

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata di zaman ini sudah menjadi suatu kebutuhan utama. Kebanyakan orang berwisata untuk memenuhi kebutuhan batinnya. Adanya perjalanan pertama kali dilakukan oleh bangsa-bangsa primitif dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk kelangsungan hidup. Tahun 400 sebelum masehi mulai dianggap modern karena sudah mulai ada muhibah oleh bangsa Sumeria dimana saat itu juga mulai ditemukan huruf, roda, dan fungsi uang dalam perdagangan. Muhibah wisata pertama kali dilakukan oleh bangsa Phoenesia dan Polynesia untuk tujuan perdagangan. Muhibah wisata untuk bersenang-senang pertama kali dilakukan oleh Bangsa Romawi pada abad I sampai abad V yang umumnya tujuan mereka bukan untuk kegiatan rekreasi seperti pengertian wisata dewasa ini, tetapi kegiatan mereka lebih ditujukan untuk menambah pengetahuan cara hidup, sistem politik, dan ekonomi. Terjadinya revolusi industri pada tahun 1760–1850 sehingga mengakibatkan perubahan dalam kehidupan masyarakat.

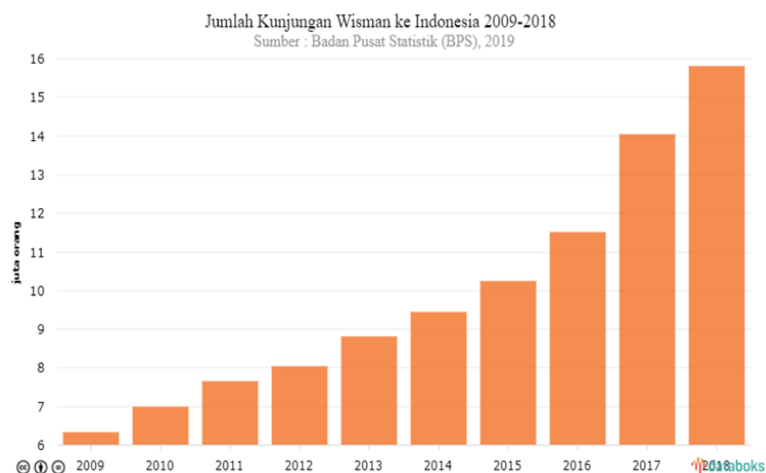
Abad XX, sejarah perkembangan pariwisata banyak dipengaruhi oleh perkembangan sarana angkutan. Sejak tahun 1963 mulai diperkenalkan paket perjalanan wisata dengan menggunakan pesawat terbang, seperti pesawat supersonik dan *concorde* dimana perjalanan dapat ditempuh dengan nyaman dan waktu yang relatif singkat. Timbulnya agen perjalanan, agen perjalanan umum, dan industri akomodasi disebabkan karena meningkatnya pendapatan per kapita penduduk terutama di negara-negara maju, seperti Eropa, Amerika, Jepang, dan negara lainnya, dan naiknya tingkat pendidikan masyarakat yang mempengaruhi rasa ingin tahu terhadap negara-negara luar.

Perkembangan pariwisata dunia masih terus berkembang dari waktu ke waktu. Menurut data yang tercatat di UNWTO (*The World Tourism Organization*) tahun 2018 ada 1.4 milyar wisatawan internasional yang berkunjung ke berbagai destinasi di seluruh dunia.

Menurut *World Tourism Barometer* tahun 2019, kedatangan wisatawan internasional meningkat sebesar 4% dari Januari hingga Juni 2019. UNWTO memperkirakan ada sekitar 671 juta wisatawan internasional yang mengunjungi destinasi wisata yang ada diseluruh dunia, jumlah ini lebih banyak sekitar 29 juta wisatawan yang berkunjung di periode yang

sama tahun sebelumnya (Januari–Juni 2018). Hal ini membuktikan bahwa pariwisata terus berkembang dan bertumbuh. Sejauh ini yang mendorong pariwisata untuk tetap maju adalah dikarenakan faktor ekonomi yang kuat dan memumpuni, peningkatan konektivitas di seluruh dunia, perjalanan udara yang relative terjangkau serta kemudahan dan peningkatan fasilitas visa.

