

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Bursa Efek merupakan salah satu pasar modal yang bertujuan sebagai pendanaan masyarakat untuk berinvestasi instrument keuangan dan sebagai sarana bagi perusahaan untuk mendapatkan dana dari masyarakat atau investor. Bursa Efek Indonesia berada di daerah Jakarta dan menyediakan data perdagangan *real time* dalam *data feed* format untuk perusahaan. Terdapat banyak perusahaan yang bergerak di berbagai sektor di Indonesia yang telah menjual sahamnya di Bursa Efek tersebut salah satunya Sektor Consumer Goods. Sektor Consumer Goods memegang peranan penting dalam perekonomian dan pembangunan di Indonesia. Sektor Consumer Goods menyumbang sebesar 17,34 % (www.kemenperin.go.id) Besarnya persentase ini menjadi perhatian para investor untuk berinvestasi dan menghasilkan profit.

Profitabilitas perusahaan merupakan suatu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, asset dan modal saham tertentu dan dapat dinilai melalui berbagai cara tergantung pada laba dan aktiva atau modal yang akan diperbandingkan satu dengan lainnya. Profitabilitas digunakan para investor untuk mengukur sejauh mana perusahaan dapat dipenuhi dalam jangka waktu panjang atau jangka pendek. Semakin tinggi nilai profitabilitasnya maka kondisi perusahaan semakin baik sehingga para investor tidak takut dalam menginvestasikan dan jika nilai profitabilitasnya rendah maka para investor akan takut untuk menginvestasikan modalnya.

Modal adalah nilai kekayaan suatu perusahaan yang dapat dihasilkan dari pihak internal ataupun eksternal dan kekayaan yang berasal dari hasil produksi perusahaan. Struktur modal menunjukkan komposisi dari proporsi sumber pendanaan yang dimiliki perusahaan dan dapat menentukan struktur modalnya sendiri. Komponen dari modal itu sendiri adalah pendanaan berupa utang sedangkan pendanaan internal berupa ekuitas. Struktur modal perusahaan yang diterapkan secara baik, optimal, dan terkontrol akan mampu mendorong pengembangan bisnis.

Leverage merupakan pemakaian modal dan sumber dana oleh perusahaan yang mempunyai beban tetap. Sumber dana ini berasal dari utang dan memiliki bunga dimasukkan ke dalam biaya tetap, sehingga laba potensial dari investor dapat dikembangkan. Leverage digunakan untuk mengukur sampai seberapa besar perusahaan dibiayai oleh modal pinjaman supaya keuntungan yang diperoleh lebih besar dari pada biaya aset dan sumber dananya. Makin besar leverage yang digunakan suatu perusahaan, makin besar pengurangannya. Sebagai akibatnya, leverage dapat digunakan untuk meningkatkan profitabilitas, tetapi dengan risiko akan meningkatkan kerugian pada saat perusahaan mengalami penurunan. Keuntungan dan kerugian akan diperbesar oleh leverage, dan makin besar leverage yang digunakan oleh suatu perusahaan makin besar pula ketidaktepatan atau naik turunnya profitabilitas.

Ukuran perusahaan merupakan skala ukuran yang dilihat dari total aset suatu perusahaan atau organisasi yang menggabungkan dan mengorganisasikan berbagai sumber daya dengan tujuan untuk memproduksi barang atau jasa untuk dijual. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan. Besar kecilnya usaha tersebut ditinjau dari lapangan usaha yang dijalankan.

Penentuan skala besar kecilnya perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total penjualan, total asset, rata-rata tingkat penjualan. Semakin besar ukuran perusahaan semakin mudah untuk mendapatkan modal eksternal dalam jumlah yang lebih besar, sehingga investor tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut sehingga menaikkan nilai perusahaan

Growth menurut **Sofyan** (2013:309) “Rasio pertumbuhan menggambarkan persentase pertumbuhan pos-pos perusahaan dari tahun ke tahun. Rasio ini terdiri atas kenaikan penjualan, kenaikan laba bersih, earning per share, dan kenaikan deviden per share.” Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Pertumbuhan penjualan dapat dilihat dari perubahan penjualan tahun sebelum dan tahun periode selanjutnya. Suatu perusahaan dapat dikatakan mengalami pertumbuhan ke arah yang lebih baik jika terdapat peningkatan yang konsisten dalam aktivitas utama operasinya. Perhitungan tingkat penjualan perusahaan dibandingkan pada akhir periode dengan penjualan yang dijadikan periode dasar. Apabila nilai perbandingannya semakin besar, maka dapat dikatakan bahwa tingkat pertumbuhan penjualan semakin baik.

