

SKRIPSI

**PENGARUH ASET TETAP DAN SET KESEMPATAN INVESTASI
TERHADAP *LEVERAGE* PADA PERUSAHAAN PERIKLANAN,
PERCETAKAN & MEDIA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI (S.E)
Pada Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh**

Oleh

**NADIA RAHMI MUSTAFA
NPM. 1602110110**



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
BANDA ACEH
2021**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS EKONOMI
(TERAKREDITASI)

JALAN MUHAMMADIYAH NO. 91 BATHOH LUENG BATA
TELEPON (0651) 21023 FAX. 21023 – 34092
BANDA ACEH 23245

Jurusan : Akuntansi
Program : Sarjana S-1

Banda Aceh, 20 Agustus.2021

TANDA PERSETUJUAN/PENGESAHAN SKRIPSI

Dengan ini, kami menyatakan telah menyetujui/mengesahkan skripsi saudara:

NADIA RAHMI MUSTAFA
NPM : 1602110110

Dengan judul:

**PENGARUH ASET TETAP DAN SET KESEMPATAN INVESTASI
TERHADAP *LEVERAGE* PADA PERUSAHAAN PERIKLAMAN,
PERCETAKAN DAN MEDIA YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA**

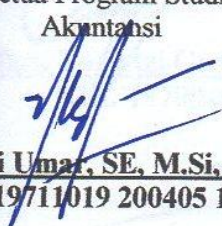
Yang diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.

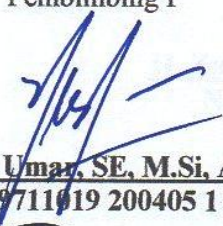
Menyetujui / Mengesahkan :

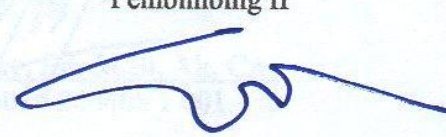
Ketua Program Studi
Akuntansi

Pembimbing I

Pembimbing II

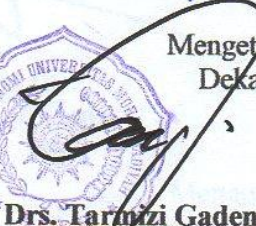

Zulkifli Umar, SE, M.Si, Ak, CA.
NIK. 19711019 200405 1 001


H. Zulkifli Umar, SE, M.Si, Ak, CA.
NIK. 19711019 200405 1 001


Ermad MJ, SE, M.Si.
NIK. 19871606 201608 1 001

Mengetahui,
Dekan,




Drs. Tarnizi Gadeng, SE, M.Si, MM.
NIK. 19700408 199401 1 001



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS EKONOMI
(TERAKREDITASI)

JALAN MUHAMMADIYAH NO. 91 BATHOH LUENG BATA
TELEPON (0651) 21023 FAX. 21023 – 34092
BANDA ACEH 23245

Jurusan : Akuntansi
Program : Sarjana S-1

Banda Aceh, 20 Agustus.2021

TANDA PERSETUJUAN KOMISI UJIAN SKRIPSI

Dengan ini, kami menyatakan telah menyetujui/mengesahkan skripsi saudara:

NADIA RAHMI MUSTAFA
NPM : 1602110110

Dengan judul:

**PENGARUH ASET TETAP DAN SET KESEMPATAN INVESTASI
TERHADAP *LEVERAGE* PADA PERUSAHAAN PERIKLANAN,
PERCETAKAN DAN MEDIA YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA**

Yang telah dipertahankan di depan komisi ujian, pada tanggal 11 Juli 2021

Menyetujui / Mengesahkan :
Komisi Ujian

Ketua


Drs. Tarmizi Gadeng, SE, M.Si, MM.
NIK. 19700408 199401 1 001

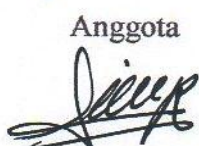
Sekretaris


H. Zulkifli Umar, SE, M.Si, Ak, CA.
NIK. 19711019 200405 1 001

Anggota


Ermad MJ, SE, M.Si.
NIK. 19871606 201608 1 001

Anggota


Maidar, SE, M.Si.
NIK. 19801231 200802 2 001

Mengetahui

Ketua Program Studi Akuntansi


H. Zulkifli Umar, SE, M.Si, Ak, CA.
NIK. 19711019 200405 1 001

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. yang telah memberikan rahmat, hidayah, kekuatan dan kesehatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan Skripsi yang berjudul “**Pengaruh Aset Tetap dan Set Kesempatan Investasi Terhadap Leverage Pada Perusahaan Periklanan, Percetakan & Media yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia**”.

Penulisan ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh. Selanjutnya shalawat dan salam kepada junjungan alam Nabi Besar Muhammad SAW. yang telah membawa syiar Islam diatas muka bumi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah berusaha semaksimal mungkin sesuai dengan kemampuan dan pengalaman yang penulis miliki. Namun penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dalam hal isi maupun teknis penulisannya. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati mengharapkan adanya pandangan pikiran, berupa kritik dan saran dari berbagai pihak demi kesempurnaan penulisan ini. Pada kesempatan ini, perkenankan penulis mengucapkan ribuan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Ayahanda dan Ibunda yang telah mendidik, membesarkan, serta mencurahkan kasih sayangnya kepada penulis guna tercapainya cita-cita.
2. Bapak Dr. H. Aslam Nur, M.A selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Aceh.

3. Bapak Tarmizi Gadeng, SE. M. Si, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.
4. Bapak H. Zulkifli Umar, SE. M. Si, Ak, CA. selaku Ketua Prodi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Aceh dan sebagai Pembimbing I.
5. Bapak Ermad MJ, SE, M. Si. sebagai Dosen Pembimbing II yang telah banyak menyumbangkan waktu dan pikiran demi kesempurnaan skripsi ini.
6. Segenap Dosen-dosen Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh yang pernah membagi segala pengetahuannya.
7. Teman-teman satu angkatan terutama jurusan akuntansi yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu, terima kasih banyak atas bantuan dan dorongan, sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Akhirnya kepada Allah SWT. jualah kita berserah diri, karena segala sesuatu tidak akan terjadi jika bukan atas kehendak-Nya. Amin ya Rabbal ‘Alamin.

Banda Aceh, 2 Maret 2021
Penulis

Nadia Rahmi Mustafa

DAFTAR ISI

JUDUL	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	8
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	9
2.1 Landasan Teoritis	9
2.1.1 <i>Leverage</i>	9
2.1.2 Aset Tetap	10
2.1.3 Set Kesempatan Investasi	11
2.2 Penelitian Sebelumnya	12
2.3 Kerangka Pemikiran	15
2.3.1 Hubungan Aset Tetap dengan <i>Leverage</i>	15
2.3.2 Hubungan Set Kesempatan Investasi dengan <i>Leverage</i>	16
2.4 Hipotesis	17
BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1 Desain Penelitian	18
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	20
3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	21
3.4 Definisi dan Operasional Variabel	22
3.4.1 <i>Leverage</i>	22
3.4.2 Aset Tetap.....	22
3.4.3 Set Kesempatan Investasi	23
3.5 Teknik Analisis Data	24
3.6 Rancangan Pengujian Hipotesis	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Hasil Penelitian	27
4.1.1 Statistik Deskriptif	27

4.1.2 Hasil Pengujian Hipotesis	28
4.1.2.1 Hasil Pengujian Hipotesis Pertama.....	29
4.1.2.2 Hasil Pengujian Hipotesis Kedua	30
4.1.2.3 Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga	30
4.1.3 Koefisien Determinasi.....	31
4.2 Pembahasan.....	31
4.2.1 Pengaruh Aset Tetap dan Set Kesempatan Investasi Terhadap <i>Leverage</i>	31
4.2.2 Pengaruh Aset Tetap Terhadap <i>Leverage</i>	32
4.2.3 Pengaruh Set Kesempatan Investasi Terhadap <i>Leverage</i> ...	34
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	36
5.1 Kesimpulan.....	36
5.2 Saran.....	36
DAFTAR PUSTAKA	38

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rata-rata Rasio <i>Leverage</i> Perusahaan Sektor Periklanan, Percetakan dan Media	3
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Sebelumnya	14
Tabel 3.1 Kriteria Pengambilan Sampel	21
Tabel 3.2 Matrik Operasional Variabel	23
Tabel 4.1 Statistik Deskriptif	27
Tabel 4.2 Hasil Pengujian Hipotesis	29

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	17
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Nama-nama Perusahaan Periklanan, percetakan & Media yang Menjadi Sampel Penelitian	41
Lampiran 2	Data Pengamatan	43
Lampiran 3	<i>Output</i> Pengolahan Data	49

**PENGARUH ASET TETAP DAN SET KESEMPATAN INVESTASI TERHADAP
LEVERAGE PADA PERUSAHAAN PERIKLANAN, PERCETAKAN & MEDIA
YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

NADIA RAHMI MUSTAFA
NPM. 1602110110

Pembimbing : 1.) Zulkifli Umar, SE, M.Si, Ak, CA.
2.) Ermad MJ, SE, M.Si.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh aset tetap dan set kesempatan investasi terhadap *leverage*, baik secara bersama-sama (simultan) maupun individu (parsial). Penelitian ini adalah penelitian sensus, yakni memasukkan semua perusahaan periklanan, percetakan & media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang telah memenuhi kriteria ke dalam data pengamatan. Periode pengamatan data penelitian dari tahun 2015 s.d 2017 yang berjumlah 44 perusahaan. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menemukan bahwa secara simultan (bersama-sama) aset tetap dan set kesempatan investasi berpengaruh terhadap *leverage*, secara parsial (individu) aset tetap berpengaruh terhadap *leverage* dan secara parsial (individu) set kesempatan investasi tidak berpengaruh terhadap *leverage*.

Kata Kunci: leverage, aset tetap dan set kesempatan investasi.

