

## Perbandingan Utang Terhadap Pertumbuhan Penjualan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Sefli Diana Roza<sup>1</sup>, Khamisah El Anasiah<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Mahaputra Muhammad Yamin, Indonesia

<sup>1</sup>[seflidiana@gmail.com](mailto:seflidiana@gmail.com)

### Abstract

Hutang merupakan salah satu keputusan pendanaan yang berasal dari eksternal. hutang ini dilakukan untuk menambah dana perusahaan yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan operasional perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Hutang terhadap Pertumbuhan Penjualan Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, Hutang adalah kewajiban keuangan yang harus dibayar oleh perusahaan kepada pihak lain serta digunakan oleh perusahaan untuk membiayai berbagai macam kebutuhan yang diperlukan perusahaan, misalnya untuk membeli aktiva, bahan baku. Oleh sebab itu Penelitian ini dilakukan di bursa efek indonesia (BEI). Jenis data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah industri kosmetik dan peralatan rumah tangga yang terdaftar di bursa efek indonesia yang berjumlah 8 (delapan) perusahaan. teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah 7 (tujuh) perusahaan kosmetik dan peralatan rumah tangga. Metode yang digunakan adalah sampling purposive. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh  $Y = 11,195 + 1,522 X$  yang artinya Hutang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Pertumbuhan Penjualan pada perusahaan kosmetik dan peralatan rumah tangga yang diteliti. Hal ini dibuktikan dengan menggunakan uji t dengan Nilai t hitung adalah sebesar  $0,433 < t_{tabel} 1,692$  dan nilai signifikan  $0,667 > \alpha 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa hipotesa ditolak.

**Keywords:** Pertumbuhan Penjualan, Hutang, Laporan Keuangan, Industri Kosmetik Dan Peralatan Rumah Tangga.

### Pendahuluan

Perusahaan yang ada disektor industri barang konsumsi berjumlah 41 perusahaan yang terbagi atas lima sektor, yaitu sektor makanan dan minuman terdiri dari delapan belas perusahaan, sektor rokok terdiri dari empat perusahaan, sektor farmasi terdiri dari sebelas perusahaan, sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga terdiri dari empat perusahaan, dan sektor peralatan rumah tangga terdiri dari empat perusahaan.

Kosmetika yang merupakan produk kecantikan, dimana sebagian besar konsumennya wanita, sudah bukan merupakan kebutuhan kedua tetapi merupakan kebutuhan sehari-hari yang harus dipenuhi. Dan seperti telah kita ketahui, bahwa wanita dan kecantikan merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan, karena wanita sesuai dengan kodratnya selalu ingin menjaga kecantikan dan keindahan dirinya, sehingga dalam penampilannya selalu terlihat menarik. Salah satu sarana untuk tampil menarik adalah dengan menggunakan kosmetika.

Peralatan rumah tangga akhir-akhir ini sering menjadi sorotan bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidangnya untuk dapat lebih mengembangkan dan melakukan terobosan ataupun lakukan inovasi-inovasi baru dalam menciptakan peralatan rumah tangga, mulai dari peralatan masak, peralatan kebersihan rumah tangga sampai pada peralatan untuk mencuci yang tujuannya tidak lain adalah untuk membantu masyarakat atau konsumen supaya dalam menyelesaikan pekerjaannya dapat lebih efektif, mudah dan efisien. Masyarakat atau konsumen menyambut baik setiap produk baru yang dikeluarkan hal ini menunjukkan bahwa masyarakat atau konsumen sangat membutuhkan alat bantu yang dapat digunakan untuk menyelesaikan pekerjaannya. sektor peralatan rumah tangga ini terdiri dari empat perusahaan yaitu perusahaan Chitose International Tbk (CINT), perusahaan Kadawung Setia Industrial Tbk (KDSI), perusahaan Kedaung Indah Can Tbk (KICI), dan perusahaan Langgeng Makmur Industri Tbk (LMPI).

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan tersebut maka, peneliti mengambil judul “Perbandingan Utang Terhadap Pertumbuhan Penjualan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”.

## **Tinjauan Teori**

### Hutang

Hutang sering disebut juga sebagai kewajiban, dalam pengertian sederhana dapat diartikan sebagai kewajiban keuangan yang harus dibayar oleh perusahaan kepada pihak lain. Hutang 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 hutang atau bukan sangat tergantung pada kemampuan untuk menafsirkan transaksi atau kejadian yang menimbulkannya.

