

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Penjualan (*Sales*)

Penjualan adalah jumlah yang dibebankan atau pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual perusahaan dengan harapan akan memperoleh laba. Semakin tinggi penjualan maka akan semakin tinggi laba yang akan diperoleh, sebaliknya jika penjualan mengalami penurunan maka laba yang akan diperoleh juga ikut menurun.

Menurut Moekijat (2000) menyatakan bahwa melakukan penjualan adalah suatu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak. Kotler (2000) mengemukakan bahwa penjualan adalah proses sosial manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Penjualan merupakan total jumlah yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dagangan yang dijual perusahaan, baik meliputi penjualan tunai maupun penjualan secara kredit (Herry, 2017). Menurut Kesuma (2009) perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi akan membutuhkan banyak investasi pada berbagai elemen aset, baik aset tetap maupun aset lancar. Pihak manajemen perlu mempertimbangkan sumber pendanaan yang tepat bagi pembelanjaan aset tersebut.

Dari penjelasan mengenai penjualan, penjualan selalu dihubungkan dengan istilah jumlah atau volume penjualan. Jumlah penjualan merupakan

salah satu bentuk baku dari kinerja perusahaan. Berhasil tidaknya suatu perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya, tujuan utama dari perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan. Salah satunya ialah dengan meningkatkan jumlah penjualan yang dihasilkan oleh perusahaan.

Jumlah penjualan menurut pendapat yang dikemukakan oleh John Downes dan Jordan Elliot Goodman yang dikutip oleh Susanto (2000), yaitu volume atau jumlah penjualan adalah total penjualan yang didapat dari komoditas yang diperdagangkan dalam suatu masa tertentu.

Menurut Winardi (2001), jumlah penjualan adalah hasil penjualan yang dinyatakan dalam bentuk kualitatif, fisik atau volume. Sedangkan menurut Swastha (2003) menyatakan bahwa jumlah penjualan merupakan penjualan bersih dari laporan laba perusahaan. Penjualan bersih diperoleh melalui hasil penjualan seluruh produk (produk lini) selama jangka waktu tertentu, dan hasil penjualan yang diperoleh dari *market share* (pangsa pasar) yang merupakan penjualan potensial, yang dapat terdiri dari kelompok teritorial dan kelompok pembeli saham jangka waktu tertentu.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah penjualan merupakan hasil dari kegiatan penjualan yang dilakukan pihak produsen dalam hal ini adalah perusahaan ketangan konsumen dalam usahanya mencapai sasaran yaitu memaksimalkan laba untuk periode yang ditentukan.

Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, apabila usaha tersebut tidak mampu menjual maka perusahaan tersebut akan mengalami kerugian.

Menurut Basu Swastha (2001) tujuan umum penjualan yaitu:

a. Mencapai volume penjualan

Volume penjualan menurut Kotler (2008) menyebutkan bahwa menunjukkan jumlah barang yang dijual dalam jangka waktu tertentu.

b. Mendapatkan laba tertentu

Menurut pendapat yang dikemukakan oleh J Wild, KR Subramanyan (2005) bahwa laba merupakan selisih pendapatan dan keuntungan setelah dikurangi beban kerugian. Laba merupakan salah satu pengukuran aktivitas operasi dan dihitung berdasarkan atas dasar akuntansi akrual. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba akan dapat menarik para investor untuk menanamkan dananya guna memperluas usahanya, sebaliknya tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan para investor menarik dananya.

c. Menunjang pertumbuhan usaha.

Kallapur dan Trombley (2001) menjelaskan bahwa pertumbuhan perusahaan merupakan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan ukuran perusahaan melalui peningkatan aktiva. Kemampuan perusahaan untuk menjual produknya akan meningkatkan jumlah penjualan bagi perusahaan untuk menunjang pertumbuhan perusahaan dan perusahaan akan tetap bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat antar perusahaan.

