

**ANALISIS PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PERTUMBUHAN
PENJUALAN TERHADAP HUTANG JANGKA PANJANG PADA
PERUSAHAAN-PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA
TAHUN 2009-2013**



NASKAH PUBLIKASI

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Oleh :

ARIEF WAHYU HARDIYANTO

B 100 110 116

**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
PROGRAM STUDI EKONOMI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2015**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca naskah publikasi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PERTUMBUHAN
PENJUALAN TERHADAP HUTANG JANGKA PANJANG PADA
PERUSAHAAN-PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA
TAHUN 2009-2013**

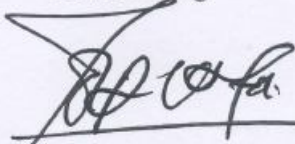
Yang disusun oleh:

ARIEF WAHYU HARDIYANTO
B 100 110 116

Penandatanganan berpendapat bahwa naskah publikasi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima

Surakarta, Desember 2015

Pembimbing


Imronudin, SE, M.Si, PhD

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Triyono, SE, M.Si)

ABSTRACT

This research aims to analyze the effect of the size of the company and sales growth partially or simultaneously against long term debt at telecommunications companies were listed on the Indonesia stock exchange.

The population in this research is all the telecommunications companies were listed on the Indonesia stock exchange for the period 2009-2013, amounting to as much as 7 companies. Source data from a secondary data, i.e. data obtained from telecommunication company financial reports documentation published in the Capital Market Directory in 2009-2013. The research of using multiple linear regression test (test t test, F test, and R²).

This research produced some findings. The results of the analysis of the coefficient of determination Adjusted R Square value obtained = 0.340 means a variation of independent variables consisted of company size and sales growth of 37,9% was able to explain the dependent variable i.e. variasi long-term debt at telecommunications companies were listed on the Indonesia stock exchange, while the rest (100%-37,9%) = 62,1% are influenced by factors other than the variables examined. The size of the company and sales growth simultaneously effect significantly to variable i.e. long term debt at telecommunications companies were listed on the Indonesia stock exchange, shown with probability value 0.000 of value $0.05 < F_{\text{calculate}} 9.747$. The Size of the company's positive and significant effect against long-term debt at Telecommunications Companies were listed on the Indonesia Stock Exchange, indicated by the value of the count of 4.403 t with probability value 0.000 of < 0.05 . influential positive sales growth is not significantly to long-term debt at Telecommunications Companies were listed on the Indonesia Stock Exchange, indicated by the value t calculate of 0.540 with probability value of 0.593 > 0.05 .

Keywords: Company Size, Sales Growth, Long-term Debt

ABSTRAKSI

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan secara parsial maupun secara simultan terhadap hutang jangka panjang pada Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan-perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2009-2013, yaitu sebanyak 7 perusahaan. Sumber data dari data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari dokumentasi laporan keuangan perusahaan telekomunikasi yang dimuat dalam buku Indonesian Capital Market Directory tahun 2009-2013. Penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda (uji t, uji F, dan uji R^2).

Penelitian ini menghasilkan beberapa temuan. Hasil analisis koefisien determinasi diperoleh nilai *Adjusted R Square* = 0,379 berarti variasi variabel-variabel independen yang terdiri ukuran perusahaan (X_1) dan Pertumbuhan penjualan (X_2) mampu menjelaskan 37,9% variasi variabel dependen yaitu Hutang jangka panjang (Y) pada Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sedangkan sisanya ($100\% - 37,9\%$) = 62,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel yang diteliti. Ukuran perusahaan (X_1) dan Pertumbuhan penjualan (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu Hutang jangka panjang (Y) pada Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, ditunjukkan dengan *probability value* sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai F hitung 9,747. Ukuran perusahaan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Hutang jangka panjang (Y) pada Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 4,403 dengan *probability value* sebesar $0,000 < 0,05$. Pertumbuhan penjualan (X_2) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Hutang jangka panjang (Y) pada Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 0,540 dengan *probability value* sebesar $0,593 > 0,05$.