Menurut Zaki Baridwan (2000:23)(Indah 2014) hutang adalah pengorbanan-pengorbanan manfaat ekonomi yang akan timbul dimasa yang akan datang yang disebabkan oleh kewajiban-kewajiban disaat sekarang dari suatu badan usaha yang akan dipenuhi dengan mentrasfer aktiva atau memberikan jasa kepada badan usaha lain dimasa yang akan datang sebagai akibat dari transaksi-transaksi yang sudah lalu.

Dua karakteristik yang penting dari hutang adalah kewajiban tersebut sudah ada pada saat itu dan harus merupakan hasil transaksi masa lalu, serta timbulnya hutang tergantung pada terjadinya suatu transaksi atau kejadian yang bersifat eksternal. Transaksi tersebut dapat berupa transaksi keuangan atau kejadian nonkeuangan, seperti timbulnya kecelakaan yang menimbulkan kewajiban untuk mengganti suatu kerusakan.

### Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan menggambarkan perubahan peningkatan ataupun penurunan penjualan dari tahun ke tahun yang dapat dilihat dari masing-masing laporan laba-rugi perusahaan. Perusahaan yang baik dapat juga ditinjau dari aspek penjualannya dari tahun ke tahun yang terus mengalami peningkatan. Hal ini akan berimbas pada meningkatnya keuntungan perusahaan sehingga pendanaan internal perusahaan juga meningkat.

Menurut Rudianto (2009:56) menyatakan bahwa: “pertumbuhan penjualan merupakan volume penjualan pada tahun-tahun mendatang, berdasarkan data pertumbuhan volume penjualan historis.” Menurut I Made Sudana (2011: 57) menyatakan bahwa: “pendekatan persentase penjualan adalah suatu metode perencanaan keuangan, yang mana semua akun dalam laporan keuangan perusahaan berubah tergantung pada prediksi tingkat penjualan perusahaan.”

Menurut Swastha dalam Pratiwi (2014:10), pertumbuhan atas penjualan 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. Dengan demikian dapat diketahui bahwa suatu perusahaan dapat dikatakan mengalami pertumbuhan jika terjadi peningkatan dalam aktivitas operasi perusahaan. Jadi, pertumbuhan yang terjadi dalam perusahaan sering dikatakan sebagai tingkat pertumbuhan penjualan.

Pertumbuhan penjualan merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Laju pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan dalam menandai kesempatan- kesempatan pada masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan yang tinggi, maka akan mencerminkan pendapatan meningkat sehingga pembayaran deviden cenderung meningkat.

### **Metode Penelitian**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Kuantitatif. data kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivesme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sugiyono (2009: 13). data kuantitatif dalam penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan kosmetik dan peralatan rumah tangga di bursa efek indonesia.

Populasi dalam penelitian ini adalah industri kosmetik dan peralatan rumah tangga yang terdaftar di bursa efek indonesia dari tahun 2011-2015 yang berjumlah 8 perusahaan. teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Sampling purposive yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Mursalini 2017). Adapun jumlah sampelnya adalah 7 perusahaan yang menggunakan data panel yaitu kombinasi antara data silang tempat (cross section) dengan data runtun waktu (time series ) menurut Mudrajat Kuncoro ( 2004;24) sehingga sampelnya berjumlah 35.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Uji asumsi klasik

Dalam uji asumsi klasik ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi.

2. Analisis regresi linear berganda

3. Uji koefisien determinasi

4. Uji hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji f, uji t.

Langkah-langkah penelitian ini adalah 1) studi kepustakaan, 2) mengakses web dan situs lainnya, 3) merumuskan dan menganalisis data yang didapatkan ke program olah data, 4) mengolah data, 5) melakukan analisis data sesuai materi, 6) penyusunan laporan penelitian, 7) menyusun artikel dan publikasi.

## Hasil dan Pembahasan

### Analisis Linear Berganda

Berdasarkan hasil perhitungan tabel 4.3 diatas yang terlihat pada tabel kolom (Unstandardized Coefficients) bagian B diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

$$Y = 11,195 + 1,522 X$$
 Keterangan:

Y = pertumbuhan penjualan

X = hutang

a = konstanta

b = koefisien regresi

Dari persamaan regresi linear sederhana di atas maka dapat dianalisis sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 11,195 menunjukkan bahwa jika variabel independen X (hutang) adalah 0 maka nilai pertumbuhan penjualan (Y) adalah konstanta sebesar 11,195.
2. Koefisien regresi hutang sebesar 1,522, mengindikasikan bahwa setiap peningkatan pertumbuhan penjualan 1% akan mengakibatkan peningkatan pertumbuhan penjualan sebesar 1,522.

