

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat menyebabkan semakin ketatnya persaingan baik dalam lingkungan nasional, regional, maupun internasional. Hal ini menyebabkan setiap perusahaan berupaya untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya. Tujuan utama didirikannya perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan bagi pemilik atau pemegang saham untuk mencapai tujuan tersebut dibutuhkan modal atau dana yang besar sebagai pendukung kegiatan perusahaan. Untuk mencapai tujuan perusahaan diperlukan manajer yang mampu mengelola semua aktivitas dalam perusahaan termasuk bagaimana memperoleh pendanaan bagi perusahaan.

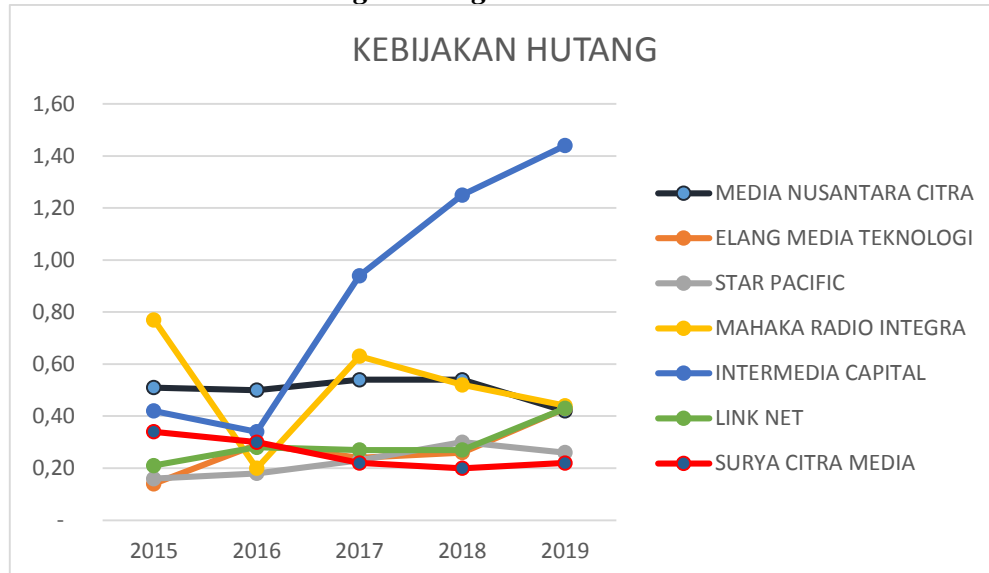
Industri media merupakan salah satu dari sekian banyak industri yang sangat kompetitif terutama dengan munculnya media digital yang dapat dengan mudah diakses melalui internet dan *gadget* membuat persaingan baru dalam industri subsektor media semakin ketat. Ketatnya persaingan dalam industri media pada akhirnya akan berdampak pada profitabilitas perusahaan. Persaingan yang ada saat ini secara perlahan membuat perusahaan industri pertelevisian terancam dengan berkurangnya minat penonton dan pendapatan dari iklan berdampak pada penurunan profit sehingga perusahaan industri pertelevisian sebagai salah satu perusahaan bidang media harus meningkatkan kinerjanya agar tujuan perusahaan dapat tercapai yaitu memaksimalkan laba, dimana jika profitnya mengalami

penurunan maka perusahaan akan meningkatkan pendanaan dari pihak eksternal untuk bisa menutupi kegiatan operasionalnya.

Sumber pendanaan dapat diperoleh dari pihak internal dan pihak eksternal. Sumber dana internal berasal dari laba ditahan, sedangkan sumber dana eksternal berasal dari para kreditur baik dalam bentuk pinjaman langsung dari lembaga-lembaga keuangan, maupun dari masyarakat/*public* dengan membeli surat hutang yang diterbitkan oleh perusahaan.