Kata Kunci : Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Hutang Jangka Panjang

PENDAHULUAN

Perusahaan dalam menghadapi persaingan global dituntut untuk dapat mengantisipasi persaingan yang terjadi antar setiap perusahaan. Persaingan yang ketat antar perusahaan menimbulkan perusahaan khususnya perusahaan telekomunikasi untuk melakukan kegiatan ekonomi dan mengelola fungsi-fungsi yang terdapat di dalam perusahaan secara efektif. Dalam hal ini manajemen keuangan berkepentingan dengan bagaimana cara menciptakan dan menjaga nilai ekonomis atau kekayaan. Oleh sebab itu dalam mengambil keputusan perusahaan memiliki tujuan untuk memaksimalkan kekayaan dan memaksimalkan nilai perusahaan. Sehingga dalam melakukan kegiatan ekonomi tujuan untuk memaksimalkan laba, memakmurkan pemilik perusahaan atau pemegang saham serta mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan mengembangkan usahanya dapat tercapai. Dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya, perusahaan dituntut untuk dapat menghasilkan produk yang dapat memuaskan konsumen dan mengelola keuangan perusahaan dengan baik.

Kebijakan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut tidak lepas pada permasalahan seberapa besar perusahaan dapat memenuhi kebutuhan pendanaan atau permodalan perusahaan. Sumber pendanaan atau permodalan perusahaan menurut Riyanto (2001:214) dapat dibedakan menjadi sumber dana perusahaan internal dan sumber dana perusahaan eksternal. Sumber dana internal diperoleh dari hasil kegiatan operasi perusahaan, yang terdiri dari laba ditahan dan depresiasi. Sedangkan sumber dana eksternal diperoleh dari luar perusahaan, yaitu modal sendiri dan utang (pinjaman). Dalam penelitian ini hutang jangka panjang diukur dari besarnya nilai hutang jangka panjang yang dimiliki oleh perusahaan.

Sumber-sumber dana tersebut harus dapat dikelola dengan baik oleh manajer keuangan sebagai seseorang yang bertanggung jawab mengenai pengambilan keputusan pendanaan perusahaan. Hutang jangka panjang adalah perimbangan atau perbandingan antara jumlah utang jangka panjang dengan modal sendiri (Riyanto, 2001:22). Hutang jangka panjang merupakan campuran atau proporsi antara utang jangka panjang dan ekuitas, dalam rangka mendanai investasinya (*operating assets*).

Komposisi dari utang jangka panjang (*long term debt*), saham preferen (*preffered stock*), dan saham umum (*common stock equity*) merupakan hutang jangka panjang perusahaan yang akan mempengaruhi biaya modal secara keseluruhan (Raharjaputra, 2009:

212). Menurut Horne and Wachowicz (2007:211) hutang jangka panjang adalah bauran (proporsi) pendanaan permanen jangka panjang perusahaan yang terdiri dari utang, saham preferen dan saham biasa, sehingga manajer harus mampu menghimpun dana secara efisien, sehingga keputusan pendanaan mampu meminimalkan biaya modal yang harus ditanggung perusahaan dan dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Biaya modal timbul diakibatkan oleh keputusan yang diambil. Apabila manajer menggunakan utang maka akan timbul biaya modal sebesar bunga kredit yang dibebankan. Akan tetapi apabila manajer memutuskan untuk menggunakan dana internal maka akan timbul *opportunity cost* dari dana yang dikeluarkan.

Keputusan pendanaan atau hutang jangka panjang yang tidak cermat akan berpengaruh langsung terhadap penurunan profitabilitas perusahaan tersebut. Keputusan hutang jangka panjang yang diambil oleh manajer tidak hanya berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan, tetapi keputusan pendanaan atau hutang jangka panjang secara langsung dapat berpengaruh terhadap besarnya risiko yang ditanggung pemegang saham serta besarnya tingkat pengembalian atau tingkat keuntungan yang diharapkan (Brigham and Houston, 2006: 17).

