



Pengaruh *Tangibility*, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Keuangan pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk

Ulfa Nafisah

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima

Email: Ulfanafisah.stiebima19@gmail.com

Ita Purnama

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima

Email; Ita123purnama@gmail.com

Abstrak ; Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara *Tangibility*, *Pertumbuhan Penjualan*, dan *Ukuran Perusahaan* terhadap *Struktur Keuangan* pada *PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk*. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Penelitian ini menggunakan instrumen daftar tabel yang diperoleh dari laporan keuangan berupa aktiva, hutang dan penjualan. Populasi penelitian ini adalah laporan keuangan *PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk.*, yaitu selama 27 tahun mulai terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 1994-2021. Sedangkan sampel dalam penelitian ini yaitu laporan keuangan *PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk* selama 12 tahun mulai dari tahun 2010-2021. Teknik pemilihan sampel menggunakan purposive sampling yaitu pemilihan sampel dengan kriteria tertentu. Kriterianya berupa data yang lengkap berkenaan dengan variabel penelitian dan ketersediaan data laporan keuangan *PT Indofood Sukses Makmur Tbk*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diketahui nilai sig untuk *tangibility* sebesar $0,504 > 0,05$ dengan nilai thitung $3,054 > t_{tabel} 2,306$ yang artinya *tangibility* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap struktur keuangan. *Pertumbuhan penjualan* memiliki nilai sig sebesar $0,005 > 0,05$ dengan nilai thitung $0,635 > t_{tabel} 2,306$ yang artinya *pertumbuhan penjualan* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap struktur keuangan. *Ukuran perusahaan* memiliki nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai thitung $0,137 < t_{tabel} 2,304$ yang artinya *ukuran perusahaan* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap struktur keuangan.

Kata kunci : *Tangibility*, *pertumbuhan penjualan*, *ukuran perusahaan* dan *struktur keuangan*

PENDAHULUAN

Dunia usaha sekarang ini terus berkembang seiring dengan meningkatnya perekonomian baik tingkat lokal maupun global. Diera globalisasi ini persaingan semakin ketat, perusahaan dituntut untuk meningkatkan daya saing baik produk, teknologi, sumberdaya manusia dan promosi, manajemen sebagai penanggungjawab mengelola suatu entitas bisnis harus dapat mengambil keputusan yang tepat, cepat baik itu keputusan yang bersifat financial maupun yang non financial. Lim, T.C (2012).

Struktur Keuangan adalah cara bagaimana perusahaan membiayai aktivitya (Weston dan Copeland 2013). Struktur dapat dilihat pada seluruh sisi kanan neraca. Di dalam struktur keuangan terdapat konsep penting yaitu faktor *leverage* yang merupakan rasio antara nilai buku seluruh utang terhadap total aktiva. *Leverage factor* 30% berarti bahwa perusahaan menggunakan modal pinjaman sebesar 30% dari total aset perusahaan. Salah satu aspek yang harus dipertimbangkan

adalah semakin besar leverage factor berarti semakin kecil bagian laba dari pemegang saham biasa (Gitosudarmo 2012). Penggunaan utang yang semakin besar di dalam struktur keuangan, selain akan menurunkan bagian laba dari pemegang saham biasa, juga akan dapat berakibat fatal bagi perusahaan yaitu timbulnya *financial distress*. Menurut (Kusuma dan Roekhudin 2011) *financial distress* merupakan suatu kondisi yang menggambarkan perusahaan mengalami kesulitan keuangan dan terancam pada kebangkrutan.

Tangibility merupakan salah satu variabel penting dalam menentukan keputusan pendanaan, karena aktiva tetap yang dimiliki oleh suatu perusahaan dapat dijadikan collateral bagi pihak kreditur dalam melakukan pinjaman (Joni dan Lina, 2010). Perusahaan yang tidak mempunyai aktiva yang dapat digunakan sebagai collateral oleh perusahaan dalam melakukan pinjaman, maka perusahaan tersebut akan cenderung menggunakan hutang dalam jumlah besar (Brigham, 2013).