**THE EFFECT OF TANGIBILITY OF ASSETS AND INVESTMENT
OPPORTUNITY SET ON LEVERAGE IN ADVERTISING, PRINTING & MEDIA
COMPANIES LISTED IN INDONESIA STOCK EXCHANGE**

NADIA RAHMI MUSTAFA
NPM. 1602110110

Pembimbing : 1.) Zulkifli Umar, SE, M.Si, Ak, CA.
2.) Ermad MJ, SE, M.Si.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect tangibility of assets and investment opportunity set on leverage, both together (simultaneous) and individually (partially). This research is census research, which includes all advertising, printing & media companies listed on the Indonesia Stock Exchange that have met the criteria in the observation data. Observation period of research data from 2015 to 2017 which totaled 44 companies. The analytical method used is linear multiple regression. The results of this study found that simultaneously (together) tangibility of assets and investment opportunity set had an effect on leverage, partially (individually) tangibility of assets had an effect on leverage and partially (individually) investment opportunity set had no effect on leverage.

Keywords : leverage, tangibility of assets, and investment opportunity set.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perusahaan dalam menjalankan aktivitas operasionalnya selalu membutuhkan dana untuk membiayai seluruh kegiatan perusahaan dalam rangka mencapai tujuannya. Sumber dana yang dibutuhkan oleh satu perusahaan dapat berasal dari dalam (*internal*) maupun dari luar perusahaan (*external*). Masing-masing sumber dana tersebut memiliki konsekuensi dan karakteristik finansial yang berbeda-beda. Sumber dana eksternal terbagi atas dua kategori, yaitu pembelanjaan dengan hutang (*debt financing*) dan pembelanjaan sendiri (*external equity*) dengan cara menerbitkan saham biasa maupun saham preferen.

Modal yang telah diperoleh perusahaan kemudian digunakan untuk investasi berupa pembelian aset tetap yang dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan. Aset adalah salah satu investasi perusahaan yang penting untuk dikelola dengan baik agar mendapatkan tingkat pengembalian investasi yang maksimal yaitu berupa laba/keuntungan bagi perusahaan di masa mendatang.

Leverage berhubungan erat dengan struktur modal dan struktur keuangan perusahaan. Penggunaan hutang, baik jangka pendek, hutang jangka menengah, maupun hutang jangka panjang merupakan unsur pembentuk struktur keuangan. Hutang jangka panjang merupakan unsur pembentuk struktur modal.

Perusahaan berusaha memaksimalkan nilai perusahaan yang berkaitan dengan set kesempatan investasi melalui maksimasi kemakmuran pemilik atau

para pemegang saham. Kondisi nilai perusahaan yang optimal akan dapat dicapai apabila perusahaan mampu memanfaatkan peluang dan tantangan dalam persaingan yang semakin ketat. Hal ini menjadi tugas dan tanggung jawab seorang manajer khususnya manajer keuangan, salah satunya dalam penetapan struktur modal yang tepat merupakan cara yang dapat ditempuh oleh perusahaan. Bisa dikatakan penetapan *leverage* adalah pondasi dalam membangun perusahaan.

Dalam suatu perusahaan seorang manajer yang diberikan kepercayaan oleh para pemegang saham untuk mengelola dan menjalankan perusahaan merupakan kunci kesuksesan. Manajer perusahaan memegang peranan penting dalam proses pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kegiatan-kegiatan utama perusahaan termasuk dalam hal pencarian dana dan bagaimana memanfaatkan dana tersebut. Keputusan-keputusan yang dibuat tersebut harus sesuai dengan tujuan utama perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham.

Penggunaan hutang juga akan meningkatkan risiko. Perusahaan yang menggunakan hutang dalam pendanaannya dan tidak mampu melunasi kembali hutang tersebut akan terancam likuiditasnya sehingga pada akhirnya akan mengancam posisi manajer. Lagi pula, sebagai akibat pemisahan pemilik dan manajemen, pemegang saham mempunyai sedikit informasi tentang perusahaan daripada manajer atau sering disebut dengan *asymmetric information*, dengan cara ini *leverage* menjadi sinyal baik untuk para pemegang saham.

Perusahaan yang akan melakukan keputusan pendanaan juga perlu mempertimbangkan dan menganalisis kombinasi sumber-sumber dana ekonomis

guna membelanjai kebutuhan-kebutuhan investasi serta kegiatan usahanya. Struktur modal yang optimal adalah struktur modal yang mengoptimalkan keseimbangan antara risiko dan pengembalian sehingga memaksimalkan harga saham. Untuk itu, dalam penetapan struktur modal suatu perusahaan perlu mempertimbangkan berbagai variabel yang mempengaruhinya.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih perusahaan periklanan, percetakan dan media sebagai objek penelitian karena perusahaan-perusahaan tersebut terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan yang masuk di BEI tentunya telah memiliki laporan keuangan yang telah diaudit oleh akuntan publik dan memiliki informasi keuangan perusahaan yang akurat dan mudah diakses oleh calon investor. Keputusan pendanaan yang diambil oleh manajemen perusahaan, haruslah tepat agar penggunaan dana dalam melakukan aktivitas operasional berjalan dengan baik. Permasalahan menjaga nilai *leverage* perusahaan agar tetap seimbang, merupakan masalah yang sangat penting bagi perusahaan, termasuk juga perusahaan-perusahaan periklanan, percetakan dan media. Berdasarkan pengamatan awal, berikut ini rata-rata rasio *leverage* perusahaan periklanan, percetakan dan media:

Tabel 1.1
Rata-rata Rasio *Leverage*
Perusahaan Sektor Periklanan, Percetakan dan Media

Uraian	Tahun		
	2015	2016	2017
<i>Leverage</i>	0,41	0,4	0,39

Sumber: Bursa Efek Indonesia, 2018

Berdasarkan Tabel 1.1 terlihat rata-rata rasio *leverage* perusahaan sektor periklanan, percetakan dan media tahun 2015-2017 mengalami penurunan tiap

tahunnya. Secara berurutan rata-rata rasio *leverage* sebesar 0,41; 0,4; dan 0,39. Pada tahun 2015 rata-rata rasio *leverage* tertinggi selama tahun pengamatan yaitu sebesar 0,41. Namun pada tahun 2016 dan 2017 rata-rata *leverage* terus mengalami penurunan. Hal ini menunjukkan bahwa, pada tahun 2016 rata-rata *leverage* perusahaan periklanan, percetakan dan media mengalami penurunan sebesar -0,46% dari tahun 2015, dan pada tahun 2017 juga mengalami penurunan rata-rata *leverage* sebesar -0,6%.

Dalam suatu perusahaan seorang manajer yang diberikan kepercayaan oleh para pemegang saham untuk mengelola dan menjalankan perusahaan merupakan kunci kesuksesan. Manajer perusahaan memegang peranan penting dalam proses pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kegiatan-kegiatan utama perusahaan termasuk dalam hal pencarian dana dan bagaimana memanfaatkan dana tersebut. Keputusan-keputusan yang dibuat tersebut harus sesuai dengan tujuan utama perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham.

Keputusan yang diambil manajer cenderung untuk melindungi dan memenuhi kepentingan mereka terlebih dahulu daripada memenuhi kepentingan pemilik seperti melakukan ekspansi untuk meningkatkan status gaji. Salah satu alternatif manajer untuk memperoleh dana dalam rangka ekspansi adalah dengan menaikan utang. Akan tetapi, kebijakan utang rentan terhadap konflik kepentingan antara pemegang saham (*stockholder*), manajer (*manager*), dan kreditor (*creditor*) yang biasa disebut dengan konflik keagenan (*agency conflict*). Konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham dalam keputusan

pendanaan terjadi disebabkan pemegang saham hanya peduli dengan risiko sistematis dari saham perusahaan. Sebaliknya manajer peduli pada risiko perusahaan secara keseluruhan, karena menyangkut reputasinya.

Aset tetap atau juga dikenal dengan *tangibility* yang merupakan satu rasio untuk mengukur aktiva tetap perusahaan dengan total aset. Perusahaan yang memiliki aset dalam jumlah besar memberikan kesempatan untuk memperoleh hutang yang lebih besar karena nilai aktiva perusahaan dapat digunakan sebagai jaminan. Hutang yang didapat nantinya dapat digunakan sebagai pembiayaan investasi perusahaan selain untuk beroperasi pada perusahaan itu sendiri.

Menurut Fahmi (2014) aset tetap adalah aktiva berwujud dari suatu perusahaan yang dapat dianggap mewakili jaminan bahwa hal itu dapat ditawarkan kepada kreditur. Oleh karena itu, pentingnya aset berwujud akan memengaruhi tingkat utang, yang akan bertambah naik dengan peningkatan jaminan yang ditawarkan oleh perusahaan untuk memenuhi kewajiban perusahaan yang berasal dari utang tersebut.

Menurut Mulyani dan Nur, (2012) set kesempatan investasi (*investment opportunity set*) merupakan keputusan investasi dalam bentuk kombinasi aktiva yang dimiliki dan pilihan investasi dimasa yang akan datang. Perusahaan dengan tingkat set kesempatan investasi tinggi akan memiliki kemampuan menghasilkan laba yang lebih tinggi. Sehingga pasar akan memberi respon yang lebih besar terhadap perusahaan yang mempunyai kesempatan bertumbuh (set kesempatan investasi). Tingginya respon pasar terhadap laba mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki kualitas laba yang baik.

Hasil temuan empiris tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *leverage* telah banyak dilakukan. Penelitian yang dilakukan oleh Harjanti dan Tandelilin (2015), Yustiana (2016) menemukan bahwa aset tetap berpengaruh terhadap *leverage*. Namun hasil berbeda ditemukan oleh Febriminanto (2013) yang menemukan aset tetap tidak berpengaruh terhadap *leverage*. Wulansary (2015) dan Fatmawati (2016) menemukan aset tetap berpengaruh terhadap *leverage*, sedangkan set kesempatan investasi tidak berpengaruh terhadap *leverage*.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan dan hasil temuan yang berbeda-beda, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Aset Tetap dan Set Kesempatan Investasi Terhadap *Leverage* Pada Perusahaan Sektor Periklanan, Percetakan dan Media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia”.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah aset tetap dan set kesempatan investasi secara simultan berpengaruh terhadap *leverage* pada perusahaan sektor periklanan, percetakan dan media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Apakah aset tetap secara parsial berpengaruh terhadap *leverage* pada perusahaan sektor periklanan, percetakan dan media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Apakah set kesempatan investasi secara parsial berpengaruh terhadap *leverage* pada perusahaan sektor periklanan, percetakan dan media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian adalah:

1. Untuk menguji apakah aset tetap dan set kesempatan investasi secara simultan berpengaruh terhadap *leverage* pada perusahaan sektor periklanan, percetakan dan media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk menguji apakah aset tetap secara parsial berpengaruh terhadap *leverage* pada perusahaan sektor periklanan, percetakan dan media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk menguji apakah set kesempatan investasi secara parsial berpengaruh terhadap *leverage* pada perusahaan sektor periklanan, percetakan dan media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan informasi yang akurat dan valid, disamping itu penelitian ini diharapkan dapat memberikan mamfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan diantaranya:

1. Kegunaan Akademis

Sebagai pengembangan ilmu pengetahuan tentang pengaruh aset tetap dan set kesempatan investasi terhadap *leverage*.