Berdasarkan pemaparan diatas, tim peneliti mensinergikan dengan data-data yang diperoleh peneliti dengan tabel fenomena yang ada diantaranya terjadi PT Dharma Satya Nusantara, Tbk (DSNG) terdapat penurunan struktur modal di tahun 2021 sebesar 0.95 yang awalnya 1.27 tetapi profit mengalami kenaikan 0.070 yang awalnya 0.049. Ini bertolak belakang dengan teori yang menyatakan bahwa apabila struktur modal mengalami kenaikan maka akan ikuti pula dengan kenaikan profitabilitas. PT Enseval Putera Megatrading Tbk (EPMT) mengalami penurunan leverage pada tahun 2021 sebesar 0.2963 yang awalnya sebesar 0.28792. dan mengalami kenaikan profitabilitas sebesar 0.11 yang awalnya sebesar 0.09 ini bertentangan dengan teori yang menyatakan bahwa jika leverage mengalami kenaikan maka profitabilitas akan menurun. PT Tiga Raksa Satria, Tbk (TGKA) mengalami kenaikan ukuran perusahaan sebesar 28.85 di tahun 2021 yang awalnya 28.84 tetapi mengalami penurunan profitabilitas di tahun 2021 0.17. Ini bertentangan dengan teori yang menyatakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka profitabilitas akan diikuti kenaikan. PT H. M Sampoerna, Tbk (HMSP) mengalami kenaikan pertumbuhan penjualan di tahun 2021 sebesar 0.069 yang awalnya – 0.128 dan mengalami penurunan profit di tahun 2021 nilai 0.172 yang awalnya 0.224 setelah dilihat ini sangat tidak sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa semakin tinggi pertumbuhan penjualan maka akan diikuti juga kenaikan profitabilitas.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul: **“Pengaruh Struktur Modal, Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Consumer Goods Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”**.

I.2. Tinjauan Pustaka

I.2.1 Pengaruh Struktur Modal terhadap Profitabilitas

Menurut Guinan (Harmono 2016:137) Struktur modal berkenaan dengan bagaimana modal dialokasikan dalam aktivitas investasi aktiva riil dengan cara menentukan struktur modal antara modal utang dan modal sendiri. Menurut Riyanto (2010:228) Struktur modal adalah pertimbangan atau perbandingan antara jumlah hutang jangka panjang dengan modal sendiri.

I.2.2 Pengaruh Leverage terhadap Profitabilitas

Menurut Zulhawati (2014:165) Leverage merupakan bagian biaya tetap yang menggambarkan risiko perusahaan. Operating leverage, merupakan suatu ukuran risiko operasi, yang ditunjukkan oleh besarnya biaya operasi tetap sebagaimana tercantum dalam laporan laba rugi perusahaan. Menurut Kasmir (2014:153) Leverage adalah Rasio solvabilitas (leverage ratio) merupakan rasio yang digunakan dalam mengukur sejauh mana aktifitas perusahaan dibiayai dengan utang. Dengan tingginya rasio ini, perusahaan akan semakin tergantung dengan pihak eksternal dan beban yang harus dibayar perusahaan juga semakin besar. Hal ini tentunya akan mempengaruhi jumlah deviden yang dibayarkan menjadi lebih sedikit.