Pertumbuhan penjualan merupakan kemampuan yang dimiliki perusahaan dalam mendapatkan profit yang telah ditentukan oleh suatu target (Pradana et al, 2013). Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan penjualan yang besar akan membutuhkan penambahan aset untuk mendukung pertumbuhan penjualan sehingga perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang besar menggunakan hutang yang lebih banyak. Pertumbuhan penjualan dapat mencerminkan keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan penjualan masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan dapat dilihat dari perubahan penjualan tahun sebelum dan tahun periode selanjutnya. Suatu perusahaan dapat dikatakan pertumbuhan ke arah yang lebih baik jika terdapat peningkatan yang konsisten dalam aktivitas utama operasinya.

Ukuran perusahaan dapat dilihat dari kemampuan finansial suatu perusahaan. Perusahaan yang memiliki aktiva dengan jumlah yang besar dapat disebut dengan perusahaan besar. Perusahaan yang besar dapat memiliki akses yang nyaman ke pasar modal dan dapat mengambil pinjaman dengan rasio bunga yang sesuai (Salehi and Maresh, 2012).

PT Indofood Sukses Makmur Tbk merupakan perusahaan yang berbasis di Indonesia yang utamanya bergerak dalam industri pengolahan makanan. Perusahaan ini mengklasifikasikan bisnisnya menjadi empat segmen yaitu produk konsumen bermerek, bogasari, distribusi serta budi daya dan pengolahan sayuran. PT Indofood Sukses Makmur Tbk telah bertransformasi menjadi sebuah perusahaan total *Food Solutions* dengan kegiatan operasional yang mencakup seluruh tahapan proses produksi makanan, mulai dari produksi dan pengolahan bahan baku hingga menjadi produk akhir yang tersedia di rak para pedagang eceran. Kini, Indofood dikenal sebagai perusahaan yang mapan dan terkemuka di setiap kategori bisnisnya.

Dalam kategori bisnisnya ini yaitu Devisi Dairy dalam produk susu bubuk, susu es krim, susu *ultra-high temperature* (UHT), susu UHT-cereal dan Mentega. Selanjutnya Devisi makanan ringan, penyedap makanan, nutrisi dan makanan khusus, minuman, serta kemasan. Untuk kategori produk konsumen bermerek, PT Indofood Sukses Makmur Tbk devisi Noodle merupakan devisi terbesar di Indofood dan pabriknya tersebar di 17 kota di Indonesia yaitu Jakarta, Tangerang, Cibitung, Bandung dll. Selain di dalam negeri Devisi Noodle juga memiliki pabrik di Filipina, Cina, Arab Saudi, Suriah dan Malaysia. Produknya ini adalah mi instan dengan merek Indomie, Supermi, Sarimi dan Sakura dalam berbagai rasa.

Berikut adalah tabel data Data Total Aktiva, Hutang dan Penjualan PT Indofood Sukses Makmur Tbk tahun 2011-2021.

Tabel 1. Data Aktiva, Hutang, dan Aktiva Tetap PT Indofood Sukses Makmur Tbk Tahun 2010-2021

(Data disajikan dalam Jutaan Rupiah)

TAHUN	AKTIVA	HUTANG	PENJUALAN
2010	13.361.313	22.652.421	18.271.552
2011	15.222.857	24.262.131	19.367.155
2012	17.753.480	25.181.533	21.574.792
2013	78.090.789	30.526.244	57.731.998
2014	86.077.251	38.233.092	63.594.451
2015	91.831.526	41.182.764	64.061.947
2016	82.174.515	42.996.071	66.659.484
2017	87.939.488	45.803.053	70.186.618
2018	96.537.796	46.620.996	73.394.728
2019	96.198.559	48.996.071	57.845.448
2020	163.136.516	83.998.472	19.304.795
2021	179.356.193	92.724.082	47.292.669