Menambah literatur dan acuan penelitian tentang *leverage* sehingga dapat dijadikan bahan keputusan atau referensi, terutama untuk peneliti yang ingin melakukan penelitian di masa yang akan datang.

Dapat menambah dan mengembangkan wawasan peneliti khususnya dalam penelitian tentang *leverage* dengan cara membandingkan teori yang diperoleh dengan kenyataan atau kondisi yang sebenarnya terjadi di lapangan.

2. Kegunaan Praktis

Agar dapat memberikan kemudahan dan pemanfaatan bagi investor maupun calon investor sebagai bahan pertimbangan demi ketetapan keputusan investasi yang diambil.

Manfaat bagi manajemen perusahaan diharapkan dapat menjadi masukan yang berguna untuk meningkatkan kinerja perusahaan terhadap *leverage*.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh aset tetap dan set kesempatan investasi terhadap *leverage* pada perusahaan sektor periklanan, percetakan dan media di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017.

BAB II

TINJAUAN KEPUSTAKAAN

2.1 Landasan Teoritis

2.1.1 *Leverage*

Menurut Ross dkk (2012:158) *leverage* adalah berapa banyak perusahaan tersebut mengandalkan utang. Semakin besar pembiayaan utang yang digunakan satu perusahaan dalam struktur modal, semakin besar *leverage* digunakan perusahaan. *Leverage* dapat mempengaruhi keuntungan para pemegang saham perusahaan, namun *leverage* bisa jadi tidak mempengaruhi biaya permodalan keseluruhan suatu perusahaan. Jika hal tersebut terjadi maka struktur permodalan suatu perusahaan tidak relevan karena perubahan pada struktur permodalannya tidak mempengaruhi nilai perusahaan tersebut.

Menurut Harahap (2013) *leverage* adalah rasio yang menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal, rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal.

Menurut Fahmi (2014), hutang mempunyai beberapa keuntungan bagi perusahaan, yaitu: biaya bunga yang mengurangi beban pajak, kreditor hanya mendapat bunga yang relatif tetap sehingga kelebihan keuntungan merupakan klaim bagi pemilik perusahaan, dan kreditor tidak memiliki hak suara sehingga pemilik dapat mengendalikan perusahaan dengan dana yang lebih kecil. Sedangkan penggunaan hutang juga memiliki kelemahan, karena hutang yang

semakin tinggi meningkatkan risiko *technical insolvency*, yaitu apabila bisnis perusahaan tidak bagus, pendapatan operasi menjadi rendah dan tidak cukup untuk menutup biaya bunga sehingga kekayaan pemilik menjadi berkurang. Pada kondisi yang ekstrim, kerugian tersebut dapat membahayakan perusahaan karena dapat terancam kebangkrutan.

2.1.2 Aset Tetap

Aset tetap atau yang dikenal dengan *tangibility*, merupakan rasio antara aktiva tetap perusahaan dengan total aktiva (*asset*). Aset menunjukkan aktiva yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan. Semakin besar aset diharapkan, maka semakin besar hasil operasional yang dihasilkan oleh perusahaan. Peningkatan aset yang diikuti oleh hasil operasi akan semakin menambah kepercayaan pihak luar terhadap perusahaan. Dengan meningkatnya kepercayaan pihak luar (kreditor) terhadap perusahaan, maka proporsi hutang semakin lebih besar daripada modal sendiri (Harahap, 2013).

Aset tetap (aset tetap yang berwujud) merupakan aktiva tetap yang merupakan harta dan kekayaan atau sumber daya entitas bisnis perusahaan yang diperoleh dari hasil transaksi pada masa lalu. Aset tetap digunakan dalam menjalankan aktivitas operasional usaha entitas guna menghasilkan barang atau jasa, serta mempunyai kegunaan dalam operasi normal perusahaan, memiliki kegunaan yang relatif permanen (Munawir, 2015).

Menurut Fahmi (2014), aktiva tetap dapat dijadikan jaminan dalam melakukan pinjaman utang, dan karenanya dapat mereduksi biaya dari kesulitan keuangan (*cost of financial distress*) dan ini akan semakin meningkatkan

kapasitas tingkat utang yang dapat menguntungkan perusahaan. Hipotesis ini sesuai dengan teori *trade-off*, dimana perusahaan perlu menyeimbangkan antara manfaat dan biaya dari penggunaan utang.

2.1.3 Set Kesempatan Investasi

Menurut Myers (2010) *investment opportunity set* (IOS) merupakan keputusan investasi dalam bentuk kombinasi antara aktiva yang dimiliki (*asset in place*) dan pilihan investasi yang akan datang dengan *Net Present Value* (NPV) positif dana akan mempengaruhi nilai perusahaan. Menurut Kallapur dan Trombley (2011) pertumbuhan merupakan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan *size*-nya, sementara set kesempatan investasi merupakan opsi untuk berinvestasi pada suatu proyek yang memiliki *net present value* positif.

Menurut Gaver dan Gaver (2013), opsi investasi masa depan tidak semata-mata hanya ditunjukkan dengan adanya proyek-proyek yang didukung oleh kegiatan riset dan pengembangan saja, tetapi juga dengan kemampuan perusahaan yang lebih dalam mengeksplorasi kesempatan mengambil keuntungan dibandingkan dengan perusahaan lain yang setara dalam suatu kelompok industrinya. Kemampuan perusahaan yang lebih tinggi ini bersifat tidak dapat diobservasi (*unobservable*).

Jogiyanto (2014) menyatakan bahwa rasio set kesempatan investasi mencerminkan bahwa pasar menilai *return* dari investasi perusahaan di masa depan dari return yang diharapkan dari ekuitasnya. Adanya perbedaan antara nilai pasar dan nilai buku ekuitas menunjukkan kesempatan investasi perusahaan.

Perusahaan yang *profitable* memiliki dorongan membayar dividen relatif rendah dalam rangka memiliki dana internal lebih banyak untuk membiayai proyek-proyek investasinya. Apabila perusahaan berada dalam kondisi yang baik maka manajemen perusahaan cenderung akan mengalokasikan laba yang didapat untuk dijadikan sumber pembiayaan internal dalam bentuk laba ditahan untuk investasi baru daripada membayar dividen yang tinggi kepada pemegang saham. Dana yang seharusnya dapat dibayarkan sebagai dividen tunai kepada pemegang saham oleh perusahaan akan digunakan untuk pembelian investasi yang menguntungkan, bahkan untuk mengatasi masalah *underinvestment*. Sebaliknya, perusahaan yang mengalami pertumbuhan lambat cenderung membagikan dividen lebih tinggi untuk mengatasi masalah *overinvestment* (Myers dan Majluf, 2011)

2.2 Penelitian Sebelumnya

Beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik ini, yaitu Maharamya (2013) yang meneliti tentang analisis pengaruh *asset tangibility*, *size*, *growth opportunity*, dan *profitability* terhadap *leverage* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2008-2011. Hasil penelitiannya membuktikan bahwa *growth opportunity* dan *asset tangibility*, *size*, *growth opportunity*, dan *profitability* berpengaruh terhadap *leverage*.

Selanjutnya Yustiana (2014) melakukan penelitian yang berjudul Analisis Pengaruh *asset tangibility*, *return on investment*, *firm size* dan *rate of growth* terhadap *leverage* pada perusahaan Manufaktur yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2013. Penelitian ini menyatakan *asset tangibility* *return*

on investment dan *firm size* berpengaruh terhadap *leverage*, sedangkan *rate of growth* tidak berpengaruh terhadap *leverage*.

Harjanti & Tandelilin pada tahun (2015) meneliti tentang pengaruh *firm size*, *asset tangibility*, *growth opportunity*, *profitability*, dan *bussiness risk* terhadap *leverage* pada perusahaan Manufaktur di BEI 2010-2013. Dibuktikan dari hasil penelitiannya bahwa *firm size*, *asset tangibility*, *growth opportunity* dan *profitability* berpengaruh terhadap *leverage*, sedangkan *bussiness risk* tidak berpengaruh terhadap *leverage*.

Kemudian Fatmawati (2016) melakukan penelitian berjudul pengaruh *tangibility of assets* dan *investment opportunity set (IOS)* terhadap *leverage* pada perusahaan LQ-45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2014. Hasil penelitian menemukan bahwa *tangible of asset* berpengaruh terhadap *leverage*, sedangkan *investment opportunity set* tidak berpengaruh terhadap *leverage*.

Penelitian lainnya yang mendukung penelitian ini adalah Sofia (2018) yaitu pengaruh *asset tangibility*, *size*, *profitability*, *growth* dan *earning volatility* terhadap *leverage* pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2013-2016. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *asset tangibility* berpengaruh terhadap *leverage*.