Seorang manajer harus dapat menghimpun dana dari dalam maupun luar perusahaan dengan mempertimbangkan keputusan pendanaan yang seimbang antara aktiva dan pasiva, selain hal tersebut harus dipertimbangkan pula keefisienan dan keefektifan pendanaan tersebut sehingga dapat mencapai keuntungan optimal. Hal tersebut dapat dilakukan apabila hutang jangka panjang perusahaan optimal. Hutang jangka panjang optimal adalah hutang jangka panjang yang dapat memberikan nilai perusahaan secara maksimal dengan tingkat risiko tertentu atau dapat meminimumkan biaya secara keseluruhan dalam mengelola fungsi-fungsi yang terdapat di dalam perusahaan. Permasalahan yang dihadapi oleh manajer adalah adanya kesulitan dalam menentukan factor-faktor yang harus dipertimbangkan untuk mencapai hutang jangka panjang optimal, hal tersebut muncul berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang tidak konsisten.

Beberapa penelitian mengenai hutang jangka panjang telah dilakukan oleh para peneliti. Penelitian yang dilakukan Winanto Nawarcono (2010) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap hutang jangka panjang pada perusahaan makanan dan minuman di BEI, sedangkan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap hutang jangka panjang pada perusahaan makanan dan minuman di BEI. Seftianne dan

Ratih Handayani (2011:39-56) menemukan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap hutang jangka panjang perusahaan. Sementara, hasil penelitian Seftianne (2011) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap hutang jangka panjang sedangkan *current ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap hutang jangka panjang.

Meyulinda dan Yusfarita (2010:88-103) menemukan bahwa pertumbuhan penjualan mempengaruhi hutang jangka panjang perusahaan. Sementara, hasil penelitian Hola, Sutrisno, dan Prihat Asih (2008:26) serta Julita (2011) menemukan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap hutang jangka panjang.

Perusahaan dituntut untuk mempertimbangkan dan menganalisis kombinasi sumber-sumber dana ekonomis guna membelanjai kebutuhan- kebutuhan investasi serta kegiatan usahanya dalam melakukan keputusan pendanaan (Eny Purwita Sari, 2010:5). Menurut Brigham and Houston (2006: 6) faktor-faktor: risiko bisnis, posisi pajak, fleksibilitas keuangan dan konservatisme atau agresivitas manajemen merupakan faktor-faktor yang menentukan struktur modal khususnya pada hutang jangka panjang yang ditargetkan, secara lebih umum, faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan hutang jangka panjang adalah stabilitas penjualan, struktur aktiva, leverage operasi, tingkat pertumbuhan, profitabilitas, pajak, pengendalian, sikap manajemen, sikap pemberi pinjaman, kondisi pasar, kondisi internal perusahaan dan fleksibilitas keuangan (Brigham and Houston, 2006:39).

Ukuran perusahaan sangat berpengaruh terhadap hutang jangka panjang terutama berkaitan dengan kemampuan memperoleh pinjaman. Perusahaan besar memiliki kebutuhan dana yang besar untuk membiayai aktivitas perusahaan atau operasi perusahaan dan salah satu alternatif pemenuhan kebutuhan modal dengan menggunakan utang. Sedangkan perusahaan kecil memiliki rasio kebangkrutan yang lebih besar sehingga sulit memperoleh pinjaman (dana eksternal).

Brigham and Houston (2006: 39) mengatakan bahwa perusahaan dengan penjualan yang relatif stabil dapat lebih aman memperoleh lebih banyak pinjaman dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang penjualannya tidak stabil. Hal tersebut harus didukung dengan modal yang cukup untuk memenuhi kebutuhan perusahaan untuk dapat meningkatkan penjualan perusahaan. Perusahaan yang berkembang pesat kemungkinan akan memilih untuk menggunakan dana

eksternal (utang) sebagai pemenuhan modalnya dibandingkan dengan perusahaan yang pertumbuhan penjualannya rendah.