Sumber : www.idx.co.id

Dari aspek keuangan memperlihatkan volume aktiva dari tahun 2010-2021 mengalami fluktuasi, dimana pada tahun 2016 mengalami penurunan yang sangat signifikan disebabkan oleh nilai pasar yang berkurang, sedangkan pada tahun 2021 mengalami kenaikan yang signifikan karena penjualan yang meningkat dan nilai pasar yang tinggi. Sedangkan total hutang PT. Indofood Sukses Makmur Tbk pada tahun 2010-2021 mengalami fluktuasi, dimana di tahun 2010 mengalami penurunan yang signifikan karena kondisi keuangan yang stabil, sedangkan pada tahun 2020 mengalami kenaikan yang sangat signifikan disebabkan oleh kondisi keuangan yang tidak sehat dan adanya penambahan pinjaman untuk mendukung aktivitas produksi. Penjualan dari tahun 2010-2021 mengalami fluktuasi, dimana pada tahun 2020 mengalami penurunan yang sangat signifikan disebabkan oleh penjualan yang menurun karena pandemi *covid-19*, sedangkan tahun 2013 mengalami kenaikan yang signifikan karena produksi yang banyak seiring meningkatnya permintaan pasar.

TINJAUAN PUSTAKA

Tangibility

Menurut Sartono, Agus R (2012) *Tangibility* adalah sebagai rasio aktiva tetap terhadap total aktiva. Perusahaan yang memiliki aktiva tetap dalam jumlah besar. Hal ini disebabkan karena dari skalanya perusahaan yang besar akan lebih mudah mendapatkan akses kesumber data. Menurut Acaravci (2015) *Tangibility* dengan teori *trade off* memprediksi adanya hubungan positif antara leverage dan *tangibility*. Aset berwujud biasanya relatif memberikan jaminan tinggi terhadap aset tidak berwujud, yang mengisyaratkan bahwa aset ini dapat mendukung lebih banyak utang. *Tangibility* mengurangi biaya *financial distress*. Adapun rumus untuk mengukur *Tangibility* menurut Sartono, Agus R (2012) :

$$\text{Tangibility} = \frac{\text{Aktiva Tetap}}{\text{Total Aktiva}}$$

Total Aktiva

Pertumbuhan Penjualan

Menurut Swastha dan Handoko (2013) Mendefinisikan pertumbuhan penjualan adalah sebagai berikut : “ Merupakan indikator penting dari penerimaan pasar dari produk dan/atau jasa perusahaan tersebut, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan. Sedangkan menurut Weston dan Copeland (2010) tingkat pertumbuhan penjualan merupakan ukuran sampai sejauh mana laba per saham dari suatu perusahaan dapat di tingkatkan oleh *leverage*. Adapun rumus untuk mengukur pertumbuhan penjualan menurut Swastha dan Handoko (2013) :

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Total Penjualan (t)} - \text{Penjualan(t1)}}{\text{Penjualan (t)}}$$

Ukuran Perusahaan

Menurut Suad (2014) Ukuran Perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan yang besar akan melakukan difersifikasi dan cenderung lebih kecil mengalami kebangkrutan. Pada perusahaan besar dengan total aset yang banyak akan lebih berani untuk menggunakan modal dari pinjaman dalam membelanjai seluruh aset, dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil ukurannya. Menurut Hilmi dan Ali (2011) Ukuran perusahaan adalah estimator menunjukan perusahaan kecil hingga besar. Ukuran perusahaan dapat dinilai dari beberapa perusahaan. Ketiadaan suatu perusahaan dapat didasarkan pada nilai total dari total aset, penjualan, kapitalisasi pasar, jumlah tenaga kerja dan sebagainya. Semakin besar aset perusahaan akan semakin besar modal juga ditanam, semakin besar total penjualan perusahaan maka akan semakin banyak omset dan juga pasar yang besar kapitalisasi maka perusahaan besar diketahui publik. Adapun rumus untuk mengukur ukuran perusahaan menurut Suad (2014) :

$$\text{Ukuran Perusahaan : Ln (Total Aset)}$$

Ln : Logaritma

Struktur Keuangan

Menurut Weston dan Copeland (2010) Struktur Keuangan adalah cara bagaimana perusahaan membiayai aktivitya. Struktur dapat dilihat pada seluruh sisi kanan neraca. Didalam struktur keuangan terdapat konsep penting yaitu faktor *leverage* yang merupakan rasio antara nilai buku seluruh utang terhadap total aktiva. Sedangkan menurut Ryanto (2011) mengemukakan bahwa struktur finansial mencerminkan cara bagaimana aset-aset perusahaan dibelanjai dengan demikian struktur cermin pada keseluruhan pasiva dan neraca. Adapun rumus untuk mengukur struktur keuangan menurut Weston dan Copeland (2010) :

$$\text{Struktur Keuangan : } \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aktiva}}$$