Untuk lebih jelas, berapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan terkait variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini tercantum dalam tabel 2.1:

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Sebelumnya

No.	Peneliti, (Tahun)	Unit Analisis	Variabel	Metode Analisis	Perbandingan		Hasil Penelitian
					Persamaan	Perbedaan	
1.	Maharam ya (2013)	Perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia	– Variabel independen: <i>asset tangibility, size, growth opportunity, dan profitability</i> – Variabel Dependen: <i>leverage</i>	Regresi Linear	Aset tetap dan <i>leverage</i>	<i>size, growth opportunity, dan profitability</i>	<i>Growth opportunity, asset tangibility, size, growth opportunity, dan profitability berpengaruh terhadap leverage</i>
2.	Yustiana (2014)	Perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia	– Variabel independen: <i>Asset Tangibility, Return On Investment, Firm Size dan Rate Of Growth</i> – Variabel dependen: <i>leverage</i>	Regresi Linear Berganda	Aset tetap dan <i>leverage</i>	<i>Return On Investment, Firm Size dan Rate Of Growth</i>	<i>Asset Tangibility Return On Investment dan Firm Size berpengaruh terhadap Leverage. Sedangkan Rate Of Growth tidak berpengaruh terhadap Leverage</i>
3.	Harjanti & Tandelili n (2015)	Perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia	– Variabel independen: <i>Firm Size, Asset Tangibility, Growth Opportunity, Profitability, dan Bussiness Risk</i> – Variabel dependen: <i>leverage</i>	Regresi Linear Berganda	Aset tetap dan <i>leverage</i>	<i>Firm Size, Growth Opportunit y, Profitabilit y, dan Bussiness Risk</i>	<i>Firm Size, Asset Tangibility, Growth Opportunity dan Profitability berpengaruh terhadap Leverage. Sedangkan Bussiness Risk tidak berpengaruh terhadap leverage</i>
4.	Fatmawa ti (2016)	Perusahaan LQ-45 di Bursa Efek Indonesia	– Variabel independen: <i>tangibility of assets dan investment opportunity set (IOS)</i>	Regresi Linear Berganda	Aset tetap, set kesempatan investasi dan <i>leverage</i>	-	<i>Tangible of asset berpengaruh terhadap leverage, sedangkan investment opportunity</i>

			– Variabel dependen: <i>leverage</i>				set tidak berpengaruh terhadap <i>leverage</i>
5.	Sofia (2018)	Perusahaan sektor manufaktur di Bursa Efek Indonesia	– Variabel independen: <i>asset tangibility, size, profitability, growth</i> dan <i>earning volatility</i> – Variabel dependen: <i>leverage</i>	Regresi Linear Berganda	Aset tetap dan <i>leverage</i>	<i>Size, profitability, growth</i> dan <i>earning volatility</i>	<i>Asset tangibility, size, profitability</i> dan <i>earning volatility</i> berpengaruh terhadap <i>leverage</i> . Sedangkan <i>earning volatility</i> tidak berpengaruh terhadap <i>leverage</i>

2.3 Kerangka Pemikiran

2.3.1 Hubungan Aset Tetap dengan *Leverage*

Menurut Sartono (2010) aset tetap adalah suatu aktiva yang nilainya tergantung pada sifat fisik tertentu dan termasuk aset direproduksi seperti bangunan atau mesin dan non-direproduksi aset seperti tanah, tambang, atau karya seni, juga disebut asset riil. Aset tetap merupakan variabel yang penting dalam keputusan pendanaan perusahaan, karena aktiva tetap menyediakan jaminan (*collateral*) bagi pihak kreditur. Dengan adanya jaminan maka akses pinjaman dana berupa utang akan lebih dapat terealisasi dibandingkan dengan tidak adanya jaminan. Jika aset tetap perusahaan tersebut tinggi berarti jumlah aktiva tetap mereka juga besar. Semakin tinggi aset tetap perusahaan menunjukkan semakin tinggi kemampuan dari perusahaan tersebut untuk dapat menjamin utang jangka panjang yang dipinjamnya sehingga perusahaan dengan aset tetap tinggi cenderung memenuhi kebutuhan modalnya dengan dana yang bersumber dari

pihak luar atau utang. Sebaliknya semakin rendah aset tetap dari suatu perusahaan menunjukkan semakin rendah kemampuan dari perusahaan tersebut untuk dapat menjamin utang jangka panjangnya.

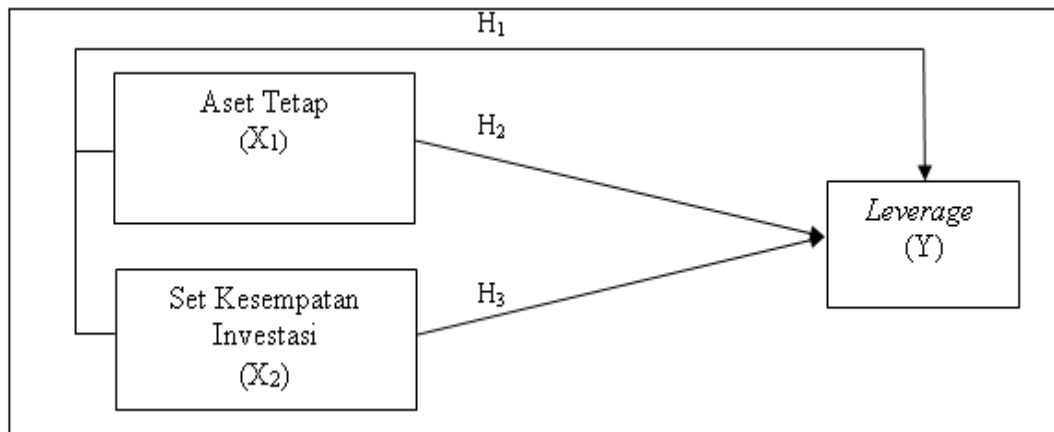
Sofia (2018) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki nilai aset tetap dapat mempengaruhi keputusan seorang manajer perusahaan dalam mengambil kebijakan *leverage*.

2.3.2 Hubungan Set Kesempatan Investasi dengan *Leverage*

Menurut Munawir (2015) set kesempatan investasi dapat dijadikan sebagai indikator pertumbuhan perusahaan, sehingga perusahaan tersebut tergolong perusahaan tumbuh yang akan berimplikasi terhadap minimalisasi hutang. Para investor dapat melihat seberapa besar aliran modal tambahan suatu perusahaan. Semakin besar aliran tambahan modal saham, maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk memanfaatkan sebagai tambahan investasi sehingga perusahaan tersebut mempunyai kesempatan untuk dapat tumbuh.

Fatmawati (2016) mengungkapkan dalam penelitiannya bahwa perusahaan yang memiliki nilai set kesempatan investasi yang tinggi akan memiliki hutang yang rendah, karena perusahaan sedang tumbuh sehingga perusahaan lebih memilih menggunakan modal sendiri.

Sebagai variabel independen yaitu aset tetap (X_1) dan set kesempatan investasi (X_2), sedangkan variabel dependen yaitu *leverage* (Y) perusahaan sektor periklanan, percetakan dan media di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2017. Maka skema kerangka pemikiran dapat dilihat pada gambar 2.1 berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Berdasarkan hubungan antar variabel yang telah dipaparkan sebelumnya, maka hipotesis penelitian ini adalah:

Ha₁: aset tetap dan set kesempatan investasi secara simultan berpengaruh terhadap *Leverage* pada perusahaan sektor periklanan, percetakan dan media di Bursa Efek Indonesia.

Ha₂: aset tetap secara parsial berpengaruh terhadap *Leverage* pada perusahaan sektor periklanan, percetakan dan media di Bursa Efek Indonesia.

Ha₃: set kesempatan investasi secara parsial berpengaruh terhadap *Leverage* pada perusahaan sektor periklanan, percetakan dan media di Bursa Efek Indonesia.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Dalam sebuah peniltian, perencanaan dan perancangan penelitian menjadi sangat perlu dilakukan agar penelitian dapat berjalan dengan baik dan sistematis. Menurut Erlina (2007:62) desain penelitian merupakan suatu rencana dan struktur penelitian yang dibuat sedemikian rupa agar diperoleh jawaban atas pertanyaan-pertanyaan penelitian. Dalam rencana tersebut tercakup hal-hal yang dilakukan peneliti mulai dari membuat hipotesis dan implikasinya secara operasional sampai kepada analisis data akhir.

Penelitian ini mengacu pada rancangan penelitian yang telah dikemukakan oleh Sekaran (2013) tersebut dengan berpedoman pada aspek yang harus terpenuhi. Masing-masing aspek dijelaskan sebagai berikut:

1) Sifat Studi

Sifat studi dalam penelitian ini adalah pengujian hipotesis. Studi yang termasuk dalam pengujian hipotesis biasanya bersifat menjelaskan hubungan tertentu, atau menentukan perbedaan antar kelompok atau kebebasan dua atau lebih faktor dalam suatu situasi (Sekaran, 2013). Pengujian hipotesis yang dilakukan adalah menguji variabel bebas yaitu, aset tetap dan set kesempatan investasi terhadap variabel tidak bebas yaitu *leverage*.

2) Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu suatu metode analisa yang setiap

variabelnya diukur dengan memberikan simbol-simbol angka yang berbeda-beda sesuai dengan kategori informasi yang berkaitan dengan variabel tersebut. Menurut Sugiyono (2012:2) penelitian kuantitatif adalah suatu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Pada penelitian ini, penelitian kuantitatif bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai pengaruh aset tetap dan set kesempatan investasi terhadap *leverage*.

3) Tingkat Intervensi Peneliti terhadap Studi

Tingkat intervensi peneliti dalam penelitian ini adalah intervensi minimal. Peneliti tidak ikut mempengaruhi kondisi *leverage* perusahaan periklanan, percetakan dan media saat diperoleh maupun saat proses audit. Oleh karena itu, tingkat intervensi peneliti rendah. Peneliti hanya mengumpulkan data berupa laporan keuangan yang telah di audit, dan selanjutnya menganalisis data tersebut.

4) Situasi Studi

Situasi studi dalam penelitian ini adalah tidak diatur. Peneliti ingin mengetahui pengaruh aset tetap dan set kesempatan investasi terhadap *leverage* tanpa intervensi peneliti terhadap sumber data di lapangan. Oleh karena itu studi berjalan dengan normal tanpa ada desakan atau pengaturan dari peneliti terhadap data-data di lapangan.

5) Unit analisis

Unit analisis merujuk pada tingkat kesatuan data yang dikumpulkan selama tahap analisis data selanjutnya (Sekaran, 2017:73). Unit analisis dalam penelitian

ini adalah perusahaan periklanan, percetakan dan media secara individu. Kesatuan data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data laporan keuangan perusahaan periklanan, percetakan dan media yang telah diaudit.