Kebijakan hutang merupakan salah satu kebijakan yang diambil oleh manajemen dalam memperoleh sumber dana perusahaan yang berguna sebagai pembiayaan sehingga dapat digunakan untuk membiayai aktivitas operasionalnya. Dana yang diperoleh dari pemilik disebut modal, sedangkan dana yang diperoleh dari pihak lain disebut hutang. Kebijakan hutang merupakan suatu kebijakan yang ditentukan oleh manajer perusahaan dalam pengambilan keputusan untuk mendanai kegiatan bisnis perusahaan tersebut Safitri dan Asyik, 2015 dalam Novita dan Ardini, (2021:2). Manajer dituntut untuk memperkirakan hutang dengan tepat agar tidak terjadi kesalahan dalam penggunaan hutang yang dapat mengakibatkan perusahaan mengalami kebangkrutan. Berikut peneliti sajikan grafik kebijakan hutang (DER) dari perusahaan – perusahaan sub sektor *advertising printing media* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang menjadi objek dalam penelitian ini.

Grafik 1.1
Grafik Kebijakan Hutang Pada Beberapa Perusahaan Subsektor
Advertising Printing Media Periode 2015-2019

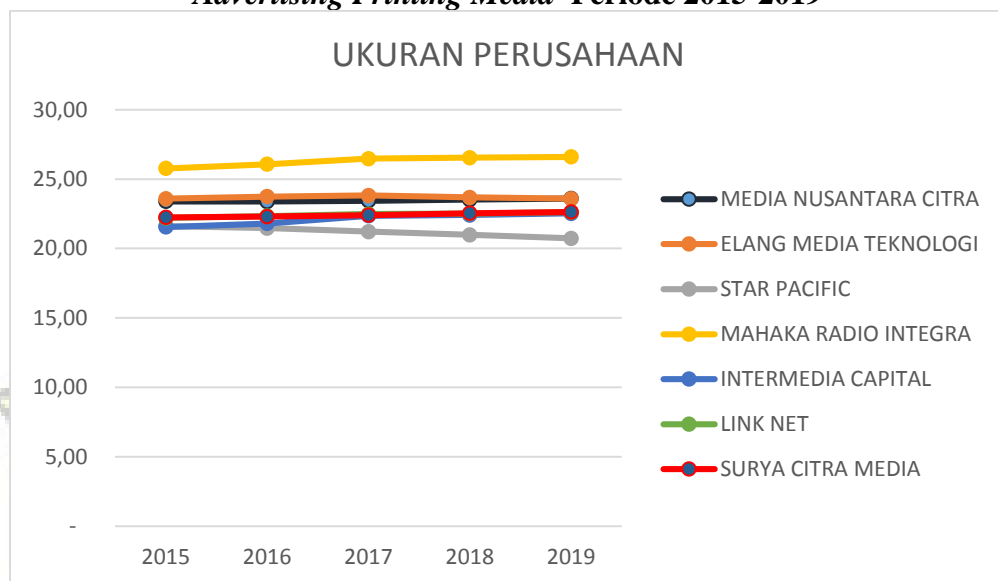


Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2021.

Dari grafik diatas bahwa kebijakan hutang pada beberapa perusahaan subsektor adverting printing media periode 2015-2019 terdapat perbedaan yang tidak terlalu signifikan pada setiap perusahaan. Dari 7 perusahaan terdapat 1 perusahaan yang mengalami peningkatan penggunaan hutang periode 2016-2019. Namun pada perusahaan mahaka radio integra mengalami penurunan yang cukup tajam dari tahun 2015-2016. Peningkatan penggunaan hutang yang terus meningkat adalah Intermedia Capital, sehingga yang menjadi pertanyaan penelitian adalah mengapa kebijakan hutang perusahaan Subsektor Advertising Printing Media mengalami peningkatan ?. Penggunaan hutang yang terlalu tinggi memberikan risiko yang besar namun apabila perusahaan mampu mengelola hutangnya dengan baik, maka penggunaan hutang akan meningkatkan keuntungan bagi pemegang saham. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kebijakan hutang ?

Berikut grafik ukuran perusahaan dari beberapa perusahaan subsektor *advertising printing media* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang menjadi objek dalam penelitian ini.