Pengaruh *Tangibility* terhadap Struktur Keuangan

Menurut Sartono (2012) Tangibility didefinisikan sebagai rasio aktiva tetap terhadap total aktiva. Perusahaan yang memiliki aktiva tetap dalam jumlah besar dapat menggunakan utang dalam jumlah besar. Hal ini disebabkan karena dari skalanya perusahaan yang besar akan lebih mudah mendapatkan akses ke sumber dana dibandingkan dengan perusahaan kecil. Besarnya aktiva tetap dapat digunakan sebagai jaminan kolateral utang perusahaan. Sementara itu menurut Pandey (2011) tangible assets merupakan jaminan collateral dan menyajikan tingkat keamanan terhadap kreditur dari kejadian adanya financial distress. Pada umumnya, perusahaan yang memiliki proporsi tangible asset lebih besar kemungkinan juga akan lebih mapan dalam industri, memiliki resiko lebih kecil, dan akan menghasilkan tingkat leverage yang besar (Chen dan Hammes 2013). Dengan kata lain, tangibilitas yang lebih besar berarti perusahaan memiliki rasio utang yang juga besar.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Struktur Keuangan

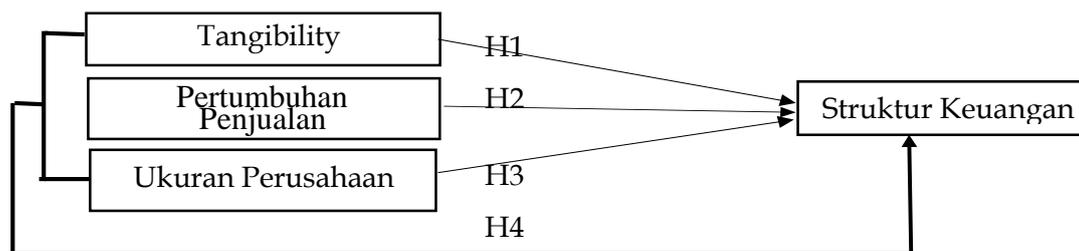
Menurut Brealey (2011) menjelaskan tentang Pecking Order Theory. Teori ini menjelaskan bahwa perusahaan yang penjualannya tumbuh secara besar akan menghasilkan laba yang cukup tinggi sehingga perusahaan lebih cenderung untuk membiayai kegiatan operasi perusahaannya dengan dana internal yang dimilikinya yang berasal dari hasil operasinya. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan perusahaan, maka semakin rendah ketergantungan perusahaan terhadap modal pinjaman (hutang). Pernyataan tersebut diperkuat oleh peneliti Supriyanto dan Falikhatun (2011) bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap struktur keuangan. Dilain pihak Rahmawati (2012) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap struktur keuangan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Struktur Keuangan

Rajan dan Zingales (2011) ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan perusahaan. Perusahaan yang besar akan mudah melakukan diversifikasi dan cenderung lebih kecil mengalami kebangkrutan. Pada perusahaan besar dengan total aset yang banyak akan lebih berani untuk menggunakan modal dari pinjaman dalam membelanjai seluruh aset, dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil ukurannya. Adapun Kusuma dan Roekhudin (2008) menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar akan lebih mudah memperoleh pinjaman dibandingkan perusahaan kecil, sehingga memungkinkan bagi perusahaan kecil. Pernyataan tersebut diperkuat oleh penelitian Supriyanto dan Falikhatun (2012) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap struktur keuangan. Dilain pihak Malia (2011) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap struktur keuangan.

Kerangka Konseptual

Berdasarkan pemaparan kerangka pemikiran, peneliti mencoba menuangkan penelitian yang digambarkan melalui skema dibawah ini.



