

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 *Packing Order Theory*

*Pecking order theory* dari struktur modal adalah teori leverage perusahaan yang paling efektif. Menurut Myers (1984), karena seleksi yang dihasilkan, bisnis memiliki lebih banyak pembiayaan internal daripada eksternal

.Ketika mata uang asing dibutuhkan, bisnis cenderung memiliki lebih banyak utang daripada ekuitas karena biaya informasi lebih tinggi dan ini terkait dengan masalah utang. Ekuitas sering terbit. Gagasan ini telah disempurnakan menjadi panggilan prediksi yang dapat digunakan Myers dan Shyam - Sunder (1999). Defisit pembiayaan biasanya harus dihitung dengan perubahan mata uang perusahaan. Akibatnya, jika perusahaan mengikuti pecking order, maka jika terjadi pengembalian utang bersih pada saat pembiayaan, koefisien kemiringan akan terwujud

- Perusahaan lebih memilih menggunakan sumber atau dana internal daripada dana eksternal. Dana internal berasal dari laba ditahan yang timbul dari kegiatan operasi perusahaan.
- ketika pembiayaan eksternal diperlukan, perusahaan pertama-tama akan mencari yang lebih aman, yaitu yang paling tidak berisiko, sekuritas untuk utang berisiko tinggi, sekuritas hibrida seperti obligasi Saham preferen dan akhirnya saham biasa.
- Kami memiliki kebijakan dividen tunai. Dengan kata lain, perusahaan menetapkan dividen tetap terlepas dari untung atau rugi perusahaan.

- Perusahaan menggunakan portofolio investasi yang tersedia untuk mengantisipasi kekurangan uang beredar dan peluang investasi akibat kebijakan pembagian dividen tetap dan tingkat keuntungan yang fluktuatif.
- Teori hierarki tidak mengacu pada struktur modal sasaran. Teori pass order menjelaskan urutan keuangan. Manajer keuangan tidak memperhitungkan tingkat utang yang optimal. Persyaratan pembiayaan ditentukan oleh kebutuhan investasi. Teori urutan gulir menjelaskan mengapa perusahaan ada Keuntungan yang lebih tinggi datang dengan tingkat utang yang lebih rendah.

### **2.1.2 *Signaling Theory***

Teori sinyal adalah perilaku manajemen perusahaan dalam memberikan arahan kepada investor tentang visi manajemen tentang prospek perusahaan di masa depan. Wolk laki-laki dkk. Dalam Maghfira (2018) bahwa teori sinyal harus menjelaskan sinyal keberhasilan atau kegagalan yang harus dikirim perusahaan. Hal ini disebabkan adanya asimetri informasi yang terjadi antara manajemen dan pemangku kepentingan.

Dapat kami jelaskan bahwa Perusahaan secara sukarela mengungkapkan informasi material yang digunakan dalam pengambilan keputusan kepada pihak luar. Teori sinyal mengungkapkan bagaimana perusahaan menyajikan sinyal dalam bentuk informasi referensi Tentang apa yang dilakukan manajemen untuk kepentingan pemilik - memaksimalkan keuntungan.

Istilah “signaling theory” pertama kali digunakan adalah oleh Spence ( 1973) , yang menyatakan bahwa “ pihak pengirim ” ( orang yang bertugas

mengumpulkan informasi ) bertanggung jawab untuk memberikan informasi yang diperlukan untuk menentukan status suatu perusahaan yang bersangkutan . berguna untuk penanggung jawab " (investor). Menurut Brigham dan Houston ( 2011 ) , teori persepsi sinyal manajemen sehubungan dengan ekspansi bisnis di masa depan akan mempengaruhi respon investor terhadap bisnis . Informasi dalam sinyal dimaksud berkaitan dengan peran upaya manajemen dalam menilai niat pemilik . Informasi yang dipermasalahkan sangat penting bagi investor dan pemilik bisnis saat mengembangkan penawaran investasi .

Menurut Jogiyanto ( 2010 ) , informasi yang dipublikasikan sebagai reminder akan sangat membantu investor dalam mengartikulasikan tujuan investasinya .Jika pengumuman tersebut memiliki data yang menggembirakan , diharapkan pasar akan melihataktivitas saat pengumuman tersebut akhirnya diungkapkan ke pasar . Ketika informasi dirilis dan semua pelaku pasar telah menerimanya , pelaku pasar segera mengevaluasi dan menganalisis informasi tersebut sebagai sinyal positif atau negatif ( bad news ) . Akan ada perubahan volume perdagangan saham jika investor menganggap informasi ini sebagai indikator yang baik .