Adapun jenis-jenis penjualan menurut Swastha (2009) adalah sebagai berikut:

a. Trade Selling

Trade selling dapat terjadi bilamana produsen dan pedagang besar mempersilahkan pengecer untuk berusaha memperbaiki distributor produk-produk mereka. Hal ini melibatkan para penyalur dengan kegiatan promosi, peragaan, persediaan dan produk baru.

b. Missionary Selling

Merupakan penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang-barang dari penyalur perusahaan.

c. Technical Selling

Yaitu tehnik berusaha untuk meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasehat kepada pembeli akhir dari penyalur perusahaan.

d. New Businies Selling

Merupakan usaha membuka transaksi baru dengan merubah calon pembeli menjadi pembeli

e. Responsive Selling

Ialah setiap tenaga penjualan diharapkan dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli.

2. Utang (*debt*)

Utang sering disebut juga sebagai kewajiban, dalam pengertian sederhana dapat diartikan sebagai kewajiban keuangan yang harus dibayar oleh perusahaan kepada pihak lain. Utang digunakan perusahaan untuk membiayai berbagai macam kebutuhan yang diperlukan oleh perusahaan, misalnya untuk membeli aktiva, bahan baku, dan lain-lain. Barang dan jasa yang diperoleh perusahaan merupakan transaksi yang dapat menimbulkan kewajiban untuk membayar kepada pihak lain, untuk menentukan suatu transaksi sebagai utang atau bukan sangat tergantung pada kemampuan untuk menafsirkan transaksi atau kejadian yang menimbulkannya, seperti yang dikemukakan oleh FASB berikut ini dalam *Statement of Financial Accounting Concept* No.6 yang terdapat pada buku Chariri dan Gozali (2005), yaitu utang adalah pengorbanan manfaat ekonomi yang mungkin terjadi di masa yang mendatang yang mungkin timbul dari kewajiban sekarang dari suatu entitas untuk menyerahkan aktiva atau memberikan ke entitas lain di masa mendatang sebagai akibat transaksi di masa lalu.

Menurut Prihadi (2012) definisi utang adalah liabilitas utang yang merupakan kewajiban perusahaan terhadap pihak lain. Menurut SAK

Kerangka Dasar Penyusunan Dan Penyajian Laporan Keuangan (2014, No. 49, b) Liabilitas merupakan utang perusahaan masa kini yang timbul dari peristiwa masa lalu, penyelesaiannya diharapkan mengakibatkan arus keluar dari sumber daya perusahaan yang mengandung manfaat ekonomi. Sedangkan menurut Jumingan (2017) utang merupakan kewajiban perusahaan kepada pihak lain untuk membayar sejumlah uang atau menyerahkan barang atau jasa pada tanggal tertentu.

Utang merupakan salah satu sumber pendanaan eksternal yang digunakan oleh perusahaan untuk mendanai kegiatan perusahaan. Menurut Munawir (2004) utang adalah semua kewajiban keuangan perusahaan kepada pihak lain yang belum terpenuhi, dimana utang ini merupakan sumber dana atau modal perusahaan yang berasal dari kreditor. Utang merupakan pengorbanan manfaat ekonomi masa datang yang mungkin timbul karena kewajiban sekarang. Dalam pengambilan keputusan penggunaan utang perlu dipertimbangkan biaya tetap yang timbul akibat dari utang tersebut, yaitu berupa bunga utang yang menyebabkan semakin meningkatnya *lverage* keuangan.

Sedangkan dalam hal ini Horngren (2006) menyatakan bahwa utang merupakan suatu kewajiban untuk memindahkan harta atau memberikan jasa di masa yang akan datang.

Utang dapat dibedakan menjadi dua golongan (Sudana, 2011), yaitu:

a. Utang Jangka Pendek (*short-term debt*)

Utang jangka pendek merupakan kewajiban yang diperkirakan untuk memenuhi pembayaran tunai dalam jangka waktu satu tahun atau dalam siklus operasi yang mungkin lebih singkat (Sjahrial, 2007).