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Metode Penelitian

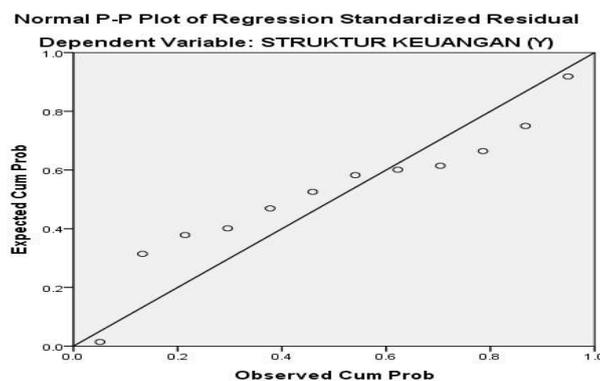
Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiono 2019). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara *Tangibility*, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Struktur Keuangan. Adapun instrumen pada penelitian ini adalah berupa daftar tabel yang diperoleh dari laporan keuangan berupa aktiva, hutang dan penjualan. Populasi penelitian ini adalah laporan keuangan PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk., yaitu selama 12 tahun mulai terdaftar di BEI dari tahun 1994-2021. Sedangkan sampel dalam penelitian ini yaitu laporan keuangan PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk. selama 12 tahun mulai dari tahun 2010-2021. Teknik pemilihan sampel menggunakan purposive sampling yaitu pemilihan sampel dengan kriteria tertentu. Kriterianya berupa data yang lengkap berkenaan dengan variabel penelitian dan ketersediaan data laporan keuangan PT Indofood Sukses Makmur Tbk, berlokasi di Jl. Jendral Sudirman Kav 76-78 Jakarta. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 14 Agustus 1990. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi dan studi pustaka yang diperoleh dari situs resmi PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk.

Analisis Data dan Pembahasan

Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji yang dilakukan dalam normalitas ini adalah dengan melihat grafik Histogram dan P-P Plots



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas Data

Sumber : Data primer diolah

Gambar 1 diatas, maka dapat dilihat hasil grafik Norma P-P Plot Regression Standardized Residual menunjukkan data berada disepanjang garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2011), uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variable independennya. Pengujian asumsi multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF) dan nilai *tolerance value*-nya. Suatu model persamaan regresi dikatakan bebas dari gejala multikolinieritas,

- Jika nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance $\geq 0,1$,maka tidak terjadi multikolinieritas,
- Jika nilai VIF > 10 dan nilai Tolerance $\leq 0,1$, maka terjadi multikolinieritas.

Tabel 1. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	3.354	.622		.772	.000		
TANGIBILITY (X1)	-.104	.333	-.119	3.054	.504	.869	1.151
PERTUMBUHAN PENJUALAN (X2)	-.108	.183	-.223	.635	.005	.935	1.070
UKURAN PERUSAHAAN (X3)	-.172	.025	-.001	.137	.000	.906	1.103

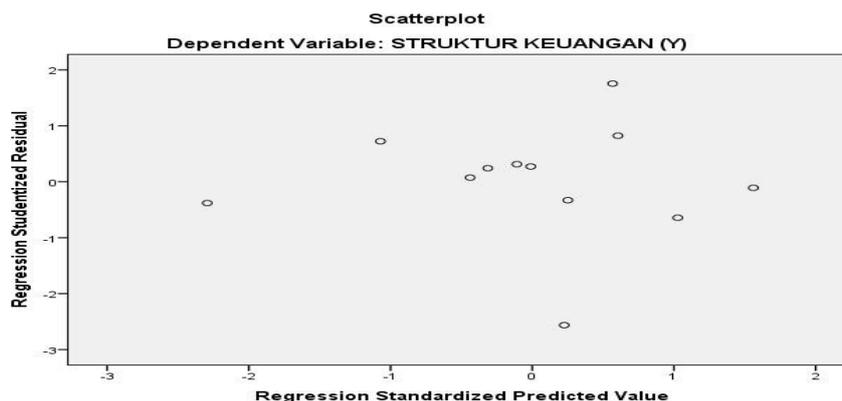
a. Dependent Variable: STRUKTUR KEUANGAN (Y)