I.2.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas

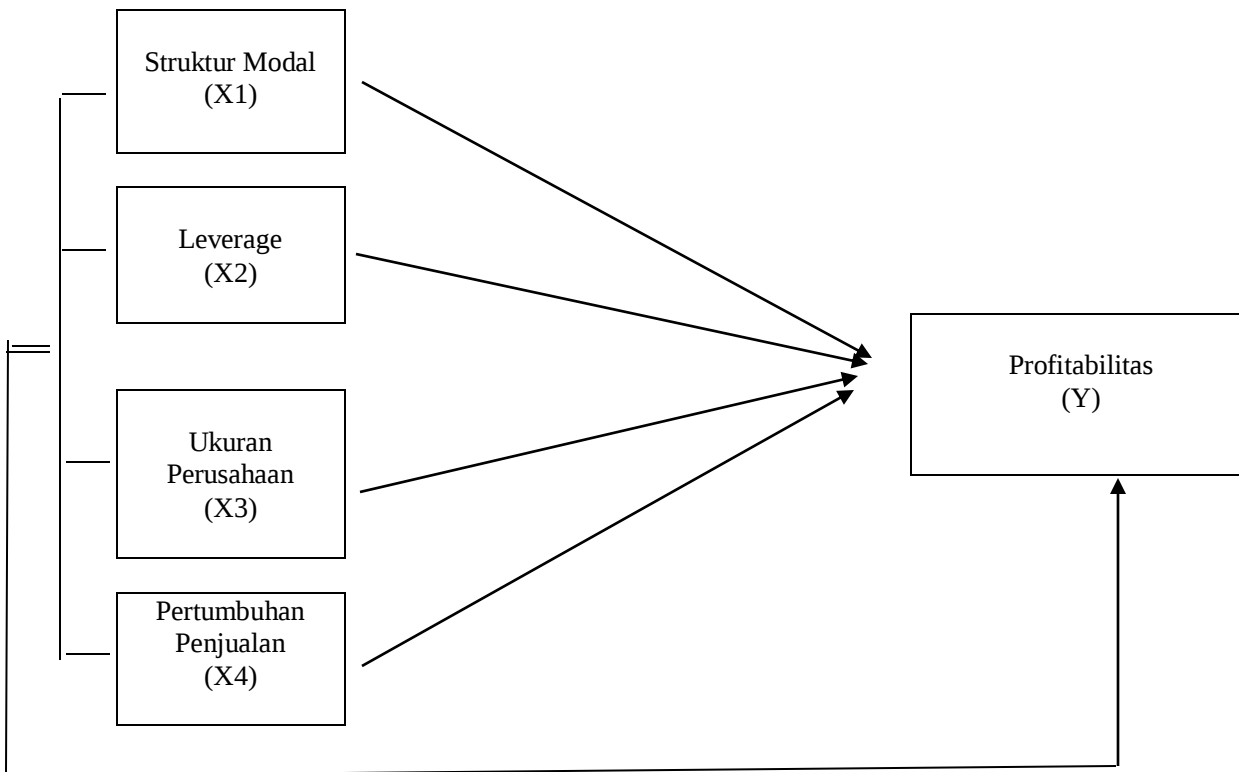
Menurut Hartono (2012:14) “Ukuran Perusahaan (firm size) adalah besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aset atau besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aset”. Adapun, Kurniasih (2012:148) menyatakan ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan.

I.2.4. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas

Pertumbuhan penjualan adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu (Kennedy dkk., 2013). Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh yang strategis bagi perusahaan karena pertumbuhan penjualan ditandai dengan peningkatan market share yang akan berdampak pada peningkatan penjualan dari perusahaan sehingga akan meningkatkan profitabilitas dari perusahaan (Pagano dan Schivardi, 2003).

I.3. Kerangka Konseptual

Berdasarkan penjelasan dalam latar belakang dan tinjauan pustaka diatas, dapat disusun kerangka konseptual sebagai berikut :



I.4. Hipotesis Penelitian

H1 : Struktur Modal berpengaruh secara parsial terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sector consumer goods

H2 : Leverage berpengaruh secara parsial terhadap Profitabilitas pada perusahaan sub sector consumer goods

H3 : Ukuran perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sector consumer goods

H4 : Pertumbuhan penjualan berpengaruh secara parsial terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sector consumer goods

H5: Struktur modal, leverage, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, perputaran kas, perputaran piutang berpengaruh secara simultan terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sector consumer good