6) Horizon waktu

Horizon waktu dalam penelitian ini adalah data panel seimbang (*balance pooled data*), yaitu gabungan dari data *time series* dan data *cross sectional* yang terdapat berturut-turut selama periode pengamatan tahun 2015 s.d 2017. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2018. Oleh karena itu, peneliti menggunakan data terbaru tiga tahun terakhir sebelum tahun 2018 untuk menyelaraskan dengan tahun terjadinya penelitian.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah keseluruhan kelompok penelitian. Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah perusahaan-perusahaan percetakan, periklanan dan media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2017. Perusahaan tersebut terdiri dari 14 perusahaan pada tahun 2015, 15 perusahaan pada tahun 2016, dan 15 perusahaan pada tahun 2017.

Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian secara sensus,. Adapun kriteria-kriteria perusahaan yang menjadi populasi dalam penelitian ini, meliputi:

1. Perusahaan periklanan, percetakan dan media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 2015-2017.
2. Perusahaan periklanan, percetakan dan media yang mengeluarkan laporan keuangan lengkap selama tahun 2015-2017.

Berdasarkan kriteria tersebut, jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.1:

Tabel 3.1
Kriteria Pengambilan Sampel

No.	Uraian	2015	2016	2017	Jumlah
1.	Perusahaan periklanan, percetakan dan media yang terdaftar di BEI.	14	15	15	44
2.	Perusahaan periklanan, percetakan dan media yang mengeluarkan laporan keuangan selama tahun 2015-2017	0	0	0	0
3.	Jumlah Pengamatan Populasi	14	15	15	44

Sumber: IDX Statistik, 2015, 2016 dan 2017

Tahun pengamatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 3 tahun berturut-turut dari tahun 2015-2017, berdasarkan hasil penelitian diatas maka perusahaan yang diambil sampel adalah 44 perusahaan. Selanjutnya 44 perusahaan ini akan diolah datanya untuk menguji hipotesis penelitian. Hasil dari pengujian tersebut akan menjawab rumusan masalah penelitian.

3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder, berupa data laporan keuangan perusahaan periklanan, percetakan dan media tahun 2015-2017, yang diperoleh dengan mengakses *website* resmi BEI di www.idx.co.id.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan telah dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data (Kuncoro, 2010:148).

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa data laporan keuangan, yang diperoleh dengan mengakses *website* resmi BEI di www.idx.co.id.

Laporan keuangan yang menjadi sumber pengambilan data adalah laporan posisi keuangan dan laporan laba rugi pada periode 2015-2017. Pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan seluruh data sekunder dan seluruh informasi yang digunakan untuk menyelesaikan masalah yang ada dalam dokumen.

3.4 Definisi dan Operasional Variabel

3.4.1 *Leverage*

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *leverage*. Pranjoto (2014) menyatakan *leverage* mengukur besarnya aktiva yang dibiayai dengan utang. Utang yang digunakan untuk membiayai aktiva berasal dari kreditor, bukan dari pemegang saham ataupun investor, dimana *Leverage* diproksikan dengan DAR (*Debt to Asset Ratio*). Variabel ini diukur dengan rumus:

$$Debt\ to\ Asset\ Ratio = \frac{Total\ Hutang}{Total\ Assets}$$

3.4.2 Aset Tetap

Aset tetap menunjukkan suatu kekayaan yang biasanya dapat dijadikan jaminan. Variabel ini diukur dengan rumus (Ezeoha, 2015):

$$Aset\ Tetap = \frac{Aset\ Tetap}{Total\ Aset}$$

3.4.3 Set Kesempatan Investasi

Kallapur dan Trombley (2011) menyatakan set kesempatan investasi merupakan opsi untuk berinvestasi pada suatu proyek yang memiliki *net present value positif*. Adapun rumus set kesempatan investasi diproksikan dengan rumus *Price Earning Ratio* (PER) (Pagalung, 2015):

$$PER = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Earning Per Share}}$$

Secara ringkas definisi dan operasional variabel yang diteliti dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.2 berikut:

Tabel 3.2
Rincian Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
<i>Leverage</i> (Y)	<i>Leverage</i> mengukur besarnya aktiva yang dibiayai dengan utang. Utang yang digunakan untuk membiayai aktiva berasal dari kreditor, bukan dari pemegang saham ataupun investor (Pranjoto, 2014)	DAR = $\frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}}$ (Pranjoto, 2014)	Rasio
Aset Tetap (X ₁)	Suatu kekayaan yang biasanya dapat dijadikan jaminan (Ezeoha, 2015)	Aset Tetap = $\frac{\text{Aset Tetap}}{\text{Total Aset}}$ (Ezeoha, 2015)	Rasio
Set Kesempatan Investasi (X ₂)	Set kesempatan investasi merupakan opsi untuk berinvestasi pada suatu proyek yang memiliki <i>net present value positif</i> Kallapur dan Trombley (2011)	PER = $\frac{\text{Harga Saham}}{\text{Earning Per Share}}$ (Pagalung, 2015)	Rasio

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda (*multiple linear regresion*). Saat menganalisis data, peneliti menggunakan bantuan *software Statistical Package for the Social Science (SPSS)*. Analisis data tersebut dapat dirumuskan dengan persamaan:

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

Keterangan:

Y = *Leverage*

α = Konstanta

X_1 = Aset tetap

X_2 = Set Kesempatan Investasi

β_1, β_2 = Koefisien Regresi

e = Standar *Error*

3.6 Rancangan Pengujian Hipotesis

Rancangan pengujian hipotesis merupakan penyusunan alternatif jawaban untuk menjawab ketiga rumusan masalah dalam penelitian. Rancangan tersebut dinyatakan dalam hipotesis alternatif (H_a), yaitu:

H_{a1} : aset tetap dan set kesempatan investasi secara simultan berpengaruh terhadap *leverage* perusahaan periklanan, percetakan dan media di Bursa Efek Indonesia.

H_{a2} : aset tetap secara parsial berpengaruh terhadap *leverage* perusahaan periklanan, percetakan dan media di Bursa Efek Indonesia.

H_{a3} : set kesempatan investasi secara parsial berpengaruh terhadap *leverage* perusahaan periklanan, percetakan dan media di Bursa Efek Indonesia.

Untuk mengetahui aset tetap dan set kesempatan investasi secara simultan berpengaruh terhadap *leverage* perusahaan periklanan, percetakan dan media dapat diketahui dengan melihat hasil *output* SPSS. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a) Jika $\beta_1 = \beta_2 = 0$, maka H_{a1} ditolak. Artinya aset tetap dan set kesempatan investasi secara simultan tidak berpengaruh terhadap *leverage* perusahaan periklanan, percetakan dan media di Bursa Efek Indonesia.
- b) Sebaliknya, paling tidak ada satu dari β_i (β_1 & β_2) $\neq 0$, maka H_{a1} diterima. Artinya aset tetap dan set kesempatan investasi secara simultan tidak berpengaruh terhadap *leverage* perusahaan periklanan, percetakan dan media di Bursa Efek Indonesia.

Selanjutnya, untuk mengetahui aset tetap dan set kesempatan investasi secara parsial berpengaruh terhadap *leverage* perusahaan periklanan, percetakan dan media di Bursa Efek Indonesia, dapat diketahui dengan melihat hasil *output* SPSS. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut (Supranto, 2010:190):

- a) Jika nilai koefisien regresi (β) sama dengan nol ($\beta_i=0$), maka H_{a1} dan H_{a2} , ditolak. Artinya aset tetap dan set kesempatan investasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap *leverage* perusahaan periklanan, percetakan dan media di Bursa Efek Indonesia.

b) Sebaliknya, jika nilai koefisien regresi (β) tidak sama dengan nol ($\beta_i \neq 0$), maka H_{a1} dan H_{a2} , diterima. Artinya aset tetap dan set kesempatan investasi secara parsial berpengaruh terhadap *leverage* perusahaan periklanan, percetakan dan media di Bursa Efek Indonesia.

Dalam penelitian ini, nilai signifikan dari hasil pengolahan data tidak diinterpretasikan. Hal tersebut karena penelitian ini mengamati seluruh elemen populasi, sehingga setiap hasilnya akan langsung disimpulkan ke populasi. Nilai signifikan tersebut tidak dibandingkan dengan tingkat signifikan, baik pada tingkat 1% (0,01) ataupun 5% (0,05) (Santoso, 2010:79).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Statistik Deskriptif

Data yang diuji yaitu meliputi aset tetap dan set kesempatan investasi sebagai variabel independen, dan *leverage* sebagai variabel dependen. Statistik deskriptif dari data penelitian dapat dilihat pada Tabel 4.1

Tabel 4.1
Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Aset Tetap	44	,0003	1,27	,2980	,29477
Set Kesempatan Investasi	44	-384,62	1035,90	49,0127	188,24314
Leverage	44	,12	,79	,3986	,19713
Valid N (listwise)	44				

Dari hasil Tabel 4.1 dapat dilihat nilai rata-rata, terendah dan tertinggi variabel yang diteliti pada perusahaan periklanan, percetakan & media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2015-2017 sebanyak 44 perusahaan. Rata-rata nilai *leverage* perusahaan-perusahaan periklanan, percetakan & media adalah 0,3968. Untuk nilai *leverage* terendah yaitu 0,12 pada perusahaan Elang Mahkota Teknologi Tbk. (EMTK) di tahun 2015. Sedangkan nilai *leverage* tertinggi yaitu sebesar 0,79 pada perusahaan MNC Sky Vision Tbk. (MSKY) di tahun 2015.

Aset tetap diperoleh nilai rata-rata 0,2980, artinya rata-rata perusahaan memiliki aset tetap sebesar 29,80% dari keseluruhan total aset yang dimiliki. Untuk aset tetap terendah yaitu sebesar 0,0003 dimiliki oleh Tempo Inti Media Tbk. (TMPO) pada tahun 2017. Sedangkan aset tetap tertinggi yaitu sebesar 1,27 yang dimiliki oleh Intermedia Capital Tbk. (MDIA) pada tahun 2015.

Set kesempatan investasi diperoleh nilai rata-rata 49,0127, artinya rata-rata harga saham perusahaan memiliki laba sebesar 4901,27% dari tiap-tiap per lembar saham. Untuk set kesempatan investasi terendah yaitu sebesar -384,62 dimiliki oleh Mahaka Media Tbk. (ABBA) pada tahun 2017. Sedangkan set kesempatan investasi tertinggi yaitu sebesar 1035,90 dimiliki oleh Graha Layar Prima Tbk. (BLTZ) pada tahun 2017.