### Uji Hipotesis

#### Koefisien Determinasi $R^2$

Dari data diketahui bahwa R Square sebesar 0,006. atau sebesar 0,6 %. Hal ini mengindikasikan bahwa kontribusi variabel hutang adalah sebesar 0,6 Sedangkan sisanya sebesar 99,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain diluar model yang tidak dibahas dalam penelitian ini, diantaranya piutang, modal sendiri, perputaran kas, dan pendanaan sendirinya.

### Uji t

Dari hasil uji-hitung terhadap variabel pengaruh hutang dilihat nilai t hitung lebih kecil dari t-tabel dari nilai signifikan, diperoleh nilai sebesar 0,667 sedangkan tingkat toleransi yang digunakan adalah sebesar 5% sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan besar dari 0,05. Berarti keputusan adalah  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang artinya hutang tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan penjualan.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya dan pengujian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil temuan penelitian maka diperoleh persamaan regresi linear sederhana adalah :  $Y = 11,195 + 1,522 X$ . Nilai konstanta sebesar 11,195 dengan koefisien regresi pada variabel hutang (X) sebesar 1,522 adalah negatif, artinya tidak terdapat hubungan antara hutang terhadap pertumbuhan penjualan.
2. Berdasarkan analisis koefisien regresi  $R^2$  didapat nilai R sebesar (0,075) hal ini menunjukkan bahwa hutang tidak memiliki hubungan yang erat dengan pertumbuhan penjualan. Angka  $R^2$  (R Square) sebesar 0,006 atau 0,6% hal ini menunjukkan bahwa hutang (X) tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan penjualan (Y) sebesar 0,6% sisanya sebesar 99,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
3. Hutang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Pertumbuhan Penjualan pada perusahaan kosmetik dan peralatan rumah tangga yang diteliti. Hal ini dibuktikan dengan menggunakan uji t dengan Nilai t hitung adalah sebesar  $0,433 < t \text{ tabel } 1,692$  dan nilai signifikan  $0,667 > \alpha 0,05$ .

### **Daftar Pustaka**

- Anis Chariri dan Imam Gozali; 2005; Teori Akuntansi; Edisi ketiga, Cetakan 1, Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Armstrong, Michael. 2005. Manajemen Sumber Daya Manusia. PT Elexmedia Komputindo. Jakarta.
- Baridwan, Zaki. 2003. Intermediate Accounting. Edisi ketujuh : BPFE Yogyakarta.
- Brigham, Eugene F dan Joel F Houston. 2006. Dasar-Dasar Manajemen Keuangan. Edisi Kesepuluh. Salemba Empat. Jakarta
- Fahmi, Irham. 2012 Pengantar Manajemen Keuangan. Cetakan Kelima Penerbit CV Alfabeta. Bandung
- Harahap, Sofyan, Syafri. 2002. Laporan Keuangan, Edisi satu, Cetakan ketiga. Jakarta.
- I Made Sudana. 2011. Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik. Erlangga. Jakarta.
- Kasmir. 2008. Analisis Laporan Keuangan. Cetakan Keempat. PT Rajagrafindo

Persada. Jakarta.

Munawir. Akuntan 2010. Analisa Laporan Keuangan. Edisi Keempat.: Liberty Yogyakarta.

Mahmud M. Hanafi & Abdul Halim. 2003. Analisis Laporan Keuangan. Edisi Revisi. Cetakan Pertama. Yogyakarta.

Mudrajad Kuncoro. 2004. Metode Kuantitatif. Edisi Kedua. Yogyakarta

Masngudi & Noor Salim. 2012. Metodologi Penelitian. Cetakan Pertama. Penerbit Trianandra University Press. Jakarta.

Indah, Wahyu. 2014. "Pertumbuhan Penduduk, Pembangunan Ekonomi Dan Keluarga Berencana (KB) Di Kota Solok." *POLI BISNIS* 6(1): 10–18.

Mursalini, Wahyu Indah. 2017. "Pertumbuhan Penjualan Dan Laba Usaha Kerupuk Di Kecamatan X Koto Singkarak Kabupaten Solok Sumbar." *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis* 9(2): 46–54.