Grafik 1.2
Grafik Ukuran Perusahaan Pada Beberapa Perusahaan Subsektor
***Advertising Printing Media* Periode 2015-2019**



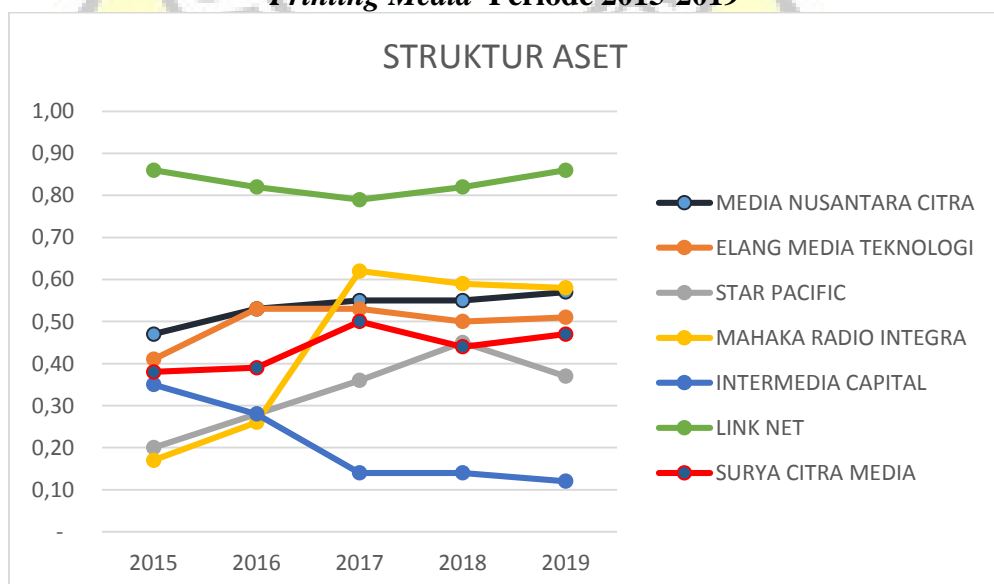
Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2021.

Dapat dilihat dari grafik di atas menunjukkan bahwa ukuran perusahaan pada beberapa perusahaan sub sektor *advertising printing media* periode 2015-2019 relatif sama dalam arti total aset yang dimiliki kurang lebih seimbang, terkecuali untuk perusahaan Mahaka Radio Integra yang ukuran perusahaannya lebih besar dibanding yang lain. Ukuran perusahaan menjadi salah satu tolak ukur kreditur dalam memberikan pinjaman dana dimana total aset dijadikan untuk mengukur besar kecilnya suatu perusahaan. Menurut Zuhria dan Riharjo (2016) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap kebijakan hutang. Menurut Zefriyenni, dkk (2019) ukuran perusahaan dan profitabilitas secara parsial berpengaruh

signifikan terhadap kebijakan hutang. Menurut Suryani dan Khafid (2015) bahwa *free cash flow*, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan menunjukkan tidak berpengaruh terhadap kebijakan hutang. Penelitian berbeda menurut Robiansyah, dkk (2021) bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kebijakan hutang.

Struktur aset mempunyai peranan penting dalam suatu perusahaan karena struktur aset berhubungan dengan sumber pendanaan dari luar perusahaan, karena jika suatu perusahaan memiliki aset tetap yang besar maka akan lebih mudah mendapatkan dana dari luar perusahaan. Berikut ini menggambarkan bagaimana grafik struktur aset dari beberapa perusahaan subsektor *advertising printing media* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang menjadi objek dalam penelitian ini.

Grafik 1.3
Grafik Struktur Aset Pada Beberapa Perusahaan Subsektor Advertising Printing Media Periode 2015-2019



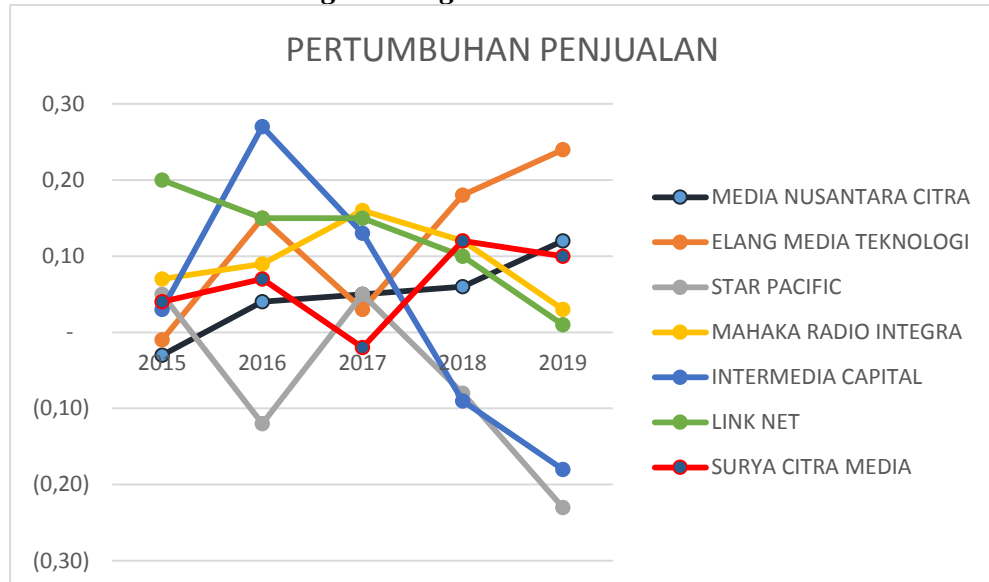
Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2021.