## **2.2 Teori Variabel X dan Y**

### **2.2.1 Resiko Bisnis**

Menurut Brigham dan Houston (2018), risiko didefinisikan sebagai kemungkinan atau kemungkinan bahwa beberapa peristiwa yang tidak menguntungkan akan terjadi. Risiko bisnis adalah setiap kondisi atau faktor yang dapat mempengaruhi operasi atau profitabilitas perusahaan

Perusahaan. Dengan kata lain, risiko bisnis adalah situasi tertentu yang dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan. risiko bisnis adalah ketidakpastian

yang dihadapi perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya. Risiko bisnis adalah risiko perusahaan tidak dapat menutupi biaya operasionalnya dan dipengaruhi oleh stabilitas pendapatan dan pengeluarannya.

Menurut Joni dan Lina ( 2010 ) , risiko terhadap bisnis perusahaan disebabkan oleh tenaga kerja yang buruk , yang menyebabkan laba tahunan berfluktuasi .Perusahaan yang sedang mengalami lab fluktuasi tinggi cenderung memanfaatkan utang dalam kegiatan operasionalnya yang membantu perusahaan menjadi sangat berisiko.Risiko terhadap bisnis terjadi ketika perusahaan tidak mampu membayar Hutang pokok dan bunga karena jumlah Hutang yang terlalu tinggi . Bisnis dengan risiko kegagalan yang tinggi akan memiliki tujuan untuk menggunakan Hutang , tetapi bisnis dengan risiko kegagalan yang rendah akan lebih diuntungkan dengan menggunakan data ekonomi yang tersedia .Degree of Operating Leverage ( DOL ) dapat digunakan untuk memperkirakan risiko bisnis sampai batas tertentu dengan membandingkan laba sebelum bunga dan pajak serta hasil penggabungan perusahaan ( Yuliani , 2013 ) .

Perusahaan dengan risiko bisnis tinggi cenderung menghindari pembiayaan utang dibandingkan dengan perusahaan dengan risiko bisnis rendah. Bagi perusahaan, risiko bisnis meningkat ketika penggunaan pinjaman tinggi. Kebangkrutan akan meningkat. Dunia investasi mengakui risiko bisnis sebagai bagian dari premi risiko. Premi risiko didefinisikan sebagai ketidakpastian dalam aliran pendapatan yang disebabkan oleh sifat bisnis itu sendiri, seperti produk, pelanggan, dan bagaimana produk diproduksi. Risiko bisnis adalah ketidakpastian estimasi laba operasi perusahaan di masa depan. Perusahaan yang lebih berisiko harus menggunakan lebih sedikit hutang untuk menghindari kemungkinan

perusahaan bangkrut. Risiko bisnis menyulitkan perusahaan untuk mendapatkan pendanaan eksternal, yang secara teoritis berdampak negatif pada leverage perusahaan. Risiko bisnis adalah ketidakpastian estimasi laba operasi perusahaan di masa depan.

Risiko pekerjaan Hal ini terjadi akibat perusahaan tidak menggunakan hutang. Setiap perusahaan yang menjalankan bisnis mengambil risiko. Dengan kata lain, peristiwa yang dialami perusahaan berada di luar jangkauan. Hal ini terlihat karena adanya persaingan yang muncul antar perusahaan. Ini merupakan tantangan untuk berkembang dan menjadi perusahaan besar. Semakin besar perusahaan, semakin tinggi risikonya. Risiko ini muncul karena semakin besar perusahaan, semakin banyak modal yang dibutuhkan. Kebutuhan pendanaan memberikan pilihan bagi perusahaan untuk memperoleh pendanaan secara internal maupun eksternal. Sumber pendanaan tersebut menimbulkan berbagai risiko bagi Perseroan. Risiko adalah besarnya penyimpangan antara tingkat pengembalian yang diharapkan dengan tingkat pengembalian yang sebenarnya. Risiko dapat dibagi menjadi dua bagian:

Risiko dapat dibagi menjadi dua bagian:

- Risiko sistematis

Risiko sistematis atau tidak terdiversifikasi. Risiko adalah risiko yang tidak dapat atau tidak dapat dihilangkan dengan menambah atau mendiversifikasi jumlah surat berharga.

- Risiko non sistematis

Risiko tidak sistematis juga disebut risiko khusus yang ada di setiap perusahaan, seperti risiko kebangkrutan, risiko manajemen, dan risiko

industri. Bahaya ini Disebut juga risiko non-sistematis atau diversifikasi, artinya risiko yang dihilangkan atau dapat dihilangkan dengan diversifikasi.