4.1.2 Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis merupakan jawaban untuk semua rumusan masalah dalam penelitian ini. Rumusan masalah tersebut terdiri dari rumusan masalah pertama, kedua, dan ketiga. Ketiga hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini secara berurutan akan dipaparkan pada bagian ini. Hasil pengujian hipotesis secara ringkas dapat dilihat pada Tabel 4.2, sedangkan secara lengkap dapat dilihat pada Lampiran 4 *Output* Pengolahan Data.

Tabel 4.2
Hasil Pengujian Hipotesis

Persamaan $Y = 0,401 + 0,042 + 0,000 + e$				
<i>t-value</i>	9,632	0,412	-1,960	
<i>Sig. value</i>	0,000	0,683	0,057	
<i>F – value / Sig.</i>	1,922 / 0,159			
<i>R / R² / Adj. R²</i>	0,293 / 0,086 / 0,041			

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan Tabel 4.2 terlihat hasil pengujian hipotesis yang merupakan jawaban untuk rumusan masalah dalam penelitian ini. Secara berurutan jawaban rumusan masalah tersebut akan dipaparkan sebagai berikut:

4.1.2.1 Hasil Pengujian Hipotesis Pertama

Hasil pengujian hipotesis pertama merupakan jawaban untuk rumusan masalah yang pertama. Hasil pengujian hipotesis pertama dalam penelitian ini akan menjawab apakah aset tetap dan set kesempatan investasi berpengaruh terhadap *leverage*.

Berdasarkan Tabel 4.2 terlihat nilai koefisien beta (β) aset tetap dan set kesempatan investasi secara berurutan sebesar 0,042; dan 0,000. Nilai tersebut menunjukkan bahwa $0,042 \neq 0$; dan $0,000 = 0$. Hal ini berarti salah satu nilai koefisien beta tidak sama dengan nol ($\beta_1 \neq 0$). Selanjutnya nilai tersebut dimasukkan ke dalam kriteria menerima dan menolak hipotesis. Maka H_{a1} diterima, artinya aset tetap dan set kesempatan investasi berpengaruh terhadap *leverage*.

4.1.2.2 Hasil Pengujian Hipotesis Kedua

Hasil pengujian hipotesis kedua merupakan jawaban untuk rumusan masalah yang kedua. Hasil pengujian hipotesis kedua dalam penelitian ini akan menjawab apakah aset tetap berpengaruh terhadap *leverage*.

Berdasarkan Tabel 4.2 terlihat koefisien beta (β) aset tetap sebesar 0,042. Nilai tersebut menunjukkan bahwa $0,042 \neq 0$. Hal ini berarti nilai koefisien beta aset tetap tidak sama dengan nol ($\beta \neq 0$). Selanjutnya nilai tersebut dimasukkan ke dalam kriteria menerima dan menolak hipotesis. Maka H_{a2} diterima, artinya aset tetap berpengaruh terhadap *leverage*.

4.1.2.3 Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga

Hasil pengujian hipotesis ketiga merupakan jawaban untuk rumusan masalah yang ketiga. Hasil pengujian hipotesis ketiga dalam penelitian ini akan menjawab apakah set kesempatan investasi berpengaruh terhadap *leverage*.

Berdasarkan Tabel 4.2 terlihat koefisien beta (β) set kesempatan investasi sebesar 0,000. Nilai tersebut menunjukkan bahwa $0,000 = 0$. Hal ini berarti nilai koefisien beta set kesempatan investasi sama dengan nol ($\beta = 0$). Selanjutnya nilai tersebut dimasukkan ke dalam kriteria menerima dan menolak hipotesis. Maka H_{a3} ditolak, artinya set kesempatan investasi tidak berpengaruh terhadap *leverage*.

4.1.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi berfungsi untuk melihat kontribusi aset tetap dan set kesempatan investasi terhadap *leverage*. Berdasarkan Tabel 4.2 nilai *R Square* sebesar 0,086. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh aset tetap dan set kesempatan investasi terhadap *leverage* sebesar 8,6% ($0,086 \times 100\%$). Sedangkan sisanya yaitu sebesar 91,4% ($100\% - 8,6\%$) dipengaruhi oleh variabel bebas lain di luar penelitian ini. Dengan demikian, fluktuasi *leverage*, baik itu kenaikan ataupun penurunan sangat kecil dipengaruhi oleh aset tetap dan set kesempatan investasi.

4.2 Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis telah diperoleh melalui uji regresi linear berganda pada bagian sebelumnya. Selanjutnya pembahasan untuk hasil tersebut yaitu pengaruh aset tetap dan set kesempatan investasi terhadap *leverage* baik secara simultan maupun parsial akan dibahas berikut ini.

4.2.1 Pengaruh Aset Tetap dan Set Kesempatan Investasi Terhadap *Leverage*

Pengujian secara bersama-sama dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat yang ditentukan berdasarkan rancangan pengujian hipotesis yang telah dijelaskan sebelumnya. Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode sensus, sehingga tidak dilakukan pengujian signifikan terhadap nilai koefisien beta. Nilai koefisien beta yang diperoleh merupakan nilai beta yang diamati dari keseluruhan populasi. Berdasarkan rancangan pengujian hipotesis pertama, syarat H_{a1} diterima

adalah jika paling tidak ada satu satu $\beta_i \neq 0$ ($i = 1, 2$) yang berarti bahwa terdapat salah satu nilai β dari kedua variabel bebas yaitu aset tetap dan set kesempatan investasi yang nilainya tidak sama dengan nol. Nilai β dari kedua variabel bebas dapat dilihat pada Tabel 4.2. Dalam Tabel 4.2 didapatkan hasil bahwa $\beta_1 = 0,042$, $\beta_2 = 0,000$, sehingga H_{a1} diterima karena ada satu nilai β yang tidak sama dengan nol yaitu β_1 . Dengan demikian dapat dikatakan bahwa aset tetap dan set kesempatan investasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap *leverage*.

Nilai korelasi antar variabel (R) pada Tabel 4.2 adalah sebesar 0,293 yang berarti bahwa hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah sebesar 29,3%. Dalam hal analisis koefisien determinasi (R^2) pada Tabel 4.2 diperoleh nilai sebesar 0,086 atau sebesar 8,6%. Sehingga nilai tersebut menjelaskan bahwa kontribusi variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat sebesar 8,6% dan sisanya 91,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil ini, maka manajemen perusahaan dapat mempertimbangkan aset tetap dan set kesempatan investasi sebagai dasar pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk melakukan kebijakan *leverage* perusahaan.

4.2.2 Pengaruh Aset Tetap Terhadap *Leverage*

Berdasarkan rancangan pengujian hipotesis kedua yang telah dipaparkan pada Bab sebelumnya, maka syarat untuk menyatakan bahwa aset tetap berpengaruh terhadap *leverage* apabila nilai koefisien beta aset tetap tidak sama dengan nol ($\beta_1 \neq 0$). Nilai koefisien beta aset tetap pada Tabel 4.2 adalah sebesar 0,042. Mengacu pada

syarat tersebut, hasil penelitian ini menerima H_{a2} . Dengan demikian dapat dikatakan bahwa aset tetap secara parsial berpengaruh terhadap *leverage* pada perusahaan periklanan, percetakan & media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017. Hal ini berarti bahwa perusahaan yang memiliki aset tetap yang tinggi akan mempengaruhi kebijakan *leverage* perusahaan. Pengaruh positif tersebut semakin mempertegas bahwa peran dari aset tetap sebagai aset tetap berwujud mampu meningkatkan penggunaan hutang baik itu hutang jangka panjang maupun hutang jangka pendek untuk pendanaan investasinya. Perusahaan yang lebih banyak memiliki aset tetap akan lebih memilih menggunakan modal eksternal berupa hutang dalam mendanai kegiatan operasional maupun kegiatan investasi, dibandingkan perusahaan yang memiliki aset tetap yang relatif sedikit. Sartono (2010) menjelaskan bahwa aset tetap merupakan suatu aspek penting dalam mengambil keputusan *leverage* perusahaan, hal tersebut disebabkan karena aktiva tetap mampu menyediakan jaminan bagi pihak kreditur dalam meminjamkan dananya kepada debitur.

Pada penelitian menemukan hasil yang sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sofia (2018), Fatmawati (2016), Harjanti & Tandelilin (2015), Yustiana (2014) dan Maharamya (2013) yang juga menemukan bahwa aset tetap mampu mempengaruhi *leverage*. Namun hasil penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Fauzi (2013) dan Aqbar (2010) yang menemukan bahwa aset tetap tidak mampu mempengaruhi *leverage*.

4.2.3 Pengaruh Set Kesempatan Investasi Terhadap *Leverage*

Berdasarkan rancangan pengujian hipotesis ketiga yang telah dipaparkan pada Bab sebelumnya, maka syarat untuk menyatakan bahwa set kesempatan investasi berpengaruh terhadap *leverage* apabila nilai koefisien beta set kesempatan investasi tidak sama dengan nol ($\beta_2 \neq 0$). Nilai koefisien beta set kesempatan investasi pada Tabel 4.2 adalah sebesar 0,000. Mengacu pada syarat tersebut, hasil penelitian ini menolak H_{a2} . Dengan demikian dapat dikatakan bahwa aset tetap secara parsial tidak berpengaruh terhadap *leverage* pada perusahaan periklanan, percetakan & media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017. Hal ini berarti bahwa laba dari per lembar saham perusahaan yang mencerminkan kesempatan perusahaan dalam berinvestasi tidak akan mempengaruhi perusahaan dalam mengambil keputusan kebijakan *leverage*. Para kreditur tidak serta merta memberikan kucuran dana kepada debitur berdasarkan tingkat peluang berinvestasi yang dimiliki oleh debitur tersebut. Sehingga perusahaan sebagai debitur lebih memilih menggunakan modal internal dalam pengembangan kegiatan usahanya. Budi (2012) menjelaskan bahwa peluang berinvestasi yang dimiliki oleh suatu perusahaan tidak mampu memberikan sinyal kepada kreditur untuk memberikan dana dalam bentuk hutang kepada perusahaan tersebut, sehingga atas dasar itu perusahaan tidak akan mempertimbangkan set kesempatan investasi sebagai dasar pengambilan keputusan kebijakan *leverage*.