Dapat dilihat dari grafik diatas bahwa struktur aset pada beberapa perusahaan subsektor *advertising printing media* periode 2015-2019 struktur asetnya cukup fluktuatif terutama Mahaka Radio Integra yang asetnya mengalami lonjangan cukup besar dari tahun 2016-2017 dan Star Pacific yang asetnya mengalami peningkatan dari tahun 2015 sampai 2018. Namun sebaliknya dengan Intermedia Capital yang struktur asetnya mengalami penurunan cukup tajam dari tahun 2015 sampai 2017.

Dari penelitian terdahulu, Menurut Asiyah dan Khuzaini (2019) profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebijakan hutang, struktur aset berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kebijakan hutang dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kebijakan hutang. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Manoppo, dkk (2018) secara parsial struktur aset tidak berpengaruh signifikan terhadap kebijakan hutang. Penelitian berbeda dikemukakan oleh Utami dan Ngumar (2019) yang menemukan hasil bahwa struktur aset tidak berpengaruh terhadap kebijakan hutang.

Pertumbuhan penjualan mencerminkan manisfestasi keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan juga merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Berikut ini menggambarkan bagaimana grafik pertumbuhan penjualan dari beberapa perusahaan sub sektor *advertising printing media* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang menjadi objek dalam penelitian ini.

Grafik 1.4
Grafik Pertumbuhan Penjualan Pada Beberapa Perusahaan Subsektor
***Advertising Printing Media* Periode 2015-2019**



Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2021.

Dapat dilihat dari grafik di atas bahwa pertumbuhan penjualan pada beberapa perusahaan subsektor *advertising printing media* periode 2015-2019 menunjukkan pergerakan yang berfluktuatif, dimana ada yang trendnya naik seperti Elang Media Teknologi, Media Nusantara Citra, namun ada pula yang trendnya menurun seperti Mahaka Radio Integra, Intermedia Capital, Link Net dan yang paling bergejolak adalah Intermedia Capital, dimana pada tahun 2015-2016 mengalami peningkatan, namun langsung menurun dari tahun 2016 sampai 2019.

Dari penelitian terdahulu, menurut Purwanti (2017) menunjukkan bahwa secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara variabel likuiditas, profitabilitas dan pertumbuhan penjualan terhadap kebijakan hutang, sedangkan variabel pertumbuhan penjualan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kebijakan hutang pada perusahaan *food and*

beverage di BEI. Menurut Sayuthi dan Raithari (2013) bahwa pertumbuhan penjualan, *leverage* operasi dan tarif pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kebijakan hutang perusahaan dengan menggunakan pendekatan *pecking order theory*. Penelitian berbeda menurut Rifki dan Fuadati (2017) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap kebijakan hutang.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu masih terjadi perbedaan hasil penelitian (*research gap*) mengenai yang mempengaruhi kebijakan hutang. Hal tersebut menarik untuk diteliti lebih lanjut, maka dari itu peneliti tertarik melakukan penelitian lanjut apakah ukuran perusahaan, struktur aset dan pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh terhadap kebijakan hutang yang diukur menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER).

1.2 Identifikasi, Batasan, dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Salah satu cara untuk mengendalikan penggunaan hutang melalui kebijakan hutang. Kebijakan hutang merupakan salah satu kebijakan tentang keputusan pendanaan berasal dari luar perusahaan yang digunakan untuk membiayai operasional perusahaan, sehingga kebijakan hutang merupakan hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan.