#### **2.2.1.1 Faktor- faktor resiko bisnis**

Menurut Brigham & Houston (2019) risiko bisnis bergantung pada sejumlah faktor, beberapa yang penting diantaranya yaitu :

1. Fluktuasi permintaan. Semakin stabil permintaan produk perusahaan, semakin rendah risikonya, dan semua hal lainnya konstan.
2. Fluktuasi harga jual. Perusahaan yang produknya dijual di pasar yang sangat fluktuatif menghadapi risiko bisnis yang lebih besar daripada perusahaan sejenis yang harga produknya lebih stabil.
3. Selisih kapasitas dari biaya input. Perusahaan dengan biaya input yang tidak pasti menghadapi tingkat risiko bisnis yang tinggi.
4. kemampuan untuk menyesuaikan harga output ketika biaya input berubah; Beberapa perusahaan lebih baik daripada yang lain dalam kemampuan mereka untuk menaikkan harga output ketika biaya input meningkat. Semakin besar kemampuan untuk menyesuaikan harga output untuk mencerminkan persyaratan biaya, semakin rendah tingkat risiko bisnis.
5. Sejauh mana biaya tetap: leverage operasi. Jika sebagian besar biaya perusahaan adalah biaya tetap, biaya tidak akan berkurang meskipun ada permintaan jika terjadi penurunan, perusahaan menghadapi tingkat risiko bisnis yang relatif tinggi.

### 2.2.1.2 Jenis -Jenis Resiko Bisnis

Menurut Lam (2014), ruang lingkup risiko bisnis antara lain yaitu sebagai berikut:

#### 1. Resiko Proses

Risiko proses adalah jenis risiko operasional yang dihasilkan dari proses yang tidak efektif atau tidak efisien. Tidak efisien dapat diartikan sebagai hal-hal yang dapat mendukung tujuan tujuan tetapi menghabiskan banyak biaya, tetapi tidak efektif dapat diartikan sebagai hal - hal yang dapat mendukung tujuan tujuan akan. Biasanya, risiko proses dikaitkan dengan proses transaksional, yang meliputi negosiasi, penetapan harga, dokumentasi, jaminan, dan penutupan (pemenuhan). Risiko ini berpotensi merusak reputasi, pelanggan, dan posisi keuangan perusahaan

. Misal nya, harga produk yang tinggi dapat mencegah perusahaan memiliki konsumen yang loyal, sementara masalah harga produk dapat mencegah perusahaan memiliki pelanggan yang tidak lagi setia kepada perusahaan.

#### 2. Resiko Sumber daya Manusia

Risiko orang, atau risiko terhadap kehidupan manusia sehari - hari, adalah tanda peringatan yang diberikan oleh rekan kerja serta situasi persaingan di mana risiko tidak diantisipasi secara memadai. Hambatan Karyawan adalah saat perusahaan ingin tidak dapat memenuhi posisi- posisi karyawan di titik-titik kritis karena jangka waktu karyawan lebih pendek, atau karena pemaksaan atau insentif lainnya tidak. Ketika karyawan bisnis individu kekurangan sumber daya dan pengetahuan

yang diperlukan untuk melaksanakan tugas mereka secara tepat waktu , situasi persaingan dapat menjadi masalah . Lalu ada masalah dengan pencurian aset perusahaan karyawan . Sebaliknya , sebuah organisasi yang menghadapi masalah yang tidak serius berisiko juga memicu perilaku - perilaku terkait karyawan .

### 3. Resiko indentil

Risk Event adalah ancaman kerugian yang berhubungan langsung dengan kejadian yang tidak terduga seperti peristiwa - peristiwa tunggal ,tetapi berpotensi menimbulkan kerugian yang serius jika terjadi .Misalnya kegagalan sistem, dislokasi pasar , kecurangan internal atau eksternal, dan bencana alam

### 4. Resiko Pasar

Situasi Berisiko dan Rekening Administratif Karena Perubahan Harga Pasar , Antara Lain . Risiko direpresentasikan sebagai potensi perubahan nilai aset yang dapat diperdagangkan atau dicuri . Risiko passing antara lain risiko nilai tukar , risiko komoditas , dan risiko ekuitas . Risiko yang terkait dengan fluktuasi kuotasi mata uang dalam buku perdagangan dan perbankan disebabkan oleh fluktuasi nilai tukar mata uang asing atau fluktuasi harga pasar .Risiko yang terkait dengan perubahan nilai tukar instrumen keuangan dari buku perdagangan dan perbankan dikenal sebagai risiko yang terkait dengan komoditisasi .

### 5. Resiko Hukum

Risiko hukum adalah risiko yang terkait dengan mengikuti hukum dan/atau memiliki aspirasi yurisdiksi .Risiko ini timbul dalam bentuk

peraturan perundang-undangan yang mendukung atau kelemahan perikatan, seperti tidak dipenuhinya syarat sahnya kontrak atau pengikat agunan yang tidak sempurna, atau ketiadaan peraturan perund

### **2.2.2 Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan mewakili ukuran perusahaan. Penentuan ukuran perusahaan dapat didasarkan pada total penjualan, total aset, rata-rata penjualan dan rata-rata total aset. Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya atau besarnya aset yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan menunjukkan besarnya pengalaman dan kemampuan untuk berkembang, yang menunjukkan kemampuan dan tingkat risiko untuk mengelola investasi yang ditawarkan oleh pemegang sahamnya. Meningkatkan kesejahteraan bagi investor (Haryanto, 2011). Ukuran perusahaan juga menentukan kepercayaan investor.