Demikian halnya pariwisata dunia, pariwisata Indonesia juga menunjukkan perkembangan yang signifikan. Indonesia merupakan Negara kepulauan terbesar di dunia yang memiliki daya tarik yang besar juga dalam dunia kepariwisataan. Sabang hingga Marauke terpampang keindahan alam yang dapat dikunjungi oleh wisatawan, baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Semua hal tersebut menjadi kesempatan besar bagi Indonesia untuk terus maju mengembangkan pariwisata sebagai sektor utama penghasil devisa Negara.



Gambar 1.1 Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Tahun 2009-2018

Sumber : Badan Pusat Statistik (Data Diolah, 2019)

Pengembangan pariwisata ini sangat berpengaruh terhadap kedudukan ekonomi di Indonesia. Dengan adanya pariwisata, semakin besar peluang bagi Indonesia untuk mengembangkan dan menjadikan Indonesia sebagai suatu Negara yang maju. Sektor pariwisata menciptakan lapangan pekerjaan yang bisa mengatasi masalah pengangguran yang ada di Indonesia, sektor pariwisata juga memberikan sumbangan terhadap pendapatan Negara. Pada tahun 2017 sektor pariwisata memberikan kontribusi sebesar Rp 259.583 miliar kepada PDB (1,9% dari total PDB.)

Data dari *World Tourism Organization*, menyebutkan bahwa Indonesia menerima sebesar US\$ 12,5 miliar dari wisatawan mancanegara pada tahun 2018 yang datang ke Indonesia. Masing-masing perusahaan yang membentuk industri pariwisata adalah perusahaan jasa yang saling bekerja sama menghasilkan produk yang dibutuhkan wisatawan dalam perjalanan wisata. Demikian itu secara ekonomi, industri pariwisata disebut “*product lines*”, di mana suatu produk saling melengkapi produk lainnya untuk memberi kepuasan kepada wisatawan (Ningsih, 2014). Penerimaan pariwisata dari wisatawan mancanegara ini merupakan pengeluaran wisatawan mancanegara yang tercatat dalam perekonomian domestik, termasuk di dalamnya adalah dari pembayaran kepada maskapai nasional untuk transportasi secara internasional.

Distribusi pengeluaran wisatawan mancanegara pada tahun 2018 (dalam bentuk persen) dikelompokkan menjadi 6 bagian pengeluaran utama yaitu akomodasi sebesar 31,33% dari total pengeluaran dan juga merupakan pengeluaran terbesar oleh wisatawan mancanegara, selanjutnya diikuti oleh makanan dan minuman sebesar 18,39%, belanja sebesar 16,10%, transportasi sebesar 12,93%, paket tur sebesar 9,95% dan pengeluaran lainnya sebesar 11,31%. Melalui data ini dapat ditarik kesimpulan bahwa akomodasi dan layanan makanan dan minuman memberikan andil yang paling besar dalam pengeluaran wisatawan mancanegara.

Tabel 1.1 Distribusi Pengeluaran Wisatawan Mancanegara Tahun 2013-2018

Unit : Persen

Jenis Pengeluaran	2013	2014	2015	2016	2018
Akomodasi	48,91	45,72	44,64	43,83	31,33
Makanan dan Minuman	17,67	18,43	20,39	19,85	18,39
Cenderamata	7,87	7,15	6,6	6,61	-
Belanja	6,24	7,58	6,81	7,43	16,10 ^{*)}
Transport Lokal	6,77	7,28	7,91	9,22	12,93
Paket Tur Lokal	2,28	1,87	2,08	2,05	9,95
Penerbangan Domestik	1,97	2,05	2,67	1,7	-
Pesiar	2,05	1,88	1,8	2,49	-

Hiburan	2,85	3,11	3,61	3,14	-
Kesehatan dan Kecantikan	2,03	2,43	1,97	2,42	-
Pemandu Wisata	0,38	0,38	0,49	0,35	-
Pendidikan	0,17	0,22	0,28	0,22	-
Lainnya	0,81	1,9	0,75	0,69	11,31

**) Termasuk jenis pengeluaran cenderung mata*

Sumber : *Passenger Exit Survey*, Kementerian Pariwisata dan BPS (Data Diolah, 2019)

Tabel 1.1 menunjukkan distribusi pengeluaran wisatawan mancanegara yang beranekaragam. Pengeluaran tersebut berubah setiap tahunnya, perubahan tersebut ditunjukkan dengan terjadinya kenaikan dan penurunan setiap jenis pengeluaran.