Tujuan utama perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan memaksimalkan kemakmuran para pemegang saham, maka setiap kebijakan yang akan diambil oleh manajemen selalu dipengaruhi oleh kepentingan para pemegang saham. Tetapi tujuan ini sering tidak sejalan dengan tujuan pihak manajemen sebagai pengendali operasi perusahaan. Hal ini menimbulkan konflik antara pemegang saham dan manajemen perusahaan. Konflik kepentingan tersebut biasa disebut dengan konflik agensi. Konflik agensi dapat diminimumkan dengan adanya persentase kepemilikan saham oleh manajer dan juga investor institusional, sehingga dapat dimungkinkan manajer akan menurunkan dorongan untuk meningkatkan kesejahteraan manajemen dan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Mengingat keputusan pendanaan merupakan keputusan penting yang secara langsung akan menentukan kemampuan perusahaan untuk dapat bertahan hidup dan berkembang, maka penulis tertarik untuk melakukan kajian empiris terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi hutang jangka panjang perusahaan, khususnya perusahaan telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia. Dipilihnya perusahaan telekomunikasi dikarenakan jumlah perusahaan yang lebih kecil dibandingkan dengan sektor lainnya di Bursa Efek Indonesia.

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap hutang jangka panjang pada Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap hutang jangka panjang pada Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Menganalisis pengaruh ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan secara simultan terhadap hutang jangka panjang pada Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

LANDASAN TEORI

Ukuran Perusahaan dan Hutang Jangka Panjang

Perusahaan dengan ukuran besar relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan dengan perusahaan kecil dan perusahaan dengan ukuran kecil pada umumnya mempunyai tingkat efisiensi yang rendah dan leverage finansial yang lebih tinggi. Investor yang bersikap hati-hati (*risk adverse*) cenderung melakukan investasi saham pada perusahaan besar karena mempunyai tingkat risiko lebih kecil.

Perusahaan berukuran besar mempunyai berbagai kelebihan dibanding perusahaan berukuran kecil. Perusahaan besar mampu menghasilkan produk dengan harga per unit yang rendah karena berproduksi pada skala ekonomis. Disamping itu, menurut Eljelly (2004) perusahaan besar dapat membeli bahan baku dalam jumlah besar sehingga perusahaan besar mendapat potongan harga (*quantity discount*) dari pemasok. Perusahaan besar juga dapat memperoleh persyaratan kredit yang lunak dari pemasok dibanding perusahaan kecil. Penelitian yang dilakukan oleh Winanto Nawarcono (2010) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap hutang jangka panjang pada perusahaan makanan dan minuman di BEI,. Penelitian Seftianne dan Ratih Handayani (2011:39-56) menemukan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap hutang jangka panjang perusahaan. Sementara, hasil penelitian Seftianne (2011) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap hutang jangka panjang.

Sementara itu, Napa dan Mulyadi dalam Seftianne (2011), mengemukakan bahwa perusahaan yang lebih besar akan lebih mudah memperoleh pinjaman dibandingkan perusahaan kecil. Oleh karena itu dapat memungkinkan untuk perusahaan besar, tingkat *leveragenya* akan lebih besar dari perusahaan yang berukuran kecil. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan akan berpengaruh terhadap hutang jangka panjang dengan didasarkan pada kenyataan bahwa semakin besar suatu perusahaan, ada kecenderungan untuk menggunakan jumlah pinjaman yang lebih besar.

Perusahaan dengan ukuran lebih besar cenderung memiliki aliran kas yang lebih stabil dibanding dengan perusahaan dengan ukuran kecil. Hal ini disebabkan karena adanya omzet penjualan yang besar ataupun disebabkan adanya diversifikasi produk yang beragam dengan beragam divisi. Lebih jauh lagi, perusahaan yang memiliki ukuran yang besar akan lebih mampu bertahan dari perubahan iklim ekonomi yang tiba-tiba sehingga cenderung akan selalu memiliki ketersediaan dana internal. Sesuai dengan teori pecking

order yang menjelaskan bahwa perusahaan yang memiliki cukup dana internal untuk mendanai kebutuhannya, akan menggunakan dana internal tersebut terlebih dahulu, diikuti sumber lainnya. Sehingga ketika perusahaan besar memiliki dana internal yang cukup, perusahaan ini akan memiliki tingkat hutang yang rendah.