Utang jangka pendek meliputi:

- 1) Utang dagang adalah utang yang timbul karena adanya pembelian barang dagangan.
- 2) Utang wesel adalah janji tertulis untuk membayar sejumlah uang tertentu pada suatu tanggal tertentu dimasa depan dan dapat berasal dari pembelian, pembiayaan, atau transaksi lainnya.
- 3) Biaya yang masih harus dibayar adalah biaya-biaya yang sudah terjadi tetapi belum dilakukan pembayaran.
- 4) Utang jangka panjang yang segera jatuh tempo adalah sebagian atau seluruh utang jangka panjang yang sudah menjadi utang jangka pendek, karena harus segera dilakukan pembayaran.
- 5) Penghasilan yang diterima dimuka (*deferred revenue*) adalah penerimaan uang untuk penjualan barang dan jasa yang belum terealisasi.

b. Utang Jangka Panjang (*longterm debt*)

Utang jangka panjang merupakan utang yang jangka waktu pembayarannya lebih dari satu tahun sejak tanggal neraca dan sumber-sumber untuk melunasi utang jangka panjang adalah sumber bukan dari kelompok aktiva lancar.

Utang jangka panjang terdiri dari (Sudana, 2011):

- 1) Utang obligasi merupakan suatu proses (surat janji) untuk membayar sejumlah uang pada saat jatuh tempo, yang sifatnya jangka panjang.
- 2) Hipotik merupakan utang jangka panjang yang pembayarannya dijamin dengan harta tidak bergerak, seperti tanah, gedung dan sebagainya.

Menurut Sartono (2000) utang adalah semua kewajiban perusahaan kepada pihak lain yang belum terpenuhi, dimana utang ini merupakan sumber dana atau modal perusahaan yang berasal dari kreditor.

Keputusan pembiayaan atau pendanaan perusahaan akan dapat mempengaruhi struktur modal perusahaan. Sumber pendanaan dapat diperoleh dari modal internal dan modal eksternal. Modal internal berasal dari laba ditahan, sedangkan modal eksternal adalah dana yang berasal dari para kreditor dan pemilik, peserta atau pengambil bagian didalam perusahaan. Modal yang berasal dari kreditor adalah merupakan utang perusahaan. Modal ini sering disebut dengan pembelanjaan asing/utang (Pithaloka, 2009).

Keputusan pembiayaan melalui utang mempunyai batasan sampai seberapa besar dana dapat digali. Biasanya ada standar rasio tertentu untuk menentukan rasio utang tertentu yang tidak boleh dilampui. Dari sudut pasar pemegang utang jangka panjang, risiko utang lebih kecil dibanding saham biasa atau saham preferen. Meskipun begitu, utang dianggap memiliki keunggulan terbatas dipandang dari segi laba, dan dianggap lemah dipandang dari segi pengendalian.

Berikut ini adalah teori-teori yang berkaitan dengan struktur modal perusahaan, yaitu (Sudana, 2015) :

1) *Trade Off Theory*

Teori trade off ini menjelaskan tentang keseimbangan antara penggunaan utang dengan keseimbangan antara penghematan pajak dan biaya kebangkrutan atas penggunaan utang. Ketika perusahaan menggunakan utang dalam jumlah banyak pada awalnya akan meningkatkan nilai perusahaan, hal ini terjadi karena pengaruh penghematan pajak yang berdampak pada nilai perusahaan lebih besar dari pada pengaruh biaya kebangkrutannya. Namun seiring dengan

penggunaan utang yang terlalu besar dan sudah melampaui batas atau titik tertentu maka utang akan menurunkan nilai perusahaan. Hal ini terjadi karena pengaruh penghematan pajak yang meningkatkan nilai perusahaan lebih kecil dibandingkan dengan biaya kebangkrutan sehingga justru akan menurunkan nilai perusahaan.

2) *Signaling Theory*

Teori sinyal ini mengemukakan tentang bagaimana perusahaan dalam memberikan sinyal kepada pihak-pihak pengguna laporan keuangan, karena pada teori ini menunjukkan adanya asimetri informasi antara manajemen perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan laporan keuangan tersebut. Berdasarkan teori sinyal perusahaan yang mampu menghasilkan laba akan menggunakan utang lebih banyak. Suatu perusahaan yang memprediksi labanya rendah cenderung akan menggunakan tingkat utang yang rendah, mengapa hal ini terjadi karena jika perusahaan menggunakan utang yang tinggi perusahaan akan menghadapi kesulitan keuangan. Sebaliknya perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi akan menggunakan lebih banyak utang, karena perusahaan dapat menggunakan bunga untuk mengurangi pajak atas laba perusahaan yang besar. Semakin aman perusahaan dari segi pembiayaan, tambahan utang hanya akan meningkatkan sedikit resiko kebangkrutan. Dengan kata lain perusahaan yang rasional akan menambah utang jika tambahan utang dapat meningkatkan laba.