Ukuran perusahaan dapat direpresentasikan dengan total aset, penjualan dan nilai pasar, semakin tinggi total aset, penjualan dan nilai pasar maka semakin besar perusahaan tersebut. Besar kecilnya perusahaan sangat tergantung pada besar kecilnya perusahaan yang mempengaruhi struktur modal. Terutama dalam hal bisa mendapatkan pembiayaan. Perusahaan yang lebih besar lebih mudah mendapatkan pinjaman karena nilai aset yang digunakan sebagai jaminan lebih tinggi dan tingkat kepercayaan yang jauh lebih tinggi pada bank dan lembaga keuangan (Tangiduk, Paulina et al, 2017). ukuran perusahaan berkorelasi dengan tingkat kepercayaan kreditur pada perusahaan besar, sehingga perusahaan yang lebih besar umumnya lebih mungkin untuk berhutang lebih banyak daripada perusahaan yang lebih kecil.

Berikut adalah definisi dan penjelasan ukuran perusahaan dari beberapa buku yang berbeda :

1. Menurut Basyaib ( 2007 ) , ukuran organisasi adalah skala tertentu yang dapat digunakan untuk mengkategorikan usaha kecil dalam berbagai cara , termasuk ukuran pendapatan , total aset , dan total kewajiban . Pendapatan yang lebih besar , total aset , dan total kewajiban akan berdampak lebih negatif pada kesehatan bisnis
2. Menurut Machfoedz ( 1994 ) , ukuran perusahaan adalah skala tertentu yang memungkinkan untuk mengklasifikasikan usaha kecil dalam berbagai cara ( total aktiva , ukuran log , nilai pasar saham , dan lain - lain ) . Menurut data , ukuran usaha hanya terbagi dalam tiga kategori: perusahaan besar ( perusahaan besar ), usaha menengah (perusahaan menengah), dan usaha kecil (perusahaan kecil) ( perusahaan kecil). Dalam hal ini , ukuran perusahaan ditentukan oleh total asetnya .
3. Menurut Ibrahim ( 2008 ) , ukuran suatu perusahaan ditentukan oleh ukuran nominal perusahaan tersebut .

Di sisi lain Dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan adalah besar kecilnya suatu perusahaan berdasarkan total aset dan total penjualan bersihnya.

Perusahaan besar memiliki sejumlah keunggulan dibandingkan usaha kecil dan menengah. Manfaat tersebut antara lain (Sawir, 2018)

- Ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan memperoleh uang dari pasar modal. UKM umumnya tidak memiliki akses ke pasar modal yang diatur baik untuk pendapatan tetap maupun ekuitas. Bahkan jika mereka memiliki akses, biaya untuk mulai menjual

sejumlah kecil sekuritas dapat menjadi beban, oleh karena itu, investor perlu diberi harga dengan cara yang menghasilkan pengembalian yang memberikan pengembalian yang jauh lebih tinggi.

- Ukuran perusahaan menentukan kemampuan tawar menawar dalam kontrak keuangan. Perusahaan yang lebih besar biasanya memiliki pilihan pembiayaan dari berbagai bentuk hutang, termasuk penawaran khusus yang lebih menguntungkan daripada yang ditawarkan oleh perusahaan yang lebih kecil.

- **Jenis – Jenis ukuran perusahaan**

Berdasarkan pendapat Badan Standarisasi Nasional, ada 3 jenis ukuran perusahaan, diantaranya:

1. Perusahaan Kecil

Pengertian perusahaan kecil adalah jenis usaha dengan kekayaan minimal Rp 200.000.000,00 (dua triliun rupiah) , belum termasuk tanah dan bangunan .Selain itu, rata rata harga transaksi adalah Rp.1.000.000.000,00

2. perusahaan Menengah

Pengertian perusahaan menengah ialah jenis perusahaan dengan kekayaan bersih yang menggunakan tanah dan bangunan senilai Rp. 1- 10 Milyar serta omzet penjualan lebih dari Rp 1.000.000.000,00 (satu milyar rupiah)

3. Perusahaan Besar

Pengertian Perusahaan Besar Adalah Jenis Usaha Dengan Kekayaan Yang Kuat Meliputi Tanah Dan Bangunan Di Atas

Rp.10.000.000.000,00 (Tujuh Puluh Juta Rupiah) Dan Omzet Penjualan Tahunan Di Atas Rp 50.000.000.000,00

Sedangkan berdasarkan pendapat Setiyadi, ukuran perusahaan juga bisa ditentukan sari sejumlah indikator seperti:

1. Total aset, yaitu jumlah keseluruhan aset yang perusahaan miliki pada suatu periode.
2. Total hutang, yaitu jumlah keseluruhan utang perusahaan pada suatu periode tertentu.
3. Total penjualan, yaitu jumlah keseluruhan penjualan yang dilakukan perusahaan pada waktu tertentu.
4. Tenaga kerja, yaitu jumlah karyawan tetap dan pegawai honorer yang bekerja dalam perusahaan pada periode tertentu.