Tingginya permintaan pada jasa pariwisata membuat pemerintah semakin gencar dalam melakukan pengembangan sektor pariwisata di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan dianggarkannya dana untuk menunjang berkembangnya pariwisata di Indonesia.

Rata-rata lama tinggal wisman adalah 7,66 hari pada tahun 2014. Pengeluaran rata-rata wisman per kunjungan di Indonesia tahun 2014 sebesar 1.183,43 dollar AS, sebagian besar untuk akomodasi dan makanan-minuman (64,15 persen). Semakin lama tinggal dan semakin banyak wisatawan membelanjakan uangnya, semakin bergerak perekonomian di daerah yang dikunjungi.

Makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok dan menjadi pos pengeluaran terbesar kedua setelah akomodasi. Dengan demikian, perkembangan kepariwisataan akan berpengaruh terhadap perkembangan usaha makanan dan minuman. Perbaikan sektor ekonomi akan meningkatkan nilai tambah untuk sektor pariwisata di daerah tersebut. Sebagaimana salah satu tujuan kepariwisataan dalam UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata yaitu meningkatkan kesejahteraan rakyat. Sehingga dibutuhkan kolaborasi antara pemerintah, pengusaha dengan masyarakat dalam sektor pariwisata, agar ekonomi di daerah tersebut bisa berkembang, dan kesejahteraan rakyat bisa meningkat.

Perusahaan sub sektor makanan dan minuman merupakan perusahaan yang terus mengalami pertumbuhan. PT Mayora Indah Tbk. merupakan salah satu perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia. Produk-produk PT Mayora Indah Tbk. diantaranya terdapat permen, kopi, wafer, coklat, minuman sereal. Merek dagang dari PT Mayora Indah Tbk. diantaranya adalah: Roma marie susu, roma biskuit kelapa, roma kelapa sandwich, roma malkist abon, sari gandum, sari gandum sandwich, kopiko, kopiko

cappuccino, permen tamarin, beng-beng, astor, choki-choki, kopi torabiko duo, torabiko moka, torabika cappuccino, torabika jahe susu, torabika creamy latte, energen. Terdapat produk-produk Mayora yang menginterpretasikan cita rasa khas Indonesia, seperti torabika jahe susu, roma biskuit kelapa, roma malkist abon, permen tamarin. Berkat adanya pemahaman terhadap konsumen, regulasi setempat, sistem distribusi dan budaya suatu daerah, Mayora dapat merambah pasar global, juga terus melakukan inovasi untuk menyesuaikan kebutuhan konsumennya di berbagai daerah agar dapat terus bersaing.

Produk dari PT Mayora Indah Tbk. hampir secara keseluruhan memberdayakan konten Indonesia termasuk bahan baku yang dipasok dari petani kopi dan singkong serta mesin buatan anak bangsa. Mayora Group juga melakukan pembinaan terhadap 70.000 petani kopi dan singkong agar mampu memproduksi hasil pertanian dengan kualitas yang baik (kemenperin.go.id). Pemanfaatan bahan baku lokal ini membantu rakyat daerah-daerah yang diberdayakan sumber daya alamnya dalam meningkatkan kesejahteraan di daerah tersebut. Mengetahui misi PT Mayora Indah Tbk. selain melakukan ekspor juga untuk membuktikan bahwa produk dengan merek Indonesia juga berkelas dunia sehingga secara tidak langsung perusahaan ini juga membantu memperkenalkan negara Indonesia kepada calon-calon wisatawan mancanegara.

Suatu perusahaan dalam menjalankan sistemnya agar prospek perusahaan baik di masa mendatang harus memperhatikan keputusan pendanaan. Perusahaan perlu menggunakan strategi pendanaan yang tepat dan harus sesuai situasi dan tujuan dari perusahaan itu sendiri. Keputusan strategis yang diambil oleh perusahaan tentunya akan berdampak pada kemajuan perusahaan tersebut dan memiliki efek yang berkelanjutan.