Perusahaan besar akan memiliki sumber dana internal yang besar pula, sehingga sesuai dengan teori pecking order, ukuran perusahaan yang semakin besar akan membuat hutang jangka panjang perusahaan menjadi rendah. Dari uraian di atas, dapat dirumuskan hipotesis yaitu: Dengan demikian, ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap hutang jangka panjang perusahaan. Sehingga peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H1: Ada pengaruh yang negatif dan signifikan ukuran perusahaan terhadap hutang jangka panjang

Pertumbuhan Penjualan dan Hutang Jangka Panjang

Perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang stabil dapat lebih aman, lebih banyak pinjaman dan lebih mampu menanggung beban yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang pertumbuhannya tidak stabil. Menurut J.P. Sitanggang (2012: 33) menyatakan bahwa “Rasio pertumbuhan pada dasarnya adalah untuk mengetahui seberapa besar pertumbuhan prestasi yang dicapai perusahaan pada kurun waktu tertentu”.

Pertumbuhan penjualan menunjukkan penjualan yang didapat diperoleh perusahaan. Semakin besar penjualan diharapkan semakin besar profitabilitas perusahaan. Peningkatan penjualan pada umumnya akan diikuti peningkatan laba operasi. Pertumbuhan penjualan merupakan 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. Besarnya pertumbuhan penjualan sebuah perusahaan akan menolong manajemen untuk meningkatkan operasionalnya. Kekurangan dana menyebabkan beberapa keputusan manajemen untuk mendapatkan pendanaan dari pihak ekstern. Untuk itu pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap aliran dana yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk mencapai target tersebut karena dalam besaran pertumbuhan penjualan dipengaruhi oleh besarnya aliran dana perusahaan. Dengan demikian, perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang tinggi cenderung mampu menghasilkan dana dengan lebih

baik dari waktu ke waktu. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang besar, akan memiliki laba yang besar pula, sehingga sesuai dengan teori pecking order, pertumbuhan yang semakin besar akan membuat hutang jangka panjang perusahaan menjadi rendah disebabkan karena adanya ketersediaan dana internal. Dari uraian di atas, dapat dirumuskan hipotesis yaitu:

H2 : Ada pengaruh yang negatif dan signifikan pertumbuhan penjualan terhadap hutang jangka panjang

METODE PENELITIAN

Pengukuran Variabel

1. Hutang Jangka Panjang

Hutang jangka panjang merupakan salah satu dari bentuk pembiayaan jangka panjang yang memiliki jatuh tempo lebih dari satu tahun, biasanya 5 – 20 tahun. Hutang jangka panjang dalam penelitian ini diukur dengan *log Natural* hutang jangka panjang.

2. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan yang diproksikan dengan *natural log total asset*. Ukuran perusahaan ini berhubungan dengan *fleksibilitas* dan kemampuan mendapatkan dana dan memperoleh laba dengan melihat pertumbuhan aset perusahaan.

SIZE = log Natural Total Aset

3. Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan dapat diartikan sebagai: Perubahan penjualan per tahun. Pertumbuhan penjualan suatu produk sangat tergantung dari daur hidup produk, diukur dengan satuan persentase. Adapun rumus pertumbuhan penjualan adalah sebagai berikut:

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan } t - \text{Penjualan } t-1}{\text{Penjualan } t-1} \times 100\%$$

(Weston dan Copeland, 2008: 112)

Teknik analisis data menggunakan:

1. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji F dan uji t.

2. Uji Asumsi Klasik

- a. Uji Multikolinearitas bertujuan mendeteksi adanya multikolinearitas dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variances Inflation Factor (VIF)* yang dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS.
- b. Uji Autokorelasi dilakukan dengan uji *Run* bertujuan untuk melihat apakah data residual terjadi secara random atau tidak.
- c. Uji Heteroskedastisitas dilakukan dengan Uji *Glejser*, yaitu dengan cara meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen.
- d. Uji Normalitas atas residual dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* melalui alat bantu komputer program SPSS 16.