### **2.2.3 Pertumbuhan Penjualan**

Penjualan Menurut Kusnadi (2018:19), pengertian penjualan adalah uang Pembeli ditagih dalam pertukaran untuk barang atau jasa yang dijual. Di sisilain, menurut Soemarso.SR (2009: 160) Pendapatan didefinisikan sebagai beban Pembeli barang yang dikirim memiliki pendapat Perusahaan yang bersangkutan.

Pengusaha umumnya bertujuan untuk Untung konstan (sebanyak mungkin), pertahankan atau coba peningkatan dalam jangka panjang. Tujuan-tujuan ini adalah Itu dilaksanakan sesuai rencana. Bisnis biasanya memiliki tiga tujuan umum dalam penjualan. Yang ini:

1. Mencapai volume penjualan tertentu;
2. Mendapatkan keuntungan tertentu
3. Mendukung pertumbuhan perusahaan.

Upaya untuk mencapai ketiga tujuan tersebut belum selesai Seorang pemain atau profesional penjualan. Dalam hal ini diperlukan tindakan Setara dengan perusahaan.

#### 6. **Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan**

Kegiatan operasi sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu. Ketika aktivitas perusahaan meningkat, manajer penjualan Perhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan. ada beberapa faktor Menurut Basu Swastha (2005: 406), faktor-faktor yang mempengaruhi aktivitas penjualan adalah sebagai berikut

:Kondisi dan kemampuan penjualan

1. Kondisi pasar
2. Modal
3. Kondisi organisasi perusahaan,

Pertumbuhan penjualan Perubahan penjualan tahun ke tahun yang dapat dilihat pada laporan laba rugi perusahaan perusahaan yang baik dapat Dilihat dari penjualan tahunan Itu terus tumbuh dan itu mempengaruhi untuk meningkatkan keuntungan perusahaan Oleh karena itu, pendanaan internal perusahaan plus. melaporkan peningkatan penjualan penjualan tahunan Masa depan berdasarkan data pertumbuhan volume penjualan bersejarah.

Menurut Kusnadi (2009:19) pengertian penjualan adalah uang Pembeli ditagih dalam pertukaran untuk barang atau jasa yang dijual

Pertumbuhan penjualan adalah hasil dari membandingkan tim Penjualan tahun ini vs. penjualan tahun sebelumnya penjualan tahun sebelumnya. Berdasarkan pernyataan Higgins, Pertumbuhan perusahaan dapat dilihat dari ekspansi dan perluasan skala. Terutama dalam penjualan, karena menjual adalah

suatu kegiatan Biasa diterapkan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan Tingkat keuntungan yang diharapkan adalah tingkat keuntungan yang diinginkan.

Menurut Subramanyam ( 2014:487 ) definisi pertumbuhan penjualan adalah sebagai berikut : “ Analisis tren penjualan per segmen bermanfaat dalam menentukan profitabilitas .Penyesuaian harga , perubahan volume , akuisisi dan divestasi, fluktuasi nilai tukar , dan perubahan harga semuanya sering berdampak pada pertumbuhan penjualan .Bagian Pembahasan dan Analisis Manajemen sebuah perusahaan biasanya memberikan wawasan tentang faktor - faktor yang mendorong pertumbuhan penjualan

Definisi sales growth menurut *Widarjo* dan *Setiawan* adalah sebagai berikut:“Pertumbuhan penjualan (sales growth) mencerminkan kemampuan perusahaan dari waktu ke waktu. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan maka perusahaan tersebut berhasil menjalankan strateginya. ”

Definisi sales growth menurut *Barton, et al.* (1989) adalah sebagai berikut:

“Pertumbuhan penjualan mencerminkan manifestasi 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.”

#### **2.2.4 Struktur Modal ( Y )**

Struktur modal merupakan kombinasi dari hutang dan ekuitas yang digunakan untuk membiayai kegiatan perusahaan. Menurut *Riyanto* (2011), struktur modal adalah pengeluaran permanen yang mencerminkan atau

membandingkan hutang jangka panjang dan modal ekuitas. Mengetahui struktur modal memungkinkan investor untuk mengetahui keseimbangan risiko dan pengembalian investasi, karena menggambarkan rasio utang dan ekuitas yang digunakan untuk membiayai investasi.