Hasil penelitian ini mendukung penemuan pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Fatmawati (2016), Kesuma (2009) serta Pancawati dan Rachmawati

(2012) yang menemukan bahwa set kesempatan investasi tidak berpengaruh terhadap *leverage*. Namun hasil penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian Ira dan Indira (2011) yang menemukan bahwa set kesempatan investasi berpengaruh terhadap *leverage*.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang dikemukakan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa:

1. Aset tetap dan set kesempatan investasi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap *leverage* pada perusahaan periklanan, percetakan & media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2017.
2. Aset tetap secara individu (parsial) berpengaruh terhadap *leverage* pada perusahaan periklanan, percetakan & media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2017.
3. Set kesempatan investasi secara individu (parsial) tidak berpengaruh terhadap *leverage* pada perusahaan periklanan, percetakan & media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2017.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan penelitian ini, maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi kreditur dalam menanamkan modalnya dapat mempertimbangkan aset tetap dan set kesempatan investasi karena dapat mempengaruhi *leverage* perusahaan.

2. Bagi pemilik dan manajemen perusahaan, diharapkan untuk mempertimbangkan aset tetap dan set kesempatan investasi dalam mengambil tindakan kebijakan *leverage* perusahaan.
3. Penelitian selanjutnya, diharapkan agar memilih atau menambah sektor industri lain, karena memungkinkan ditemukan hasil dan kesimpulan yang berbeda jika dilakukan pada sektor industri yang berbeda.
4. Penelitian selanjutnya, diharapkan memilih periode waktu yang lebih panjang karena memungkinkan dapat memberikan hasil penelitian yang lebih beragam serta diharapkan dapat menambah beberapa variabel lainnya yang diduga juga mampu mempengaruhi *leverage*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aqbar, Muhammad. (2010). Pengaruh *Market-to-Book Ratio*, *Firm Size*, *Tangibility of Assets*, *Firm Profitability* dan Tingkat Pertumbuhan Perusahaan terhadap Penggunaan *Leverage* Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2006-2008). *Skripsi*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Budi, Rahardjo. (2012). *Keuangan dan Akuntansi untuk Manajer Keuangan*. Yogyakarta: Andi Offsate.
- Brigham & Gapenski. (2011). *Intermediate Financial Management. Fifth edition International edition*. The Dryden Press.
- Erlina. (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis: untuk Akuntansi dan Manajemen*. Medan: USU Press.
- Ezeoha, A. E. (2015). *Manajemen Keuangan*. Jakarta: Erlangga.
- Fahmi, Irham. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Cetakan Keempat. Bandung: Alfabeta.
- Fatmawati, Laili. (2016). Pengaruh *Tangibility of Asset* dan *Investment Opportunity Set* Terhadap *Leverage* pada Perusahaan LQ – 45 yang Terdaftar di BEI Periode 2012-2014. *Artikel Ilmiah*. 1-11.
- Fauzi, Bayu Imam. (2013). Pengaruh Profitabilitas, Tingkat Pertumbuhan, Ukuran Perusahaan dan *Asset Tangibility* terhadap *Leverage* Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2009-2011). *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Febriminanto, RD. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2002-2011. *Skripsi*. Fakultas ekonomi, Universitas Indonesia.
- Gaver, Jennifer J., dan Kenneth M.Gaver. (2013). Additional Evidence On The Association Between The Investment Opportunity Set and Corporate Financing, Dividend, and Compensation Policies. *Journal Of Accounting And Economics*, 16 (3). 125-160.
- Harahap, S.S. (2013). *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Harjanti, T T dan Tandelilin, E. (2015). "Pengaruh Firm Size, Assets Tangible, Growth Opportunity, Profitability, dan Bussiness Risk Terhadap Leverage Perusahaan Manufaktur di Indonesia: Studi Kasus Di BEJ". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1 (1), 1-21.
- Ira, Prawita Sari dan Indira Januarti. (2011). Pengaruh *Investment Opportunity Set* Terhadap Leverage dengan Debt Covenant sebagai Variabel Moderating. *Seminar Nasional Ilmu Ekonomi Terapan, Fakultas Ekonomi UNIMUS*.
- Jogiyanto. (2014). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Kallapur, S dan M.A. Trombley. (2011). The Assosiation Between Investment Opportunity Set Proxies And Realized Growth. *Journal Of Bussines Finance And Accounting*.
- Kesuma, Ali. (2009). Anlisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Struktur Modal serta Pengaruhnya terhadap Harga Saham Perusahaan *Real Estate* yang *Go Public* di BEI. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. 11, (1), 38-45.
- Kuncoro, Mudrajad. (2010). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Maharamya, Dea. (2013). Analisis Pengaruh Assets Tangibility, Size, Growth Opportunity dan Profitability Terhadap Leverage pada Perusahaan Manufaktur (Good Cunsumer, Apparel and Other Textile dan Food and Beverages) Di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Jawa Timur: Universitas Pembangunan Nasional "Veteran".
- Margaretha, F & Agoeby, Y. (2014). Faktor-faktor yang mempengaruhi *Leverage* pada perusahaan publik. *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi dan Keuangan Publik*. 4 (1), 1-18.
- Mulyani, Sri dan Nur Fadrijih Asyik. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Earnings Response Coefficient Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta. *JAAI*, 11 (1), 35–45.
- Munawir. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty.
- Myers, S. (2010). Determinant of Corporate Borrowing. *Journal of Financial economics*.
- Myers, S. dan N. Majluf, (2011). Corporate borrowing. *Journal of Finance Economic*, 5 (5). 147-176.

- Pagalung, Gagaring. (2015). Pengaruh Kombinasi Keunggulan dan Keterbatasan Perusahaan terhadap Set Kesempatan (IOS). *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*. 6 (3). 45-69.
- Pancawati, Hardiningsih dan Rachmawati. (2012) Determinan Kebijakan *Leverage*. *Jurnal Dinamika Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*. 1, (1), 1-24.
- Pranjoto, Gatot Heru. (2014). Analisis *Leverage*. *Jurnal Neo-Bis*. 3 (1), 1-29.
- Ross, Westerfield dan Jordan. (2012). *Pengantar Keuangan Perusahaan Corporate Finance Fundamentals*.
- Sartono, A. (2010). *Manajemen Keuangan: Teori dan Aplikasi*. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE.
- Santoso, S. (2010). *Statistik Multivariat Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sekaran, & Bougie. (2013). *Research Methods for Business: A skill Building Approach*. New York: John wiley Sons.
- Sofia. (2018). Pengaruh *asset tangibility, size, profitability, growth* dan *earning volatility* terhadap *leverage* pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2013-2016. *Jurnal Akuntansi*, 4 (1), 1-19.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Wahidahwati. (2012). Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional pada Kebijakan Utang Perusahaan. Sebuah Perspektif Theory Agency. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, 5 (1), 1-16.
- Wulansari, Yenny. (2013). Pengaruh Investment Opportunity Set, Likuiditas Terhadap *Leverage*. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 2 (4), 52-69.
- Yustiana, Ratna Nuraini. (2016). Analisis Pengaruh Return On Investment, Fixed Asset Ratio Firm Size dan Rate Of Growth Terhadap Debt To Asset Ratio pada perusahaan Manufaktur yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2013. *Tesis*. Universitas Diponegoro Semarang.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Nama-nama Perusahaan Periklanan, Percetakan & Media yang Menjadi Sampel Penelitian

Tahun 2015

No	Kode Emiten	Nama Perusahaan
1	EMTK	Elang Mahkota Teknologi Tbk.
2	KBLV	First Media Tbk. [S]
3	FORU	Fortune Indonesia Tbk.
4	BLTZ	Graha Layar Prima Tbk. [S]
5	MDIA	Intermedia Capital Tbk. [S]
6	JTPE	Jasuindo Tiga Perkasa Tbk. [S]
7	LINK	Link Net Tbk. [S]
8	ABBA	Mahaka Media Tbk. [S]
9	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk. [S]
10	MSKY	MNC Sky Vision Tbk.
11	LPLI	Star Pacific Tbk. [S]
12	SCMA	Surya Citra Media Tbk. [S]
13	TMPO	Tempo Inti Media Tbk. [S]
14	VIVA	Visi Media Asia Tbk. [S]

Tahun 2016

No	Kode Emiten	Nama Perusahaan
1	EMTK	Elang Mahkota Teknologi Tbk.
2	KBLV	First Media Tbk. [S]
3	FORU	Fortune Indonesia Tbk.
4	BLTZ	Graha Layar Prima Tbk. [S]
5	MDIA	Intermedia Capital Tbk. [S]
6	JTPE	Jasuindo Tiga Perkasa Tbk. [S]
7	LINK	Link Net Tbk. [S]
8	ABBA	Mahaka Media Tbk. [S]
9	MARI	Mahaka Radio Integra Tbk. [S]
10	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk. [S]
11	MSKY	MNC Sky Vision Tbk.
12	LPLI	Star Pacific Tbk. [S]

13	SCMA	Surya Citra Media Tbk. [S]
14	TMPO	Tempo Inti Media Tbk. [S]
15	VIVA	Visi Media Asia Tbk. [S]

Tahun 2017

No	Kode Emiten	Nama Perusahaan
1	EMTK	Elang Mahkota Teknologi Tbk.
2	KBLV	First Media Tbk. [S]
3	FORU	Fortune Indonesia Tbk.
4	BLTZ	Graha Layar Prima Tbk. [S]
5	MDIA	Intermedia Capital Tbk. [S]
6	JTPE	Jasuindo Tiga Perkasa Tbk. [S]
7	LINK	Link Net Tbk. [S]
8	ABBA	Mahaka Media Tbk. [S]
9	MARI	Mahaka Radio Integra Tbk. [S]
10	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk. [S]
11	MSKY	MNC Sky Vision Tbk.
12	LPLI	Star Pacific Tbk. [S]
13	SCMA	Surya Citra Media Tbk. [S]
14	TMPO	Tempo Inti Media Tbk. [S]
15	VIVA	Visi Media Asia Tbk. [S]