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan table 1 di atas, dapat dilihat bahwa nilai *variane inflation factor* (VIF) menunjukkan angka sekitar 1 dan nilai *tolerance* menunjukkan angka yang mendekati 1, sehingga sesuai dengan hasil model regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2011), uji heteroskedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual pengamatan satu ke pengamatan yang lain. Untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas dapat dilihat melalui pendekatan *scatter plot* antara nilai prediksi variabel terikat dengan residualnya. Jika hasil pada grafik tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol (0) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan gambar 3 terlihat bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik tersebut menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk suatu pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dan layak digunakan dalam penelitian.

4) Uji Autokorelasi

Uji ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Suatu persamaan regresi akan dapat dikatakan baik apabila tidak terjadi masalah autokorelasi (Saraswati, Halim, and Sari 2020).

- Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih kecil dari 0.05 maka terdapat gejala autokorelasi.
- Jika nilai *Asym. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0.05 maka tidak terdapat gejala autokorelasi.

Tabel 2. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
	.812 ^a	.545	-.313	139931891.87475	1.672

- Predictors: (Constant), UKURAN PERUSAHAAN (X3), PERTUMBUHAN PENJUALAN (X2), TANGIBILITY (X1)
- Dependent Variable: STRUKTUR KEUANGAN (Y)

Sumber : Data primer diolah

Dilihat dari tabel 3 diatas menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 1,672. Nilai ini terletak antara DL 0,8122 dan dU 1,5793 sehingga tidak ada kesimpulan yang pasti tentang ada atau tidaknya gejala autokorelasi.

Tabel 4. Hasil Uji Run Test

Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.03645
Cases < Test Value	6
Cases >= Test Value	6
Total Cases	12
Number of Runs	5
Z	.908
Asymp. Sig. (2-tailed)	.364

a. Median

Sumber : Data primer diolah

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R²) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel dependen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel independen (Setiyono 2016).

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.812 ^a	.545	-.313	139931891.87475	1.672

a. Predictors: (Constant), UKURAN PERUSAHAAN (X₃), PERTUMBUHAN PENJUALAN (X₂), TANGIBILITY (X₁)

b. Dependent Variable: STRUKTUR KEUANGAN (Y)

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan tabel 4 diatas, diperoleh R Square sebesar 0.545 artinya 54,5% perubahan struktur keuangan dapat dijelaskan oleh variabel independent *Tangibility* (X₁), pertumbuhan penjualan (X₂) dan ukuran perusahaan (X₃). Jadi sisanya 45,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang digunakan.

Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen, dapat digunakan model regresi linier berganda yang diformulasikan oleh Saraswati (2020) ke dalam persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel Dependen

a = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi

X1 = *Tangibility*

X2 = Pertumbuhan Penjualan

X3 = Ukuran Perusahaan

e = error/residu

Tabel 5
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,354	,622		.772	.000
TANGIBILITY (X1)	-.104	.333	-.002	3.054	.504
PERTUMBUHAN PENJUALAN (X2)	.108	.130	-.211	.635	.005
UKURAN PERUSAHAAN (X3)	-,172	.025	-.022	.137	.000

a. Dependent Variable: STRUKTUR KEUANGAN (Y)

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan tabel 5 di atas, dari persamaan regresi tersebut dapat diketahui bahwa nilai konstanta sebesar 3.354 menunjukkan bahwa jika variabel bebas dianggap konstan, maka struktur keuangan (Y) naik sebesar Rp3.354. Nilai koefisien $\beta_1 = -104$ menunjukkan bahwa *Tangibility* (X₁) bertambah Rp1, maka struktur keuangan (Y) akan mengalami penurunan sebesar Rp 104 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Nilai koefisien $\beta_2 = 108$ menunjukkan bahwa jika pertumbuhan penjualan (X₂) bertambah 1 kali, maka struktur keuangan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar Rp108 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Nilai koefisien $\beta_3 = -172$ menunjukkan bahwa jika pertumbuhan penjualan (X₂) bertambah 1 kali, maka struktur keuangan (Y) akan mengalami penurunan sebesar Rp172 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi digunakan untuk menganalisis hubungan antara dua variabel atau lebih yang bersifat kuantitatif. Koefisien Korelasi digunakan untuk analisis untuk pengujian hipotesis

apabila penelitian bermaksud untuk mengetahui pengaruh atau hubungan variabel independent dengan dependen (Ananto 2012).