HASIL PENELITIAN

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap Hutang jangka panjang

Hasil analisis menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan ukuran perusahaan terhadap Hutang jangka panjang pada Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka hipotesis yang berbunyi: “Ada pengaruh yang positif dan signifikan ukuran perusahaan terhadap Hutang jangka panjang”, terbukti kebenarannya.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Winanto Nawarcono (2010) yang menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap struktur modal pada perusahaan makanan dan minuman di BEI. Penelitian Seftianne dan Ratih Handayani (2011:39-56) menemukan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap struktur modal perusahaan. Sementara, hasil penelitian Seftianne (2011) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap struktur modal.

Adanya pengaruh yang positif dan signifikan tersebut menunjukkan bahwa perusahaan dengan ukuran lebih besar cenderung memiliki aliran kas yang lebih stabil dibanding dengan perusahaan dengan ukuran kecil. Oleh karena itu perusahaan dengan ukuran yang besar akan lebih besar memperoleh pinjaman dari pihak eksternal berupa hutang jangka panjang. Hal tersebut disebabkan karena perusahaan besar lebih mendapatkan kepercayaan dari pihak bank daripada perusahaan kecil. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap hutang jangka panjang.

Pengaruh Pertumbuhan penjualan terhadap Hutang jangka panjang

Hasil analisis diperoleh kesimpulan ada pengaruh yang positif tidak signifikan Pertumbuhan penjualan (X_2) terhadap Hutang jangka panjang (Y) pada Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan hasil analisis data tersebut, maka hipotesis yang berbunyi: “Ada pengaruh yang positif dan signifikan pertumbuhan penjualan terhadap Hutang jangka panjang”, tidak terbukti kebenarannya.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Hola, Sutrisno, dan Prihat Asih (2008:26) serta Julita (2011) menemukan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap struktur modal. Sedangkan hasil penelitian ini tidak konsiten dengan penelitian Meyulinda dan Yusfarita (2010:88-103) yang menemukan bahwa pertumbuhan penjualan mempengaruhi struktur modal perusahaan, di mana hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap hutang jangka panjang.

Walaupun pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap hutang jangka panjang, tetapi nilai koefisien regresi yang dihasilkan adalah positif, artinya perusahaan pertumbuhan penjualan memberikan pengaruh terhadap hutang jangka panjang, tetapi tidak signifikan. Hal tersebut disebabkan karena perusahaan yang pertumbuhan penjualan secara cepat akan perlu menambah aktiva tetapnya, sehingga pertumbuhan penjualan perusahaan yang tinggi akan menyebabkan perusahaan mencari dana yang lebih besar. Menurut Pandey (2001) tingkat pertumbuhan penjualan merupakan ukuran sampai sejauhmana penjualan perusahaan dapat ditingkatkan, sehingga semakin tinggi pertumbuhan penjualan maka akan semakin tinggi pula hutang jangka panjang yang dimiliki oleh perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilaksanakan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil analisis koefisien determinasi diperoleh nilai *Adjusted R Square* = 0,379 berarti variasi variabel-variabel independen yang terdiri ukuran perusahaan (X_1) dan Pertumbuhan penjualan (X_2) mampu menjelaskan 37,9% variasi variabel dependen yaitu Hutang jangka panjang (Y) pada Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar di

Bursa Efek Indonesia, sedangkan sisanya ($100\% - 37,9\% = 62,1\%$) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel yang diteliti..