3) *Pecking Order Theory*

Myers (1984) menyatakan bahwa terdapat hirarki pilihan penggunaan dana oleh perusahaan. Perusahaan dalam menggunakan dana lebih mengutamakan modal yang berasal dari internal perusahaan dengan menggunakan laba ditahan, kemudian ketika perusahaan

membutuhkan pendanaan dari eksternal perusahaan maka perusahaan akan memilih utang, kemudian menerbitkan saham baru. Utang dipilih terlebih dahulu dari penerbitan saham baru karena biaya modalnya lebih murah utang dibandingkan dengan penerbitan saham baru, ketika perusahaan menggunakan dana eksternal maka perusahaan harus mengungkapkan sejumlah informasi dalam prospectus perusahaan. Pada teori ini perusahaan akan mengutamakan pendanaan dari internal perusahaan karena biaya modalnya lebih murah dan perusahaan tidak perlu mengungkapkan sejumlah informasi perusahaan.

4) *Agency Theory*

Pada teori ini menyatakan bahwa manajer memiliki tujuan pribadi yang bertentangan dengan tujuan untuk memaksimalkan kekayaan pemegang saham perusahaan, sehingga hal ini bisa menimbulkan konflik antara manajer dengan pemegang saham perusahaan. Selain itu konflik juga dapat muncul antara manajer dengan kreditur. Konflik antara manajer dengan pemegang saham yaitu berkaitan dengan perbedaan tujuan dalam kepentingan perusahaan, pemegang saham menginginkan kesejahteraan bagi mereka sedangkan para manajer tidak selalu bertindak untuk kepentingan pemegang saham, namun untuk kepentingan dirinya sendiri, sehingga hal ini menyebabkan para pemegang saham menanggung biaya untuk memantau kegiatan pihak manajemen agar bertindak sesuai dengan tujuan perusahaan. Konflik antara manajemen dengan kreditur berkaitan dengan bunga yang harus dibayarkan perusahaan kepada pihak kreditur. Kreditur akan memperoleh sejumlah dana tetap dari perusahaan, namun kesejahteraan pemegang saham berasal dari laba perusahaan. Pihak kreditur hanya memikirkan kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban yang harus dibayarkan kepada pihak kreditur, sedangkan

pemegang saham menginginkan manajemen perusahaan untuk memperhatikan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Hanya saja ketika perusahaan menginginkan perolehan laba yang besar maka perusahaan harus melakukan investasi pada proyek-proyek yang beresiko. Apabila proyek berhasil kreditur tidak akan menikmati hasil dari investasi tersebut, namun jika proyek gagal kreditur akan menanggung akibatnya, sehingga hal inilah yang membuat kreditur untuk memastikan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya, salah satu caranya yaitu melalui pembatasan penggunaan utang

Kohler (1970) menyatakan bahwa utang adalah suatu jumlah yang harus dibayar dalam bentuk uang, barang atau jasa khususnya utang yang memiliki kriteria sebagai berikut:

- a) Terjadi atau telah terjadi
- b) Terjadi pada suatu saat tertentu di masa mendatang
- c) Terjadi karena tidak dilaksanakannya suatu tindakan di masa yang akan datang.

Secara umum interpretasi terhadap terjadinya utang cenderung pada konsep ekonomi untuk memenuhi kebutuhan. Namun menurut Kohler (1970), utang dapat terjadi karena beberapa faktor antara lain:

1) Kewajiban legal/kontrak (contractual liabilities)

Kewajiban legal adalah utang yang timbul karena adanya ketentuan formal berupa peraturan hukum untuk membayar kas atau menyerahkan barang (jasa) kepada entitas tertentu.

2) Kewajiban konstruktif (constructive liabilities)

Kewajiban konstruktif timbul karena kewajiban tersebut sengaja diciptakan untuk tujuan atau kondisi tertentu, meskipun secara

formal tidak dilakukan melalui perjanjian tertulis untuk membayar sejumlah tertentu di masa yang akan datang.