Tabel 6. Hasil Uji Kofesien Kolerasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.812 ^a	.545	-.313	139931891.87475

- a. Predictors: (Constant), UKURAN PERUSAHAAN (X3), PERTUMBUHAN PENJUALAN (X2), TANGIBILITY (X1)
- b. Dependent Variable: STRUKTUR KEUANGAN (Y)

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan tabel 6 di atas dapat dilihat bahwa Nilai koefisien kolerasi berganda yaitu sebesar 0,812. Artinya tingkat keeratan hubungan antara *tangibility*, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap struktur keuangan sangat kuat sebesar 0,812. Ini sesuai dengan acuan interval korelasi seperti dibawah ini:

Tabel 7. Koefisien Korelasi Pada Tingkat Hubungan X Dan Y

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini terdiri dari uji T (parsial) dan uji F (simultan).

1) Uji T (Parsial)

Uji t (parsial) digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Setiyono 2016). Kriteria pengambilan uji t sebagai berikut:

- a) Jika nilai sig > 0,05 dan nilai t hitung < t tabel, maka hipotesis **Ditolak**
- b) Jika nilai sig < 0,05 dan nilai t hitung > t tabel, maka hipotesis **Diterima**

Tabel 8. Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,354	,622		.772	.000
TANGIBILITY (X1)	-.104	.333	-.002	3.054	.504
PERTUMBUHAN PENJUALAN (X2)		.130	-.211	.635	.005
UKURAN PERUSAHAAN (X3)	,108	.025	-.022	.137	.000

a. Dependent Variable: STRUKTUR KEUANGAN (Y)

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan tabel 8 di atas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. diketahui nilai sig untuk tangibility sebesar $0,504 > 0,05$ dengan nilai $t_{hitung} 3,054 > t_{tabel} 2,306$ yang artinya *tangibility* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap struktur keuangan, sehingga **H₁ ditolak**. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kasmir (2012) yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh secara parsial antara *Tangibility* terhadap Struktur Keuangan. Namun penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Sumani (2012) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh *Tangibility* terhadap Struktur Keuangan.
- b. Pertumbuhan penjualan memiliki nilai sig sebesar $0,005 < 0,05$ dengan nilai $t_{hitung} 0,635 < t_{tabel} 2,306$ yang artinya pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap struktur keuangan, sehingga **H₂ diterima**. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Khalid (2011) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara Pertumbuhan Penjualan terhadap Struktur Keuangan. Namun penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Ambasari, R (2017) yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara Pertumbuhan Penjualan terhadap Struktur Keuangan.
- c. Ukuran perusahaan memiliki nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai $t_{hitung} 0,137 < t_{tabel} 2,304$ yang artinya ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap struktur keuangan, sehingga **H₃ diterima**. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Zhang (2013) yang menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Struktur keuangan. Namun penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Kesuma (2020) yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara Ukuran Perusahaan terhadap Struktur Keuangan.

2) Uji F (Simultan)

Uji simultan (Uji F) ini dilakukan untuk menggambarkan seberapa jauh pengaruh variabel bebas atau independen (*debt to equity ratio, book value per share*) secara bersama-sama dalam menerangkan variabel terikat atau dependen (*return saham*) (Handayati and Rafikah Zulyanti 2018).