Dalam sebuah perusahaan, manajer keuangan memiliki tanggung jawab dalam melakukan pengelolaan dan pengambilan keputusan struktur modal yang terkait dengan urusan pembiayaan untuk segala aktifitas operasional ataupun investasi (Prabansari, Y., & Kusuma, 2005). Struktur modal adalah perbandingan antara utang jangka panjang dan modal sendiri (Weston dan Copeland, 1996). Salah satu keputusan penting yang dihadapi manajer dalam kaitannya dengan aktivitas operasi perusahaan adalah keputusan keuangan mengenai komposisi penggunaan modal sendiri, modal saham, maupun utang jangka pendek atau jangka panjang oleh perusahaan.

Riyanto (2001) menyatakan bahwa menurut asalnya, sumber pendanaan perusahaan terdapat dua jenis, sumber intern (modal sendiri) dan sumber ekstern (modal dari luar). Secara garis besar, keputusan pendanaan yang baik adalah kombinasi dari modal sendiri dan modal pinjaman karena suatu perusahaan sebaiknya dapat meminimalisir biaya modal yang

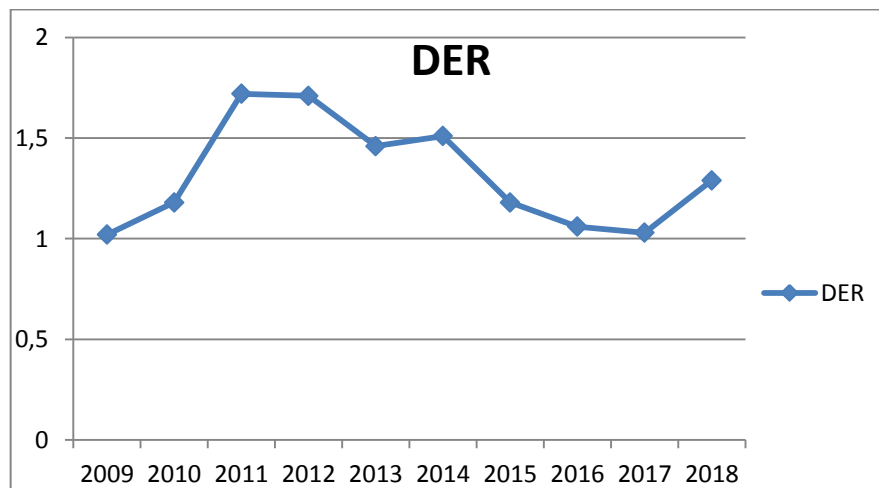
akan ditanggung oleh perusahaan, dan melakukan kombinasi dengan dana dari luar, salah satunya dengan menggunakan utang, dengan ini suatu perusahaan pun dapat meminimalisir jumlah biaya modal apabila perusahaan tidak memiliki sumber dana yang mencukupi untuk membiayai suatu investasi. Demi memaksimalkan nilai perusahaan sebagaimana upaya menekan biaya yang dikeluarkan untuk melakukan pendanaan, seorang manajer harus mengatur komposisi struktur modal yang optimal.

Namun, hingga saat ini belum ada teori yang dengan pasti dapat menentukan komposisi struktur modal yang optimal. Jika diamati ada perusahaan yang memiliki utang relatif besar dan sebagian lainnya memiliki utang yang relatif kecil. Maka kemudian hal ini terkait tentang bagaimana manajer mengidentifikasi beberapa faktor yang dapat memengaruhi keputusan penetapan komposisi yang optimal dalam penggunaan utang dan ekuitas secara tepat dengan harapan dapat memberikan keuntungan dan memaksimalkan nilai perusahaan.