3) Kewajiban equitable

Merupakan kewajiban utang yang timbul karena adanya kebijakan yang diambil oleh perusahaan karena alasan moral atau etika dan perlakuannya diterima oleh praktik secara umum.

Dengan demikian utang merupakan kewajiban yang timbul karena adanya janji atau kesepakatan untuk membayar dikemudian hari. Timbulnya utang atau kewajiban dipengaruhi oleh factor-faktor terjadinya utang, seperti yang telah disebutkan di atas, yaitu karena adanya kontrak, tujuan, dan kebijakan tertentu.

B. Penelitian Terdahulu

1. Hasil penelitian Firmansyah, (2016) pada *Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol. 5, No.1* dengan judul penelitian “*Analisis Utang, Aktiva, Likuiditas Yang Mempengaruhi Return On Asset Pada Sektor Hotel Restoran Dan Pariwisata Di Bursa Efek Indonesia*”, menunjukkan hasil serempak bahwa utang, aktiva dan likuiditas berpengaruh terhadap *return on asset* pada sektor hotel, restoran, dan pariwisata di Bursa Efek Indonesia.
2. Ani Zaharan dan Rachma Zannati (2018) pada *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi Uniat*, dengan judul “*Pengaruh Total Utang, Modal Kerja, Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Sub Sektor Batu Bara Terdaftar Di BEI Periode 2013-2017*” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Total utang, modal kerja, dan penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih, (2) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa total utang dan penjualan tidak berpengaruh

signifikan terhadap laba bersih, sedangkan modal kerja berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. Hasil penelitian Jocelyn Govia, Venita Ozty Susan Dayani, Mohd. Nawi Purba, Enggolit Ramayanti, Michael Tanoto, Sauh Hwee Teng, dan Cynthia, (2019) pada *Riset dan Jurnal Akuntansi*, dengan judul penelitian “*Pengaruh Laba Per Saham, Rasio Utang Dan Pengembalian Atas Aset (ROA) Terhadap Harga Saham*”, menunjukkan beberapa hasil penelitian yaitu:
 - a) Laba persaham secara parsial berpengaruh signifikan terhadap harga saham.
 - b) Rasio utang secara parsial tidak berpengaruh dan signifikan terhadap harga saham.
 - c) Pengembalian atas asset (ROA) secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap harga saham pada perusahaan.

4. Hasil penelitian Sari Maulida Vonna, Islahuddin, dan Said Musnadi, (2016) pada *Jurnal Magister Keuangan* dengan judul penelitian “*Pengaruh Profitabilitas, Aset Tetap, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Financial Leverage Serta Dampaknya Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*”, menunjukkan beberapa hasil penelitian yaitu:
 - a) Profitabilitas dan aset tetap berpengaruh positif terhadap harga saham.
 - b) Pertumbuhan penjualan berpengaruh negative terhadap harga saham.
 - c) Profitabilitas berpengaruh negative terhadap leverage.
 - d) Aset tetap dan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap *financial leverage*.

5. Hasil penelitian Glencha Desgrio Christosa Binilang, Ventje Ilat, Lidia M. Mawikere, (2017) pada *Jurnal EMBA Vol.5, No. 2* dengan judul penelitian “*Pengaruh Laba Bersih, Perubahan Piutang Usaha, Perubahan Utang Usaha Dan Perubahan Persediaan Terhadap Arus Kas Operasi Di Masa Depan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*”, menunjukkan beberapa hasil penelitian yaitu:
 - a) Laba bersih berpengaruh terhadap arus kas operasi di masa depan pada perusahaan Indeks LQ45.
 - b) Perubahan piutang usaha tidak berpengaruh terhadap arus kas operasi di masa depan pada perusahaan Indeks LQ45.
 - c) Perubahan utang usaha tidak berpengaruh terhadap arus kas operasi di masa depan pada perusahaan Indeks LQ45.
 - d) Perubahan persediaan tidak berpengaruh terhadap arus kas operasi di masa depan pada perusahaan Indeks LQ45.

6. Hasil penelitian Ermad M.J & Zulkifli Umar (2018), pada *Jurnal Kebangsaan, Vol.7, No.14* dengan judul “*Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal Perusahaan Sektor Industri Pasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*”, menunjukkan beberapa poin hasil penelitian yaitu:
 - a) Pertumbuhan penjualan dan profitabilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap struktur modal perusahaan.
 - b) Pertumbuhan penjualan secara individu berpengaruh terhadap struktur modal perusahaan.
 - c) Profitabilitas secara individu berpengaruh terhadap struktur modal perusahaan..