Menurut Najmuddin (2017), struktur modal merupakan perbandingan pembiayaan jangka panjang suatu perusahaan, seperti yang ditunjukkan pada Perbandingan Utang dan Ekuitas Jangka Panjang.

Struktur modal yang optimal merupakan satu hal yang akan meningkatkan nilai pasar saham perusahaan. Kita dapat mencapai nilai tertingginya dari struktur permodalan dan bisa digunakan untuk struktur modal yang optimal.

Struktur modal merupakan perbandingan hutang jangka panjang dengan ekuitas/modal yang dimiliki perusahaan. Setiap perusahaan struktur modal akan mempengaruhi posisi keuangannya dan akan mempengaruhi nilai perusahaan

Dapat disimpulkan bahwa struktur modal adalah persentase dari total hutang karena ekuitas yang membiayai kegiatan operasi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan yang meminimalkan ketergantungan eksternal akan memilih modal dari dalam dengan keseimbangan terbaik dari sumber pendanaan internal dan eksternal. Menurut Erawan (2018), struktur modal perusahaan dibagi menjadi dua kategori:

1. Struktur modal sederhana, yaitu perusahaan yang tidak memiliki potensi saham biasa (potensi diluting factor).
2. Struktur modal yang kompleks, yaitu perusahaan dengan lebih dari satu

kelas saham biasa yang potensial.

- **Komponen struktur modal**

Struktur modal adalah keseimbangan atau perbandingan antara modal asing dan modal sendiri. Dalam hal ini modal asing diartikan sebagai hutang dan modal sendiri dapat dibagi menjadi surplus. Untuk mempelajari lebih lanjut tentang struktur modal, kita perlu mengetahui komponen-komponen dalam struktur modal itu sendiri. Beberapa komponen struktur modal dijelaskan di bawah ini:

- Hutang jangka panjang

Hutang jangka panjang mencakup sumber pembiayaan eksternal yang diperoleh perusahaan, dan jangka waktu utang umumnya satu tahun atau lebih. Perusahaan memiliki beberapa jenis hutang jangka panjang, antara lain:

- Hutang hipotek

Merupakan hutang dimana pelunasannya menggunakan harta benda yang nyata contohnya tanah dan bangunan (Sudana 2017). hutang hipotek merupakan pinjaman jangka panjang yang di berikan kepada kreditur. jika si peminjam / debitur gagal dalam membayarnya maka bisa di gunakan untuk menjualnya dan menutupi hutangnya( rianto 2018)

- Obligasi

Obligasi salah satu yang bisa memberikan pendapatan tetap. Dimana biasanya dalam bentuk bunga , tapi pendapatan obligasi tidak dalam berwujud Bunga saja melainkan juga capital gain, dan juga selisih antara harga jual dan harga beli obligasi ( Sudhana 2017 ).

Obligasi diterbitkan oleh perusahaan yang membutuhkan dana untuk mengembangkan usahanya atau untuk memenuhi kebutuhan keuangan jangka pendek maupun jangka panjang (Syahunan, 2017).

1. Modal

Modal ekuitas merupakan modal yang di berikan dari pemilik perusahaan dan di harapkan akan selalu bersama di perusahaan dalam jangka waktu yang lama. Modal berasal dari 2 sumber yang pertama sumber internal dan sumber eksternal. Sumber internal merupakan sumber yang di dapatkan dari profit perusahaan. Sumber eksternal yaitu yang di dapatkan dari si pemegang saham

Perusahaan memiliki beberapa jenis modal ekuitas, termasuk:

2. Saham biasa bukti penyertaan modal suatu perseroan yang biasanya sebagai bukti kepemilikan perseroan ( sudahan 2017). Saham biasa berbeda dengan saham preferen yang biasanya saham preferen menerima deviden. Biasanya jumlah deviden yang di terima tidak pasti dari saham biasa. dan perusahaan juga ti wajibkan membayar deviden walauoun perusahaan memperoleh laba setiap tahun
3. Saham preferen merupakan saham campuran obligasi dan saham biasa yang menghasilkan pendapatan stabil contoh bunga obligasi. Saham preferen mempunyai hak khusus tentang pembayaran deviden serta distribusi asset. Waralaba Cuma di terima oleh si pemegang saham (Sjahrial, 2017).

#### 4. Laba di tahan

Laba di tahan adalah laba perusahaan yang tidak di bagikan kepada si pemegang saham yaitu deviden. Dengan ini laba di tahan merupakan laba di tahan di kelompokkann sebagai modal ekuitas dari perusahaan. Dan jumlahnya meningkat ketika profit perusahaan meningkat.dan jika di bagikan jumlah laba di tahan berkurang yang di perlukan untuk kelangsungan perusahaan (Maghfira, 2018).

### 2.3 Penelitian Terdahulu

Berikut merupakan beberapa peneliti terdahulu yang berfungsi sebagai pembanding penelitian yang akan dilakukan.