Menurut Setiawan (2006) dalam Lestari (2015), keputusan pendanaan merupakan keputusan terkait seberapa besar tingkat penggunaan utang dibanding ekuitas dalam membiayai investasi suatu perusahaan. Keputusan pendanaan suatu perusahaan menjadi hal yang krusial dalam kegiatan operasional perusahaan dan juga memiliki resiko tersendiri bagi perusahaan (Joni dan Lina, 2010). Apabila utang suatu perusahaan meningkat maka perusahaan dengan sendirinya akan meningkatkan risiko kebangkrutan perusahaan (Prabansari dan Kusuma, 2005). Teori yang membahas mengenai struktur modal adalah *pecking order theory*. Myers dan Majluf (1984) menyatakan bahwa *pecking order theory* dapat menjelaskan perusahaan yang memiliki tingkat keuntungan yang tinggi justru mempunyai tingkat utang yang rendah. Namun, masih ada beberapa perusahaan yang tidak sesuai dengan *pecking order theory*, hal ini berarti tidak semua perusahaan dalam melakukan pendanaan sesuai dengan hierarki yang dijelaskan dalam *pecking order theory*. Secara lebih lanjut, preferensi manajer dinyatakan dalam urutan sumber pendanaan yang dimulai dari pendanaan internal sebagai sumber utama. Sumber dana dari utang menjadi prioritas kedua. Setelah itu, manajer keuangan menempatkan sumber dana dari penerbitan saham sebagai prioritas ketiga.

Sambora dkk (2014) menjelaskan bahwa *leverage* menggambarkan untuk melihat sejauh mana perbandingan pembiayaan aset perusahaan yang dibiayai oleh utang daripada dibiayai dengan modal sendiri. Semakin meningkat *leverage* suatu perusahaan menunjukkan tingginya risiko investasi. Sebaliknya, apabila semakin rendah tingkat *leverage* suatu perusahaan menunjukkan rendahnya risiko *leverage*.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan salah satu rasio struktur modal, yaitu *debt to equity ratio* (DER). Menurut Sambora dkk (2014), *debt to equity ratio* merupakan perbandingan antara jumlah utang dengan ekuitas atau modal sendiri dalam pendanaan perusahaan. Rasio ini bisa menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya dengan menggunakan modal sendiri. Semakin besar nilai *debt to equity ratio* maka jumlah utang yang dimiliki perusahaan semakin besar dibandingkan dengan besarnya modal sendiri. Juga sebaliknya, apabila nilai *debt to equity ratio* rendah maka jumlah modal sendiri yang dimiliki perusahaan semakin besar dibanding dengan jumlahnya, dengan penggunaan *debt to equity ratio* dapat diketahui rasio jumlah utang dan jumlah ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan. Hal ini dapat membuktikan apakah benar suatu perusahaan yang memiliki tingkat keuntungan yang tinggi justru memiliki tingkat utang yang rendah.



Gambar 1.2 Rasio *Debt to Equity Ratio* PT Mayora Indah Tbk. Periode 2009-2018

Sumber : Laporan Keuangan Perusahaan PT Mayora Indah Tbk Periode 2009-2018 (Data Diolah, 2020)

Berdasarkan Gambar 1.2 menunjukkan rasio keuangan *debt to equity ratio* (DER) dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir yang mengalami kenaikan dan penurunan atau fluktuasi. Semakin tinggi rasio *debt to equity ratio* maka semakin buruk kinerja keuangan perusahaan (Sari, P. I. P., & Abundanti, 2014). Terdapat beberapa pendapat mengenai penggunaan utang dalam struktur modal yang optimal. Weston dan Copeland (1996) menyatakan bahwa penggunaan utang yang optimal pada suatu perusahaan perbandingannya dengan total ekuitas tidak lebih dari 1, artinya penggunaan utang tersebut tidak lebih dari penggunaan ekuitas dalam struktur modalnya yang digunakan dalam aktivitas suatu perusahaan. *Debt to equity ratio* dari perusahaan PT Mayora Indah Tbk. periode 2009 – 2018 ini besarnya selalu diatas 1. Tingkat *debt to equity ratio* tertinggi terjadi pada tahun 2011

sebesar 1,72. Hal ini merupakan indikasi bahwa perusahaan dalam menjamin modal yang dimiliki untuk membayar utang perusahaan kurang efektif karena porsi utang melebihi porsi modal. Penelitian ini membahas faktor apa saja yang menyebabkan *debt to equity ratio* mengalami kenaikan dan penurunan, agar menjadi tambahan informasi dalam mengoptimalkan tingkat utang pada PT Mayora Indah Tbk. dan dapat dijadikan pembelajaran atau acuan untuk perusahaan lain dalam menjaga tingkat utang agar optimal sehingga bisa menarik lebih banyak investor.