Lampiran 2. Data Pengamatan Awal

Rasio *Leverage* Perusahaan Periklanan, Percetakan & Media

No	Kode Emiten	2015		
		Total Hutang (Rp)	Total Aset (Rp)	Rasio
1	EMTK	2.111.141.000.000	17.500.272.000.000	0,12
2	KBLV	5.247.517.000.000	13.711.988.000.000	0,38
3	FORU	149.602.000.000	283.692.000.000	0,53
4	BLTZ	316.401.000.000	798.710.000.000	0,21
5	MDIA	678.126.000.000	2.287.790.000.000	0,3
6	JTPE	536.052.000.000	886.847.000.000	0,6
7	LINK	770.793.000.000	4.438.116.000.000	0,17
8	ABBA	271.129.000.000	404.119.000.000	0,67
9	MNCN	4.908.164.000.000	14.474.557.000.000	0,34
10	MSKY	5.180.237.000.000	6.568.893.000.000	0,79
11	LPLI	343.490.000.000	2.443.149.000.000	0,14
12	SCMA	1.152.288.000.000	4.565.964.000.000	0,25
13	TMPO	195.097.000.000	346.473.000.000	0,56
14	VIVA	3.492.753.000.000	6.156.442.000.000	0,57
Rata-rata <i>Leverage</i>				0,41

No	Kode Emiten	2016		
		Total Hutang (Rp)	Total Aset (Rp)	Rasio
1	EMTK	4.570.540.000.000	20.376.368.000.000	0,22
2	KBLV	5.540.481.000.000	12.779.523.000.000	0,43
3	FORU	130.703.000.000	257.832.000.000	0,51
4	BLTZ	316.401.000.000	798.710.000.000	0,4
5	MDIA	754.380.000.000	2.973.235.000.000	0,25
6	JTPE	498.486.000.000	1.052.132.000.000	0,47
7	LINK	1.091.956.000.000	5.055.036.000.000	0,22
8	ABBA	268.439.000.000	427.808.000.000	0,63
9	MARI	35.623.000.000	210.860.000.000	0,17
10	MNCN	4.752.769.000.000	14.239.867.000.000	0,33
11	MSKY	4.079.133.000.000	5.348.524.000.000	0,76
12	LPLI	328.317.000.000	2.107.765.000.000	0,16

13	SCMA	1.115.204.000.000	4.820.612.000.000	0,23
14	TMPO	203.673.000.000	341.487.000.000	0,6
15	VIVA	4.209.302.000.000	6.836.551.000.000	0,62
Rata-rata <i>Leverage</i>				0,4

No	Kode Emiten	2017		
		Total Hutang (Rp)	Total Aset (Rp)	Rasio
1	EMTK	4.267.745.000.000	22.058.132.000.000	0,19
2	KBLV	6.203.819.000.000	12.427.188.000.000	0,5
3	FORU	114.151.000.000	236.280.000.000	0,48
4	BLTZ	228.098.000.000	1.343.389.000.000	0,17
5	MDIA	825.460.000.000	3.317.589.000.000	0,25
6	JTPE	842.906.000.000	1.390.327.000.000	0,61
7	LINK	1.128.177.000.000	5.541.101.000.000	0,2
8	ABBA	296.404.000.000	447.900.000.000	0,66
9	MARI	96.493.000.000	280.829.000.000	0,34
10	MNCN	4.855.744.000.000	14.509.903.000.000	0,33
11	MSKY	2.916.071.000.000	5.191.535.000.000	0,56
12	LPLI	320.156.000.000	1.925.326.000.000	0,17
13	SCMA	975.629.000.000	5.647.521.000.000	0,17
14	TMPO	245.568.000.000	385.490.000.000	0,64
15	VIVA	4.754.489.000.000	7.394.357.000.000	0,64
Rata-rata <i>Leverage</i>				0,39

Rasio Aset Tetap Perusahaan Periklanan, Percetakan & Media

No	Kode Emiten	2015		
		Aset Tetap (Rp)	Total Aset (Rp)	Rasio
1	EMTK	2.223.643.000.000	17.500.272.000.000	0,13
2	KBLV	2.806.231.000.000	13.711.988.000.000	0,20
3	FORU	6.742.000.000	283.692.000.000	0,02
4	BLTZ	291.237.000.000	655.349.000.000	0,44
5	MDIA	290.577.000.000	228.779.000.000	1,27
6	JTPE	325.282.000.000	886.847.000.000	0,37
7	LINK	3.492.811.000.000	4.438.116.000.000	0,79
8	ABBA	75.312.000.000	404.119.000.000	0,19
9	MNCN	4.145.497.000.000	14.474.557.000.000	0,29
10	MSKY	4.047.623.000.000	6.568.893.000.000	0,62
11	LPLI	15.782.000.000	2.443.149.000.000	0,01
12	SCMA	962.114.000.000	4.565.964.000.000	0,21
13	TMPO	191.539.000.000	346.473.000.000	0,55
14	VIVA	940.829.000.000	6.156.442.000.000	0,15

No	Kode Emiten	2016		
		Aset Tetap (Rp)	Total Aset (Rp)	Rasio
1	EMTK	2.367.423.000.000	20.376.368.000.000	0,12
2	KBLV	2.209.147.000.000	12.779.523.000.000	0,17
3	FORU	5.277.000.000	257.832.000.000	0,02
4	BLTZ	604.691.000.000	798.710.000.000	0,76
5	MDIA	296.005.000.000	2.973.235.000.000	0,10
6	JTPE	462.475.000.000	1.052.132.000.000	0,44
7	LINK	3.807.397.000.000	5.055.036.000.000	0,75
8	ABBA	66.250.000.000	427.808.000.000	0,15
9	MARI	3.477.000.000	210.860.000.000	0,02
10	MNCN	4.824.369.000.000	14.239.867.000.000	0,34
11	MSKY	3.966.308.000.000	5.348.524.000.000	0,74
12	LPLI	14.936.000.000	2.107.765.000.000	0,01
13	SCMA	966.766.000.000	4.820.612.000.000	0,20
14	TMPO	95.418.000.000	341.487.000.000	0,28
15	VIVA	839.013.000.000	6.836.551.000.000	0,12

No	Kode Emiten	2017		
		Aset Tetap (Rp)	Total Aset (Rp)	Rasio
1	EMTK	2.296.446.000.000	22.058.132.000.000	0,10
2	KBLV	2.017.599.000.000	12.427.188.000.000	0,16
3	FORU	3.837.000.000	236.280.000.000	0,02
4	BLTZ	1.042.988.000.000	1.343.389.000.000	0,78
5	MDIA	276.246.000.000	3.317.589.000.000	0,08
6	JTPE	464.063.000.000	1.390.327.000.000	0,33
7	LINK	4.026.139.000.000	5.541.101.000.000	0,73
8	ABBA	42.021.000.000	447.900.000.000	0,09
9	MARI	5.201.000.000	280.829.000.000	0,02
10	MNCN	5.161.160.000.000	14.509.903.000.000	0,36
11	MSKY	3.526.492.000.000	5.191.535.000.000	0,68
12	LPLI	14.429.000.000	1.925.326.000.000	0,01
13	SCMA	993.621.000.000	5.647.521.000.000	0,18
14	TMPO	100.000.000	385.490.000.000	0,0003
15	VIVA	813.278.000.000	7.394.357.000.000	0,11

Rasio Set Kesempatan Investasi Perusahaan Periklanan, Percetakan & Media

No	Kode Emiten	2015		
		Harga Saham (Rp)	EPS	Rasio
1	EMTK	10.300	236,08	43,63
2	KBLV	1.875	-358,73	-5,23
3	FORU	700	4,39	159,45
4	BLTZ	4.500	-106,91	-42,09
5	MDIA	3.325	65,47	50,79
6	JTPE	232	36,65	6,33
7	LINK	4.000	210,19	19,03
8	ABBA	50	-13,59	-3,68
9	MNCN	1.855	83,05	22,34
10	MSKY	1.335	-109,92	-12,15
11	LPLI	180	-262,37	-0,69
12	SCMA	3.100	104,2	29,75
13	TMPO	69	9,07	7,61
14	VIVA	250	-1412,5	-5,65

No	Kode Emiten	2016		
		Harga Saham (Rp)	EPS	Rasio
1	EMTK	9.975	68,28	146,09
2	KBLV	1.215	-456,14	-2,66
3	FORU	318	-13,25	-24,00
4	BLTZ	8.600	54,76	157,05
5	MDIA	1.795	164,62	10,90
6	JTPE	308	45,34	6,79
7	LINK	5.150	269,03	19,14
8	ABBA	50	-14,77	-3,39
9	MARI	1.025	81,1	12,64
10	MNCN	1.755	95,87	18,31
11	MSKY	1.045	-25,41	-41,13
12	LPLI	232	-182,01	-1,27
13	SCMA	2.650	102,65	25,82

14	TMPO	149	18,74	7,95
15	VIVA	298	24,82	12,01

No	Kode Emiten	2017		
		Harga Saham (Rp)	EPS	Rasio
1	EMTK	9.500	17,9	530,73
2	KBLV	428	-485,22	-0,88
3	FORU	125	-10,84	-11,53
4	BLTZ	10.100	9,75	1035,90
5	MDIA	172	10,01	17,18
6	JTPE	274	21,06	13,01
7	LINK	5.500	243,3	22,61
8	ABBA	50	-0,13	-384,62
9	MARI	1.300	56,7	22,93
10	MNCN	1.320	78,58	16,80
11	MSKY	780	-36,95	-21,11
12	LPLI	130	-139,45	-0,93
13	SCMA	2.480	74,8	33,16
14	TMPO	280	2,91	96,22
15	VIVA	326	1,88	173,40

Lampiran 3. Output Pengolahan Data

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Set Kesempatan Investasi, Aset Tetap ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Leverage

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,293 ^a	,086	,041	,19303

a. Predictors: (Constant), Set Kesempatan Investasi, Aset Tetap

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,143	2	,072	1,922	,159 ^b
	Residual	1,528	41	,037		
	Total	1,671	43			

a. Dependent Variable: Leverage

b. Predictors: (Constant), Set Kesempatan Investasi, Aset Tetap

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,401	,042		9,632	,000
	Aset Tetap	,042	,102	,063	,412	,683
	Set Kesempatan Investasi	,000	,000	-,298	-1,960	,057

a. Dependent Variable: Leverage

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Aset Tetap	44	,0003	1,27	,2980	,29477
Set Kesempatan Investasi	44	-384,62	1035,90	49,0127	188,24314
Leverage	44	,12	,79	,3986	,19713
Valid N (listwise)	44				