2. Ukuran perusahaan (X_1) dan Pertumbuhan penjualan (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu Hutang jangka panjang (Y) pada Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, ditunjukkan dengan *probability value* sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai F hitung 9,747.
3. Ukuran perusahaan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Hutang jangka panjang (Y) pada Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 4,403 dengan *probability value* sebesar $0,000 < 0,05$.
4. Pertumbuhan penjualan (X_2) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Hutang jangka panjang (Y) pada Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 0,540 dengan *probability value* sebesar $0,593 > 0,05$

Saran yang dapat peneliti sampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ukuran perusahaan sebagai faktor dominan dalam mempengaruhi besarnya hutang jangka panjang yang dimiliki oleh perusahaan, oleh karena itu hendaknya perusahaan dalam memutuskan penggunaan hutang jangka panjang sebagai sumber pendanaan perlu memperhatikan faktor ukuran perusahaan.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan memperluas memperluas populasi penelitian dan tidak hanya terbatas pada perusahaan telekomunikasi saja, tetapi dapat menambahkan perusahaan manufaktur, transportasi dan perdagangan, serta menambahkan variabel lain yang diharapkan dapat memiliki pengaruh terhadap hutang jangka panjang, seperti penambahan variabel *free cash flow* dan variabel kepemilikan institusional, profitabilitas, risiko bisnis dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Ang, 2002. *Buku Pintar Pasar Modal Indonesia (The Intelligent Guide to Indonesian Capital market)*, Jakarta: Mediasoft Indonesia.
- Brigham, Eugene F and Joel F.Houston, 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, alih bahasa Ali Akbar Yulianto, Buku satu, Edisi sepuluh, PT. Salemba Empat, Jakarta.
- _____.2001. *Fundamentals of Financial Management*, Ninth Edition, Horcourt College, United States of America.
- Djarwanto Ps dan Pangestu Subagyo, 2006, *Statistik Induktif*, BPFE UGM, Yogyakarta.
- Eljelly, M. A. 2004. "Liquidity – Profitability Tradeoff: An Empirical Investigation in an Emerging Market". *International Journal of Commerce and Management*. Vol. 14 No.2 hal. 48-61
- Hadi, Sutrisno. 2002, *Metodologi Research II*, Erlangga, Jakarta.
- Horne, Van dan Wachowicz. 2007. *Fundamentals of Financial Management, Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan*. Jakarta : Salemba Empat.
- _____. 2009. *Prinsip-prinsip Manajemen. Keuangan*, Salemba Empat, Jakarta.
- Husnan, Suad dan Pudjiastuti, Enny. 2002. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, Edisi Ketiga, Penerbit : Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, Yogyakarta.
- J.P. Sitanggang. 2012. *Manajemen Keuangan Perusahaan*, Edisi Asli, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Kasmir. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*, PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Garry. 2005. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Lukas, Setia. 2008. *Manajemen Keuangan*, Buku I, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Munawir, S. 2004. *Analisis Laporan Keuangan*, Edisi Ke-Empat, Liberty, Yogyakarta.
- _____. 1997. *Analisis Laporan Keuangan*, Liberty, Yogtakarta.
- Raharjaputra, Hendra S. 2009. *Manajemen Keuangan dan Akuntansi*, Salemba 4, Jakarta.

- Riyanto, Bambang. 2008. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Edisi Keempat. BPFE. Yogyakarta.
- _____. 2001. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*, Edisi. Keempat, Cetakan Ketujuh, BPFE Yogyakarta.
- Sartono, Agus. 2001. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPEF-Yogyakarta.
- _____. 2008. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi Edisi Empat*. Yogyakarta: BPFE.
- Seftianne dan Ratih Handayani. 2011. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal Pada Perusahaan Publik Sektor Manufaktur. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. Volume 13 No. 1 Tahun 2011. Hal. 39-56.
- Sekaran, Uma. 2003. *Research Methods For Business*, Edisi 4, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.
- Sundjaja, Ridwan S. dan Barlian, Inge. 2003. *Manajemen Keuangan Satu*, Edisi Keempat, Prenhallindo, Jakarta.
- Sundjaja at.al. 2007. *Manajemen Keuangan I*, Edisi. Keenam, Unpar Press, Bandung.
- Winanto Nawarcono. 2010. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal Pada Perusahaan Makanan Dan Minumandi Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. Volume 6, No 12 Tahun 2010. Hal. 17-34.
- Weston, J. Fred dan Brigham, Eugene F. 2004. *Manajemen Keuangan*. Jakarta: Erlangga.