Beberapa penelitian yang telah dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi struktur modal. Onofrei, Tudose, Durdureanu, & Anton, (2015) mengemukakan *asset tangibility*, profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan dan *growth opportunities* sebagai faktor penentu struktur modal. Penelitian yang dilakukan oleh Rajan et al. (1995), mereka menggunakan empat faktor yang memengaruhi struktur modal yaitu *asset tangibility*, *growth opportunities*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas. Selain itu, ada faktor-faktor lain juga yang dipertimbangkan yaitu stabilitas penjualan, struktur aset, leverage operasi, tingkat pertumbuhan, profitabilitas, pajak, kendali, sikap manajemen, sikap pemberi pinjaman dan lembaga pemeringkat, kondisi pasar, kondisi internal perusahaan, dan fleksibilitas perusahaan (Brigham & Houston, 2011). Meskipun ada banyak variabel yang dianggap sebagai faktor yang memengaruhi struktur modal, dalam penelitian kali ini variabel yang akan dibahas adalah *asset tangibility*, likuiditas, profitabilitas, *growth*, dan pajak.

Penelitian terdahulu yang telah diteliti oleh Fernandes & Sumiati (2019) dan Pujiani, S. & Prasetyono (2012) menemukan bahwa *asset tangibility* berpengaruh negatif terhadap struktur modal. Perusahaan yang mempunyai aset tetap yang tinggi memang mudah untuk mendapatkan pinjaman dengan menjaminkan aset perusahaan, tetapi perusahaan tidak akan menjaminkan asetnya untuk mendapatkan modal jika perusahaan tidak membutuhkan, apalagi bila dana internal masih mencukupi. Sesuai dengan *pecking order theory*, dimana perusahaan lebih mengutamakan menggunakan dana internal perusahaan terlebih dahulu. Sedangkan, dalam penelitian Yustyanti, D., & Datien (2019), Putri (2011) dan Heryanto (2004) *asset tangibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap *debt to equity ratio*.

Likuiditas menunjukkan jumlah modal yang tersedia untuk digunakan untuk membiayai pengeluaran perusahaan (Al-Khatib, 2012). Likuiditas merupakan faktor yang diasumsikan memengaruhi penggunaan utang perusahaan. Asumsi ini disimpulkan atas pemikiran bahwa semakin tinggi tingkat likuiditas suatu perusahaan, dengan tingkat ketersediaan kas yang juga tinggi maka akan timbul pengaruh negatif terhadap permintaan utang. Rajan, Raghuram G.

dan Zingales (1995) mengatakan hal tersebut sesuai dengan *pecking order theory* dimana likuiditas mempunyai pengaruh negatif terhadap struktur modal.

Penelitian sebelumnya yang telah dilakukan Yuliana dan Yuyetta (2017), Fernandes dan Sumiati (2019), dan Onofrei et al. (2015) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap struktur modal. Karena kondisi perusahaan yang memiliki likuiditas yang tinggi berarti memiliki aktiva lancar yang besar. Besarnya jumlah aktiva lancar yang dimiliki suatu perusahaan, mencerminkan bahwa perusahaan mampu untuk membiayai operasional perusahaan dengan sumber dana internal, sehingga perusahaan tidak lagi membutuhkan utang. Sedangkan, dalam penelitian Yustyanti dan Datien (2019) menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap struktur modal.

Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang memengaruhi tingkat utang perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Viviani (2008), Onofrei et al. (2015) dan Ozkan (2001), ditemukan profitabilitas berhubungan negatif dengan utang sehingga sejalan dengan *pecking order theory* yang menyatakan profitabilitas berpengaruh negatif terhadap tingkat *leverage*, dimana artinya semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin kecil tingkat utang perusahaan. Namun, menurut penelitian Mutamimah (2003) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dengan tingkat utang, karena perusahaan dapat dengan mudah untuk membayar pinjamannya dan perusahaan mempunyai akses yang bagus terhadap alternatif sumber pendanaan.