Ukuran perusahaan menjadi salah satu tolok ukur kreditur dalam memberikan pinjaman dana dimana total aset dijadikan untuk mengukur besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran atau skala besar kecilnya suatu perusahaan

juga mempengaruhi kebijakan yang diputuskan untuk pendanaan perusahaan, salah satunya adalah kebijakan hutang.

Struktur aset adalah penentuan berapa besar alokasi untuk masing-masing komponen aset, baik dalam aktiva lancar maupun aktiva tetap. Perusahaan yang memiliki struktur aset yang tinggi akan lebih mudah mendapatkan pinjaman. Struktur aset berhubungan dengan kekayaan yang dimiliki perusahaan yang dapat dijamin.

Pertumbuhan penjualan merupakan keberhasilan investasi pada periode sebelumnya yang dapat memprediksi investasi di periode berikutnya dengan melihat peluang pasar. Pertumbuhan penjualan yang tinggi akan mendorong peningkatan biaya operasional melalui hutang.

Dalam hal ini penulis akan menggunakan variabel ukuran perusahaan, struktur aset, pertumbuhan penjualan dan kebijakan hutang. Kebijakan hutang sebagai Variabel Y (variabel dependen) yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain dan Variabel X (variabel independen) terdiri dari 3 (tiga) variabel yaitu ukuran perusahaan sebagai variabel independen pertama (X_1), struktur aset sebagai variabel independen kedua (X_2) dan pertumbuhan penjualan sebagai variabel independen ketiga (X_3).

1.2.2 Batasan Masalah

Dari latar belakang masalah ini untuk menghindari pembahasan yang terlalu luas, serta keterbatasan waktu, materi dan biaya dalam melakukan penelitian ini, maka penulis membatasi hanya akan fokus pada:

1. Ukuran perusahaan (X_1) yang diproxy dengan $\text{Size} = \text{Logaritma Natural dari Total Aset}$.
2. Struktur aset (X_2) yang diproxy dengan perbandingan antara aset tidak lancar dengan total aset.
3. Pertumbuhan penjualan (X_3) yang diproxy dengan $\text{Sales } t - \text{Sales } (t - 1)$ dibagi $\text{Sales } (t - 1) \times 100\%$.
4. Kebijakan hutang (Y) yang diproxy dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) yaitu perbandingan antara total hutang dengan total modal.

1.2.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan ukuran perusahaan terhadap kebijakan hutang perusahaan subsektor *advertising printing media* yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2019 ?
2. Apakah terdapat pengaruh signifikan struktur aset terhadap kebijakan hutang perusahaan subsektor *advertising printing media* yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2019 ?
3. Apakah terdapat pengaruh signifikan pertumbuhan penjualan terhadap kebijakan hutang perusahaan subsektor *advertising printing media* yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2019 ?
4. Apakah terdapat pengaruh signifikan ukuran perusahaan, struktur aset dan pertumbuhan penjualan terhadap kebijakan hutang

perusahaan subsektor *advertising printing media* yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2019 ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan ukuran perusahaan terhadap kebijakan hutang perusahaan subsektor *advertising printing media* yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2019.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan struktur aset terhadap kebijakan hutang perusahaan subsektor *advertising printing media* yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2019.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan pertumbuhan penjualan terhadap kebijakan hutang perusahaan subsektor *advertising printing media* yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2019.
4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan ukuran perusahaan, struktur aset dan pertumbuhan penjualan terhadap kebijakan hutang perusahaan subsektor *advertising printing media* yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2019.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

1. Peneliti memperoleh pemahaman tentang pengaruh ukuran perusahaan, struktur aset dan pertumbuhan penjualan terhadap kebijakan hutang perusahaan subsektor *advertising printing media* yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2019.

2. Hasil penelitian ini di harapkan menjadi masukan dan bahan referensi bagi mahasiswa atau yang membutuhkan informasi penelitian ini.
3. Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai ukuran perusahaan, struktur aset, pertumbuhan penjualan terhadap kebijakan hutang.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Hasil dari penelitian ini di harapkan menjadi dasar pertimbangan oleh para praktisi baik perusahaan atau pelaku bisnis dalam proses pengambilan keputusan khususnya dalam bidang keuangan.
2. Hasil penelitian ini di harapkan dapat berguna bagi para kreditur dalam melihat faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan hutang.