7. Seligova, Marketa (2018) pada *Business and Economics Journal*, dengan judul “*The Impact Of Structure Of Debt Funding Sources On Liquidity Of*

Medium-Sized Companies In The Czech Republic” (studi perusahaan menengah di Republik Ceko), dengan hasil penelitian bahwa ada dampak negative dari pinjaman jangka panjang pada likuiditas perusahaan menengah di Republik Ceko. Hasil dari penelitian ini juga berdampak positif untuk pinjaman atau utang jangka pendek pada perusahaan menengah yang terdapat di Republik Ceko.

8. Bonsall, S.B., & Miller, B.P (2017) pada *Revisi Account Study Journal*, dengan judul “*The Impact Of Narrative Disclosure Readability On Bond Ratings And The Cost Of Debt*” (studi keuangan pada pasar obligasi), dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara signifikan jumlah penjualan tidak hanya mempengaruhi pasar obligasi pemegang saham tetapi juga berpengaruh positif terhadap biaya utang.
9. Godlewski, C.J (2019) pada *Journal of Financial Service Research*, dengan judul “*Debt Renegotiation And The Design Of Financial Contracts*” (studi yang meneliti desain kontrak keuangan setelah negoisasi ulang), dengan hasil penelitian bahwa desain kontrak keuangan dinegoisasi ulang tidak signifikan, meskipun yang paling banyak digunakan adalah untuk peminjaman sejumlah utang jangka panjang. Secara keseluruhan, fitur kontrak, organisasi, dan hukum memiliki pengaruh signifikan pada desain kontrak keuangan setelah negoisasi ulang.
10. Fee, C. E., Pierce, J.R, Seo, H., & Yan, S (2013) pada *Journal of Financial Services Research*, dengan judul “*Bank Debt, Flexibility, And The Use Of Proceeds From Assets Sales*” (studi yang meneliti pengambilan utang pada Bank vs utang publik), dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa utang bank memberikan peningkatan fleksibilitas bila dibandingkan dengan

utang publik. Lebih lanjut peneliti menemukan bahwa jangka waktu pengumuman penjualan aset return saham yang abnormal dapat meningkatkan perusahaan dari yang menggunakan utang bank, tetapi tidak dengan utang publik. Dari hasil penelitian ini, peneliti tidak menemukan efek yang berbeda secara signifikan dari utang bank vs utang publik.

11. Ernayani, Anam (2015) pada *Accounting Analysis Journal*, dengan judul “*The Effect Of Assets Structure, Company Size And Company Growth On Debt Policy*” (study pada Perusahaan Farmasi periode 2010-2014), dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa struktur aset mempengaruhi kebijakan utang, perusahaan ukuran dan pertumbuhan perusahaan tidak mempengaruhi kebijakan utang secara simultan variabel struktur aset, ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan mempengaruhi kebijakan utang.

C. Keterkaitan Variabel

Hubungan Jumlah Penjualan Terhadap Utang Perusahaan

Pada umumnya para pengusaha mempunyai tujuan mendapatkan laba tertentu (mungkin maksimal), dan mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkannya untuk jangka waktu lama. Tujuan tersebut dapat terealisasi apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti yang direncanakan. Dengan demikian tidak berarti bahwa barang atau jasa yang terjual selalu akan menghasilkan laba.

Menurut Sari (2015), pertumbuhan penjualan yaitu ukuran peningkatan atau penurunan penjualan dari tahun ke tahun yang dilakukan oleh perusahaan. Tingkat pertumbuhan penjualan yang semakin cepat mengidentifikasi bahwa perusahaan sedang mengadakan ekspansi, hal ini menyebabkan timbulnya kebutuhan dana yang besar, untuk itu perusahaan menggunakan berbagai cara untuk memenuhi kebutuhan dana tersebut termasuk dengan menggunakan utang

(Yaniatie dan Destriana, 2010). Dengan demikian, ketika suatu perusahaan memiliki tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi dan semakin meningkat maka mengisyaratkan adanya kebutuhan pendanaan yang lebih besar pula. Apabila kas internal tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan dana tersebut, mendorong perusahaan untuk menggunakan utang untuk memenuhi pendanaan tersebut, karena utang adalah alternatif pembiayaan yang murah, sehingga terdapat keterkaitan yang sangat erat antara pertumbuhan penjualan dengan utang perusahaan.