Kesempatan bertumbuh (*growth*) adalah kesempatan yang dimiliki perusahaan untuk dapat berkembang mencakup kesempatan untuk melakukan investasi di masa yang akan datang. Peningkatan aktiva dilakukan suatu perusahaan bila terdapat prospek bagus. Manajemen perusahaan akan berusaha memenuhi kebutuhan dana melalui sumber-sumber dana eksternal, sehingga pertumbuhan total aktiva cenderung berdampak positif terhadap tingkat *leverage*. Penelitian yang dilakukan oleh Onofrei et al. (2015), Rajan et al. (1995), Heryanto (2004), Józwiak, Marszalek, & Sekula, (2015) mengatakan bahwa variabel *growth* berpengaruh terhadap *debt to equity ratio*. Berbeda dengan penelitian Arief (2011) dan Yuliana & Yuyetta (2017) menyatakan bahwa *growth* tidak berpengaruh terhadap struktur modal.

Faktor lainnya yang memengaruhi struktur modal yaitu pajak, Suatu pengeluaran yang harus ditanggung perusahaan yang akan mengakibatkan berkurangnya laba perusahaan. Pratheepan dan Banda (2016) yang menyatakan bahwa pajak berpengaruh negatif signifikan terhadap struktur modal, hal ini karena perusahaan tidak berani menggunakan utang yang terlalu besar dalam mendanai aktivitasnya guna untuk memperoleh penghematan pajak yang

berasal dari beban bunga dengan pertimbangan akan semakin tingginya biaya kebangkrutan yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan penghematan pajak yang diperoleh. Budiono & Septiani (2017), Iriansyah & Dana (2013), Martariana, Suhadak, & Kertahadi (2013) menemukan bahwa pajak berpengaruh terhadap struktur modal. Sedangkan, dalam penelitian Widayanti, Triaryati, & Abundanti (2016) menemukan bahwa pajak tidak berpengaruh secara signifikan terhadap struktur modal.

Berdasarkan uraian di atas, hubungan variabel tersebut telah diuji oleh peneliti terdahulu dengan hasil yang tidak konsisten dan nilai rasio *debt to equity ratio* PT Mayora Indah Tbk yang kurang optimal karena besarnya diatas 1, maka penulis tertarik untuk meneliti faktor-faktor yang berpengaruh terhadap struktur modal PT Mayora Indah Tbk dengan judul penelitian “Pengaruh *Asset Tangibility*, Likuiditas, Profitabilitas, *Growth*, dan Pajak Terhadap Struktur Modal pada PT Mayora Indah Tbk”. Bagi pihak yang terkait, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan berguna untuk mengembangkan teori manajemen keuangan.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *asset tangibility* terhadap struktur modal pada PT Mayora Indah Tbk?
2. Bagaimana pengaruh likuiditas terhadap struktur modal pada PT Mayora Indah Tbk?
3. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap struktur modal pada PT Mayora Indah Tbk?
4. Bagaimana pengaruh *growth* terhadap struktur modal pada PT Mayora Indah Tbk?
5. Bagaimana pengaruh pajak terhadap struktur modal pada PT Mayora Indah Tbk?
6. Bagaimana pengaruh *asset tangibility*, likuiditas, profitabilitas, *growth*, dan pajak secara simultan terhadap struktur modal pada PT Mayora Indah Tbk?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut untuk memperoleh hasil temuan tentang :

1. untuk mengetahui bagaimana pengaruh *asset tangibility* terhadap struktur modal pada PT Mayora Indah Tbk;
2. untuk mengetahui bagaimana pengaruh likuiditas terhadap struktur modal pada PT Mayora Indah Tbk;

3. untuk mengetahui bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap struktur modal pada PT Mayora Indah Tbk;
4. untuk mengetahui bagaimana pengaruh *growth* terhadap struktur modal pada PT Mayora Indah Tbk;
5. untuk mengetahui bagaimana pengaruh pajak terhadap struktur modal pada PT Mayora Indah Tbk;
6. untuk mengetahui bagaimana pengaruh *asset tangibility*, likuiditas, profitabilitas, *growth*, dan pajak secara simultan terhadap struktur modal PT Mayora Indah Tbk.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapatkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gagasan terutama mengenai manajemen keuangan perusahaan sub sektor makanan dan minuman yaitu PT Mayora Indah Tbk.

2. Manfaat bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperbaharui kajian ilmu, terutama mengenai manajemen keuangan perusahaan subsektor makanan dan minuman. Sehingga hasil penelitian ini, dapat memberikan sumbangan bagi para akademisi untuk mengembangkan teori-teori manajemen keuangan.