**Tabel 2.1** Penelitian Terdahulu

No	Nama peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil penelitian
1	Nina Purnasari 2019	Pengaruh Ukuran Perusahaan,Gpm Resiko Bisnis Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur Di Bei	Struktur Modal (Y) GPM (X1) ResikoBisnis (X2)	Hasil penelitian dengan adanya ukuran perusahaan, GPM ,resiko bisnis berpengaruh signifikan terhadap struktur modal.

2	Aris Munandar Aliah pratiwi 2019	Pengaruh Resiko Bisnis Terhadap Struktur Modal Pada Perushaaan Pabrik Kertas Pada Pt Tjiwi Kimia	Struktur Modal (Y) Resiko Bisnis (X1)	Hasil penelitian Meenunjukkan bahwa adanya Hubungan positif antara resiko bisnis terhadap struktur modal
3	Della Khariyah 2019	Pengaruh Resiko Bisnis, Profitabilitas Dan Pertumbuhan Asset Terhadap Struktur Modal Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic	Struktur Modal(Y) Resiko Bisnis (X1) Profitabilitas (X2) Pertumbuhan asset (X3)	Dari hasil uji t menunjukkan Resiko bisnis berpengaruh negative terhadap struktur modal ,profitabilitas dan pertumbuhan asset berpengaruh positif terhadap struktur modal
4	Nursiam 2021	Analisis Ukuran Perusahaan, Likuiditas,Profitabilitas, Dan Resiko Bisnis Terhadap Struktur Modal	Struktur Modal (Y) Ukuran perusahaan (X1) Likuiditas (X2) Profitabilitas (X3) Resiko Bisnis (X4)	Variabel Likuiditas berpengaruh Terhadap struktur modal, Ukuran Perusahaan profitabilitas dan resiko bisnis tidak brpengaruh terhadap struktur modal
5	Fifi suwandri	Analisis resiko bisnis,Ukuran	Struktutr Modal (Y)	Pada penelitian ini ukuran

		perusahaan Terhadap struktur modal	Ukuran Perusahaan (X1) Resiko bisnis (X2)	perusahaan dan resiko bisnis berpengaruh positif terhadap struktur modal
6	I Gusti Agung meilyani 2019	Pengaruh Resiko Bisnis, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Property Dan Real State Yang Terdaftar Di BEI	Struktur Modal (Y) Resiko Bisnis (X1) Ukuran perusahaan (X2) Pertumbuhan penjualan (X3)	Dari hasil uji ini bahwa resiko bisnis dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap struktur modal, pertumbuhan penjualan berpengaruh negative terhadap struktur modal
7	MUHAMMAD JALIL	Pengaruh resiko Bisnis dan struktur aktiva terhadap struktur modal pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI	Struktur modal (Y) Resiko bisnis (X1) Struktur aktiva (X2)	Pada penelitian Ini Resiko bisnis dan struktur aktiva berpengaruh terhadap struktur modal

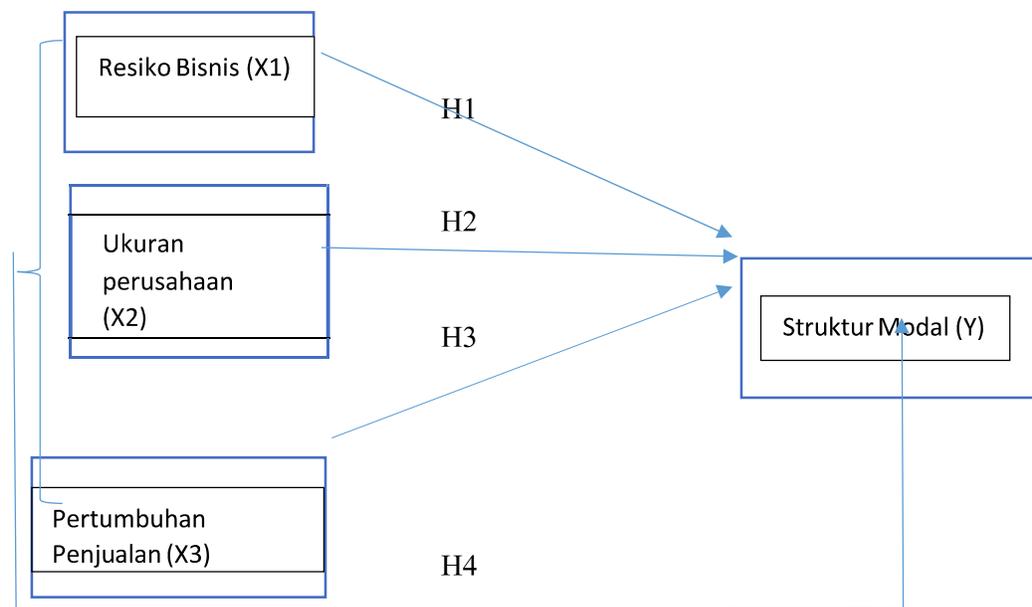
## 2.2 Kerangka Pemikiran

Struktur modal merupakan alat perbandingan antara modal sendiri dan hutang. Struktur modal sendiri mampu mendeteksi untuk pengambilan keputusan dalam perusahaan