Pertumbuhan penjualan adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu (Kesuma, 2009). Pertumbuhan penjualan menunjukkan aliran kas perusahaan stabil, sehingga berpotensi meningkatkan struktur modal berupa utang. Perusahaan berani menambah utang untuk memenuhi struktur modalnya untuk memperbesar hasil produksi perusahaan (Sartono, 2001). Nanok (2008) menemukan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap struktur modal. Hal ini karena perusahaan melakukan penambahan modal dengan tujuan jangka panjang atau restrukturisasi utangnya yang besar. Dengan demikian pertumbuhan penjualan jangka pendek tidak berhubungan langsung dengan struktur modal perusahaan.

Supriyanto (2008), dan Elim (2010) menemukan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap struktur modal perusahaan. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan memerlukan tambahan aktiva tetap untuk meningkatkan hasil produksinya. Hal ini menyebabkan perusahaan mencari dana tambahan dari luar berupa utang.

Pertumbuhan penjualan juga merupakan salah satu bukti bahwa suatu perusahaan benar-benar bertumbuh. Pertumbuhan penjualan digunakan oleh banyak pihak baik pemilik perusahaan, investor, kreditor, maupun pihak lain untuk melihat prospek suatu perusahaan. Dengan melihat data penjualan dimasa lalu, perusahaan dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada untuk

mengembangkan nilai perusahaan yang ada. Para investor pun bisa menggunakan data pertumbuhan penjualan untuk memproyeksikan keuntungan yang akan didapat perusahaan tersebut dimasa depan.

Untuk kelancaran kegiatan operasi perusahaan sehari-hari atau memperluas kegiatan usaha, perusahaan dapat memilih utang sebagai salah satu sumber dana yang berasal dari eksternal perusahaan. Utang merupakan kewajiban perusahaan kepada pihak lain yang harus dilunasi berdasarkan waktu pelunasannya dengan harapan penambahan utang jangka pendek (*liabilities*) maupun utang jangka panjang (*long term debt/liabilities*) yang nantinya akan menghasilkan profit yang lebih besar pada periode selanjutnya. Utang merupakan salah satu sumber dana yang dapat digunakan sebagai model kerja perusahaan.

Besarnya tingkat utang akan menyebabkan perusahaan meningkatkan persistensi laba dengan tujuan untuk mempertahankan kinerja perusahaan. Kinerja yang baik diharapkan kreditor tetap memiliki kepercayaan terhadap perusahaan, tetap mengucurkan dana, dan perusahaan akan memperoleh kemudahan dalam proses pembayaran (Sulastri, 2014). Perusahaan lebih memilih menggunakan utang sebagai sumber dana karena utang dapat digunakan untuk mengurangi pajak penghasilan, sehingga pajak penghasilan yang harus dibayar oleh perusahaan lebih kecil (Anna, 2012). Penghematan pajak dapat menjadikan laba yang diperoleh perusahaan pun cukup besar. Memerlukan waktu yang cukup lama bagi perusahaan untuk memperoleh laba dengan utang, juga dapat membiayai segala kebutuhan usaha yang membutuhkan dana yang cukup banyak.

Perusahaan dengan jumlah penjualan yang relatif stabil dapat lebih aman untuk memperoleh lebih banyak pinjaman, dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang tingkat penjualannya tidak stabil. Dengan demikian, semakin tinggi jumlah atau pertumbuhan penjualan

perusahaan akan lebih aman dalam menggunakan utang sebagai modal perusahaan.

D. Kerangka Pikir

Berdasarkan pemaparan di atas, maka terdapat kerangka pemikiran teoritis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1.

E. Hipotesis

Dari kerangka pemikiran teoritis di atas, maka dapat diambil hipotesis operasional, sebagai berikut:

H1: Jumlah penjualan berpengaruh signifikan positif terhadap utang perusahaan.