- a) Jika nilai sig $< 0,05$, atau F hitung $> F$ tabel maka terdapat pengaruh variabel x secara simultan terhadap variabel Y.

b) Jika nilai sig > 0,05 atau F hitung < F tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y

$$F \text{ tabel} = F (k : n-k)$$

Tabel 9. Hasil Uji F (Simultan)

2.1. ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1,201	3	,330	3.274	.061 ^b
Residual	,670	8	,055		
Total	1,725	11			

a. Dependent Variable: STRUKTUR KEUANGAN (Y)

b. Predictors: (Constant), UKURAN PERUSAHAAN (X3), PERTUMBUHAN PENJUALAN (X2), TANGIBILITY (X1)

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan tabel 9 di atas, diketahui nilai significant untuk pengaruh tangibility, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap struktur keuangan sebesar 0.061 > 0,05 nilai f hitung 3.274 < F tabel 3.86, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh maka H0 diterima dan Ha diterima, artinya : ada pengaruh secara signifikan antara tangibility, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap struktur keuangan pada PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

KESIMPULAN

Setelah dilakukan analisis data penelitian tentang Tangibility, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap struktur keuangan maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Hasil pembahasan secara parsial dan signifikan tentang *tangibility* terhadap struktur keuangan, menunjukan bahwa tidak terdapat pengaruh *tangibility* terhadap struktur keuangan pada PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk.
- 2) Hasil pembahasan secara parsial dan signifikan tentang pertumbuhan penjualan terhadap struktur keuangan, menunjukan bahwa terdapat pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap struktur keuangan pada PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk.
- 3) Hasil pembahasan secara parsial dan signifikan tentang ukuran perusahaan terhadap struktur keuangan, menunjukan bahwa terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap struktur keuangan pada PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk
- 4) Hasil pembahasan secara simultan pengaruh *Tangibility*, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan terhadap struktur keuangan, menunjukan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara *tangibility*, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap struktur keuangan pada PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim dan Ati Retna Sari (2018), Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Leverage Operasi, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Keuangan.
- Ambasari, R. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Struktur Aktiva dan Likuiditas Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Food And Beverages yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- Brigham, E. F. And J. F. H. (2013). Dasar-Dasar Manajemen Keuangan.
- Eko Supriyanto dan Falikhatun (2012), Pengaruh *Tangibility*, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Keuangan. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*.
- Eko Supriyanto dan Falikhatun (2012), Pengaruh *Tangibility*, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Keuangan.
- Fahmi, I (2018). Pengantar Manajemen Keuangan Teori dan Soal jawab. In ALFABETA.
- Fitri Fauziah. (2018). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Leverage Operasi, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Keuangan.
- Hartijo, A dan M. (2012). Manajemen Keuangan. Cetakan Kedua. Ekonesia.
- Joni dan Lina. 2013. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*.
- Kadek Irrine Devita Angelina, I Ketut Mustanda. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas pada Struktur Modal Perusahaan. *Jurnal Manajemen Unud*.
- Kasmir. (2012). Analisis Laporan Keuangan.
- Kasmir. (2014). Analisis Laporan Keuangan.
- Lim, T.C. (2012). Determinants of capital structure empirical evidence from financial services listed in China. *International journal economics and finance*.
- Munawir, S. (2013). Analisis Laporan Keuangan. Edisi Empat. Yogyakarta: Liberty
- Ni Kadek Sugiani Merta Dewi dan Ida Bagus Badjra (2011). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, *Tangibility Assets*, Ukuran Perusahaan dan Pajak Terhadap Struktur Modal.
- Oktavia, Santi, Indria. 2010. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Operating Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Struktur Keuangan pada Perusahaan Food and beverage Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- Rahmawati, Dian. (2012). Analisis Variabel-Variabel Yang Mempengaruhi Struktur Keuangan Pada Industri Farmasi Yang Listing Di BEI. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang.
- Sugiyono. (2012). Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D ALFABETA: Bandung.

- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta
- Suad, Husnan. 2014. *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan (Keputusan Jangka Panjang)*. BPF: Yogyakarta.
- Sumani, (2012). Analisis Struktur Modal dan Beberapa Faktor yang Mempengaruhinya pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis Universitas Mayjend Sungkono Mojokerto*.
- Westond, j. Freed dan Thomas E. Copeland. 2010. *manajemen keuangan*, Edisi Kesembilan, Jilid 2, Binarupa Aksara: Jakarta
- Yensen Kusno, Jonnardi. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Firm Size, Tangibility dan Growth Opportunity terhadap Capital Structure. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara*.