Penelitian ini menggunakan beberapa metode yaitu

1. Dengan menggunakan DOL yaitu kemampuan perusahaan untuk melihat tingkat resiko yang mempengaruhi penjualan perusahaan
2. Ukuran perusahaan yaitu menggunakan logaritma total asset dimana seluruh asset bisa saja di gunakan untuk kegiatan operasinya.
3. Sales growth atau pertumbuhan penjualan yaitu kemampuan perusahaan untuk meningkatkan pendapatan dengan melihat penjualan tahun lalu di bandingkan dengan tahun sekarang yang berfluktuasi dari tahun ke tahun

Berdasarkan penjelasan diatas penulis akan meneliti mengenai resiko bisnis, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan terhadap struktur modal dengan kerangka berpikir sebagai berikut



## **2.4 Hipotesis Penelitian**

### **2.4.1 Pengaruh Resiko Bisnis terhadap Struktur Modal**

Dampak dari resiko bisnis terhadap struktur modal berdasarkan dalam packing order theory dimana perusahaan yang mempunyai tingkat resiko bisnis yang tinggi lebih cenderung menggunakan pembiayaan hutang jangka panjang yang tinggi juga. Dan begitu juga sebaliknya. Biasanya hutang jangka panjang di gunakan untuk menutupi kegiatan operasioanal perusahaan contohnya penjualan

**H1 : Resiko Bisnis Berpengaruh Signifikan terhadap struktur modal  
Perusahaan retail**

### **2.4.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal**

Di yakini bahwa ukuran perusahaan yang besar dapat memenuhi kewajiban hutangnya.biasanya ukuran perusahaan menggggunakan lebih banyak asset yang mengakibatkan lebih banyak juga hutang dan modal yang di gunakan dalam kegiatan operasional. Dan bisa juga ketika ukuran perusahaan menurun dan asset yang di gunakan menurun dalam penjualan maka otomatis laba yang di dapatkan meningkat.

**H2: Ukuran Perusahaan Berpengaruh Signifikan Terhadap Struktur Modal  
Perusahaan Retail .**

### **2.4.3 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal**

Pertumbuhan penjualan menunjukkan perkembangan penjualan yang di dapatkan tahun ini dengan tahun sebelumnya. Dan semakin tinggi peningkatan penjualan maka dapat mengurangi terjadinya resiko kondisi modal.

Nilai persentasi pertumbuhan penjualan menunjukan perkembangan pendapatan yang dihasilkan perusahaan dengan membandingkan pendapatan

tahun berjalan dengan pendapatan sebelumnya. Semakin tinggi persentasi nilai sales growth dapat mengurangi risiko kondisi modal dan sebaliknya jika persentase sales growth menurun maka pendapatan yang peroleh perusahaan mengalami penurunan dan dapat mengakibatkan kesulitan modal . namun ada beberapa hal yang harus di perhatikan jika peningkatan sales tetapi biaya dan beban yang di dikeluarkan tinggi maka akan mengurangi laba dari perusahaan

**H3: Pertumbuhan penjualan Berpengaruh Signifikan Terhadap Struktur Modal Perusahaan Retail .**

**2.4.4. Pengaruh Resiko Bisnis, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal**

Ketiga faktor tersebut, yaitu risiko bisnis, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan perusahaan. Pilihan dari ketiga faktor tersebut adalah Ketiga faktor tersebut merupakan faktor internal perusahaan, jadi dimana kondisinya Struktur internal suatu perusahaan juga sangat menentukan komposisi struktur modal perusahaan.

Yaitu risiko bisnis yang bisa menunjukan dengan DOL dimana ini bisa melihat tingkat perubahan penjualan dalam mempengaruhi pendapatan operasionalnya dan jika pendapatan operasi meningkat maka laba yang di dapatkan juga meningkat

Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap struktur modal. Bisa dilihat dengan aktivitas perusahaan di mana dalam mengelola struktur modal di mana jika perusahaan besar pastinya mendapatkan laba yang tinggi juga.

Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap struktur modal jika pertumbuhan penjualan meningkat di tahun ini dari pada tahun sebelumnya maka

perusahaan mampu melunasi hutangnya dan akan memperoleh laba yang lebih besar

**H4 : Resiko Bisnis, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Berpengaruh Signifikan Terhadap Struktur Modal Perusahaan Retail .**