017 sebesar 14,79%.

Berdasarkan latar belakang dan grafik yang telah dipaparkan di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti **“Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan dan Pajak Terhadap Struktur Modal Pada Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017”**.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana gambaran profitabilitas, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, pajak dan struktur modal pada industri barang konsumsi periode 2015-2017?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh secara parsial terhadap struktur modal pada industri barang konsumsi periode 2015-2017?
3. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh secara parsial terhadap struktur modal pada industri barang konsumsi periode 2015-2017?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap struktur modal pada industri barang konsumsi periode 2015-2017?
5. Apakah pajak berpengaruh secara parsial terhadap struktur modal pada industri barang konsumsi periode 2015-2017?
6. Apakah profitabilitas, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan pajak berpengaruh secara simultan terhadap struktur modal pada industri barang konsumsi periode 2015-2017?

7. Seberapa besar pengaruh profitabilitas, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan pajak terhadap struktur modal pada industri barang konsumsi periode 2015-2017?

1.3. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini agar tidak menjadi luas dan dapat diteliti oleh penulis secara lebih mendalam serta keterbatasan waktu, dana, dan tenaga. Maka penelitian ini hanya pada beberapa variabel saja yaitu profitabilitas, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan pajak terhadap struktur modal dan penelitian ini dilakukan pada industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017.

1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui gambaran profitabilitas, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, pajak dan struktur modal pada industri barang konsumsi periode 2015-2017.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap struktur modal pada industri barang konsumsi periode 2015-2017.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap struktur modal pada industri barang konsumsi periode 2015-2017.

4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap struktur modal pada industri barang konsumsi periode 2015-2017.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pajak terhadap struktur modal pada industri barang konsumsi periode 2015-2017.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan pajak terhadap struktur modal pada industri barang konsumsi periode 2015-2017.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh profitabilitas, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan pajak terhadap struktur modal pada industri barang konsumsi periode 2015-2017.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini sebagai sarana informasi dan untuk menambah wawasan tentang pengaruh profitabilitas, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan pajak terhadap struktur modal. Selain itu dapat menjadi referensi bagi penelitian sejenis.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan perusahaan terutama manajemen keuangan perusahaan sebagai dasar pertimbangan dalam menentukan besarnya dana untuk membiayai aktivitas perusahaan.

3. Manfaat Kebijakan

Hasil dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat serta kontribusi bagi industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk menentukan kebijakan yang lebih baik terutama mengenai struktur modal serta faktor-faktor yang mempengaruhinya.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan teori-teori yang digunakan dalam penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi dan sampel, teknik pengambilan data serta analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan gambaran umum objek yang diteliti, memaparkan hasil olah data dan selanjutnya diinterpretasikan sesuai dengan konsepsi dan teori yang dipakai dalam rangka pencapaian tujuan penelitian serta memuat penjelasan keterkaitan antara hasil analisis data dengan variabel yang diteliti.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan temuan pokok, baik bersifat substansial maupun teknis serta dikemukakan juga implikasi dari hasil pembahasan, serta saran yang merupakan implementasi dari penemuan-penemuan dan rekomendasi tentang studi lanjutan dan kebijakan-kebijakan yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN