ANALISIS UKURAN PERUSAHAAN PADA SEKTOR *CONSUMER GOODS* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Jurusan Akuntansi

Oleh :

DITHA AYU PRATIWI

2014310283

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2020

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama	:	Ditha Ayu Pratiwi
Tempat, Tanggal Lahir	:	Serui Papua, 22 Desember 1995
N.I.M	:	2014310283
Program Studi	:	Akuntansi
Program Pendidikan	:	Sarjana
Konsentrasi	:	Akuntansi Manajemen
Judul	:	AnalisisUkuran Perusahaan Pada Sektor *Consumer Goods* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Disetujui dan diterima baik oleh:

Dosen Pembimbing,
Tanggal :

Dra. Gunasti Hudiwinarsih, Ak., M.Si.,CA.,QIA
NIDN. 0713115901

Dosen Co-Pembimbing,
Tanggal :

LufiYuwanaMursita, S.E.,M.Sc.
NIDN. 0726109401

Ketua Program StudiSarjanaAkuntansi,
Tanggal :

Dr. Nanang Shonhadji, S.E., AK., M.Si., CA., CIBA., CMA.

EFFECT OF INTELLECTUAL CAPITAL ON PRODUCTIVITY IN CONVENTIONAL BANKING COMPANIES

DITHA AYU PRATIWI
STIE Perbanas Surabaya
E-mail : 2014310283@students.perbanas.ac.id

ABTRACT

This study aims to analyze the size of the company in consumer goods sector companies. Object of the study were 38 conventional consumer goods companies wich is listed in Indonesia Stock Exchange during the period 2014 to 2018. Company Size in this study was measure by total assets, total sales and total employees. The sample is determined using the Purposive Sampling method. The hypothesis was tested by using statistically descriptive. The result showed that consumer goods company is classified as a medium to upper class company because total annual sales are very high, with the company's ability to prosper employees and fulfill employee rights.

Keyword: *Total assets, total employees, total sales, consumer goods, company size*

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembang pesatnya perekonomian di Indonesia, menuntut sebuah perusahaan agar dapat mempersiapkan diri dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Selain itu, perusahaan juga tidak hanya dituntut untuk terus *going concern* atau hanya melanjutkan keberlangsungan hidup akan tetapi juga dituntut untuk memiliki keunggulan kompetitif dari perusahaan lain dalam memenangkan persaingan global. Perusahaan sebagai sebuah entitas yang memiliki tujuan untuk menghasilkan laba

sebanyak - banyaknya memerlukan beberapa aspek dalam mencapai tujuan tersebut. Banyak hal yang perlu diperhatikan seperti berapa modal yang dikeluarkan untuk kegiatan operasional dan keuangan perusahaan, baik yang berasal dari modal sendiri maupun modal pinjaman yang bersumber dari hutang maupun penjualan saham di bursa (Sri, 2018).

Tujuan perusahaan adalah memaksimumkan nilai saham (Karnadi,1993). Nilai pemegang saham akan meningkat apabila nilai perusahaan meningkat yang ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham. Bagi perusahaan yang masih bersifat private atau belum *go public*, nilai perusahaan ditetapkan oleh lembaga penilai atau *apprisial company* (Suharli 2006). Bagi perusahaan yang akan *go public* nilai perusahaan dapat diindikasikan atau tersirat dari jumlah variabel yang melekat pada perusahaan tersebut. Misalnya saja asset yang dimiliki perusahaan, keahlian manajemen mengelola perusahaan.

Setiap pemilik perusahaan akan selalu menunjukkan kepada calon investor bahwa perusahaan mereka tepat sebagai alternatif investasi maka apabila pemilik perusahaan tidak mampu menampilkan sinyal yang baik tentang nilai perusahaan, nilai perusahaan akan berada di atas atau dibawah nilai yang sebenarnya. Sedangkan nilai perusahaan bagi perusahaan yang sudah *go public*,

Para pemegang saham membayar jasa profesional pihak manajemen untuk mengedepankan kepentingan pemegang saham, yaitu kesejahteraan pemegang saham dan meningkatkan nilai perusahaan. *Agency theory* menyatakan berbeda, pihak manajemen bisa saja bertindak mengutamakan kepentingan pribadi (Jensen dan Meckling, 1976). Hal ini dapat menyebabkan konflik antara pemegang saham dan pihak manajemen.

Menurut Siti dan Rahmawati (2014) menyatakan bahwa ukuran perusahaan (*firm size*) menunjukkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari tingkat penjualan, jumlah tenaga kerja, jumlah asset

yang dimiliki atau dari nilai kapitalisasi pasar. Klasifikasi ukuran perusahaan menurut UU No.20 Tahun 2008 dibagi ke dalam 4 (empat) kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Penelitian ini akan berfokus pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yaitu sektor *Consumer Goods.* Dilansir oleh market.bisnis.com sektor *Consumer Goods* pada bulan April (2016) memimpin mayoritas sektor dan menopang penguatan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian perusahaan pada sektor ini memiliki total *aset* yang besar. Penelitian ini penting karena menjelaskan menganalisis Ukuran Perusahaan pada perusahaan sektor *consumer goods* untuk dijadikan referensi untuk para investor dalam berinvestasi. Berdasarkan latar belakang di atas, maka dalam penelitian ini Mengacu pada pemaparan diatas maka penelitian ini berfokus pada satu faktor di perusahaan *consumer goods* dengan judul. "Analisis Ukuran Perusahaan Pada Sektor *Consumer Goods* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia" Landasan Teori

Pada sub bab ini akan menjelaskan mengenai teori-teori yang mendukung dan mendasari terkait dengan penelitian ini.

2.2.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan gambaran besar kecilnya perusahaan yang dapat dijadikan proksi dari ketersediaan informasi, semakin besar perusahaan dan semakin komprehensif pengungkapan akan membuat investor lebih dapat menilai risiko perusahaan sehingga menurunkan biaya ekuitas (Brigham Houston, 2010:4). Menurut Ferry dan Jones dalam Jaelani (2001:79) ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan. Jadi ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya perusahaan yang yang dapat dilihat dari besar kecilnya modal yang digunakan, total aset yang dimiliki atau total penjualan yang diperoleh. Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan

informasi yang lebih tinggi dibanding dengan perusahaan yang berukuran kecil. Alasan lainnya adalah bahwa perusahaan besar mempunyai biaya produksi informasi yang lebih rendah yang berkaitan dengan pengungkapan mereka atau biaya *competitive disadvantage* yang lebih rendah pula. Perhatian investor terhadap perusahaan besar ditujukan pada kemungkinan adanya *opportunities* untuk mengembangkan dana yang mereka miliki, bila diinvestasikan dalam perusahaan tersebut perhatian pemerintah terhadap perusahaan besar tertuju pada harapan adanya pembayaran pajak yang cukup besar sebagai penerimaan negara. Sedangkan perhatian para analis ekonomi terhadap perusahaan besar terletak pada peranan dan kontribusi perusahaan terhadap roda perekonomian suatu negara.

Menurut Yangs (2011) ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap nilai perusahaan suatu perusahaan. Dalam hal ukuran perusahaan dilihat dari *total assets* yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Jika perusahaan memiliki *total asset* yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan aset yang ada di perusahaan tersebut. Kebebasan yang dimiliki manajemen ini sebanding dengan kekhawatiran yang dilakukan oleh pemilik atas asetnya. Jumlah aset yang besar akan menurunkan nilai perusahaan jika dinilai dari sisi pemilik perusahaan. Akan tetapi jika dilihat dari sisi manajemen, kemudahan yang dimilikinya dalam mengendalikan perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan.

2.2.2 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Klasifikasi ukuran perusahaan menurut UU No.20 Tahun 2008 dibagi kedalam 4 (empat) kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar.

Pengertian dari usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar menurut UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 1 (Satu) adalah sebagai berikut:

"1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

1. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasi, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kritera usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.

2. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

3. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia". Kriteria ukuran perusahaan yang diatur dalam UU No. 20 tahun 2008 adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1 Kriteria Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan	Kriteria	
	Aset (Tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha)	Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
Usaha Kecil	>50 juta - 500 juta	>300 juta - 2,5M
Usaha Menengah	>10 juta - 10 M	2,5 M - 50 M
Usaha Besar	> 10 M	>50 M

SUMBER : UU No. 22 tahun 2018

Kriteria di atas menunjukkan bahwa perusahaan besar memiliki aset (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) lebih dari sepuluh miliar rupiah dengan penjualan tahunan lebih dari lima puluh miliar rupiah.

2.2.3 Cara Mengukur Ukuran Perusahaan

Menurut Prasetyantoko (2008:257) pengukuran ukuran perusahaan adalah Aset total dapat menggambarkan ukuran perusahaan, semakin besar aset biasanya perusahaan tersebut semakin besar. Menurut Syafri (2007:23) pengukuran ukuran perusahaan adalah ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural (Ln) dari rata-rata total aktiva (total assets) perusahaan. Penggunaan total aset berdasarkan pertimbangan bahwa total aktiva mencerminkan ukuran perusahaan dan diduga mempengaruhi ketepatan waktu. Menurut Yogiyanto (2007:282) adalah ukuran aset digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, ukuran aset tersebut diukur sebagai logaritma dari total aset. Menurut Kurniasih (2012:150) ukuran perusahaan diukur melalui tiga metode melalui total aset, total *employee*, dan total *sales*. Hal ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

***1) SIZE = Ln Total Assets* (Kekayaan)**

Asset adalah semua hak yang dapat digunakan dalam operasi perusahaan

yang dapat dimasukkan ke dalam kolom *asset* salah satunya adalah gedung atau bangunan. Jadi kalau suatu perusahaan memiliki gedung senilai satu miliar rupiah, maka *asset* yang dihitung adalah satu miliar rupiah itu. Selain gedung, yang bisa dihitung sebagai asset bisa termaksud : merek dagang, paten teknologi, uang kas, mobil. Asset pada neraca disajikan pada sis kiri secara berurutan dari atas ke bawah. Penyusunan neraca dimulai dari yang paling likuid (lancar), yaitu mulai dari asset lancar, asset tetap dan seterusnya. Komponen asset lancar menurut Kasmir (2008:31).

Asset dipahami sebagai harta total. Namun biasanya untuk keperluan analisis dirinci menjadi beberapa kategori, seperti :

a. *Asset* lancar adalah jenis *asset* yang dapat digunakan dalam jangka waktu dekat, biasanya satu tahun.
b. Investasi jangka panjang yang mana dana yang digunakan akan diputar dan baru dapat dicairkan apabila sudah tiba jangka waktu tertentu biasanya paling cepat satu tahun.
c. *Asset* tetap adalah *asset* berwujud yang digunakan dalam operasi perusahaan dan tidak dimaksudkan untuk dijual dalam kegiatan normal perusahaan.
d. *Asset* pajak tangguhan adalah jumlah pajak penghasilan (PPh) yang dapat dipulihkan pada periode masa depan akibat adanya: akumulasi rugi pajak belum dikompensasi.
e. *Asset* lain sebagai akun neraca adalah *asset* yang dari berbagai hal tidak dapat di golongkan dalam kategoro-kategori *asset*.

Daftar asset dalam Neraca disusun menurut tingkat likuiditasnya, mulai dari yang paling likuid yang tidak likuid.

***2) SIZE = Ln Total Employee* (Karyawan)**

Jumlah karyawan merupakan salah satu komponen ukuran perusahaan. Jumlah karyawan yang besar merupakan salah satu kategori ukuran perusahaan yang besar.

Perusahaan akan memberikan upaya dalam memperbaiki kondisi karyawan, mengembangkan hak-hak karyawan, meningkatkan keamanan kerja, dan memberikan kompensasi yang layak.

***3) SIZE = Ln Total Sales* (Penjualan)**

Jumlah penjualan seluruh barang-barang yang merupakan usaha pokok dari perusahaan. Jika perusahaan merupakan perusahaan dagang maka penjualan perusahaan itu adalah hasil penjualan dari barang-barang dagangan yang dijual oleh perusahaan tersebut. Penjualan (*Sales*) merupakan jumlah keseluruhan dari penjualan, yang terdiri dari :

a. Penjualan kotor/bruto
b. Retur penjualan
c. Potongan penjualan
d. Penjualan bersih
e. Pajak penambahan nilai

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif, yaitu dengan mengumpulkan data sekunder yang berupa angka, lalu diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah. Penelitian ini merupakan penelitan dasar karena berdasarkan teori dan fenomena dari penelitian terdahulu. Berdasarkan permasalahan yang diteliti, penelitian ini menggunakan penelitian yang bersifat kausal komparatif. Penelitian kuantiatif menekankan pada pengujian teori-teori yang telah ditetapkan dengan menggunakan pengukuran data penelitian berupa angka-angka dan analisis statistik (Sugiyono, 2013 : 13).

3.2 Batasan Penelitian

Terdapat beberapa batasan yang harus ditetapkan untuk lebih memfokuskan pada kejelasan pembahasan, guna mempersempit pembahasan yang dianggap terlalu luas. Berikut adalah batasan-batasan yang ada didalam penelitian ini :

1. Penelitian ini menguji pengaruh ukuran perusahaan

pada perusahaan *consumer goods*.

2. Perusahaan yang diteliti adalah perusahaan *consumer goods* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2018. Tahun periode yang digunakan penelitian ini yaitu tahun 2014-2018
3. Data perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu laporan keuangan atau laporan tahunan perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2018

3.3 Identifikasi Variabel

Variabel dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan *Consumer Goods*.

3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Pada sub bab ini akan menjelaskan mengenai definisi operasional dan pengukuruan di setiap variabel yang diteliti dengan tujuan agar dapat memahami setiap variabel yang teridentifikasi dan cara pengukuran yang akan digunakan.

Ukuran perusahaan merupakan gambaran besar kecilnya perusahaan yang dapat dijadikan proksi dari ketersediaan informasi. Ukuran perusahaan pada penelitian ini diukur dengan menggunakan rumus :

***1) SIZE = Ln Total Assets* / Kekayaan**

Size diukur dengan menghitung total aset, total penjualan, jumlah tenaga kerja, dan sebagainya. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan dihitung dengan menjumlah total *aset* perusahaan dengan tujuan agar hasil ukuran yang diperoleh lebih jelas dibanding ukuran lainnya. Total *aset* perusahaan selanjutnya akan diproksikan dengan menggunakan natural log (Ln) total *aset*. Penggunaan Ln bertujuan untuk mengurangi fluktuasi data yang berlebih. Dengan menggunakan Ln, nilai miliar bahkan triliun akan disederhanakan, tanpa

mengubah proporsi dan nilai *aset* sebenarnya. Ukuran perusahaan diukur dengan rumus sebagai berikut :

SIZE = Ln (*Total aset*) / Kekayaan

Keterangan :

Size = Ukuran perusahaan

LnTA = Logaritma natural dari total *asset*

2) *SIZE = Ln Total Employee* / Karyawan

Jumlah karyawan merupakan salah satu komponen ukuran perusahaan. Jumlah karyawan yang besar merupakan salah satu kategori ukuran perusahaan yang besar. Perusahaan akan memberikan upaya dalam memperbaiki kondisi karyawan, mengembangkan hak-hak karyawan, meningkatkan keamanan kerja, dan memberikan kompensasi yang layak. Cowen,et al dalam Adikara, (2011) menyatakan bahwa perusahaan yang besar memiliki pengaruh terhadap masyarakat. Ukuran perusahaan diproksikan dengan nilai logaritma natural sebagai berikut :

Size = Ln *Total Employee* / Karyawan

Keterangan :

Size = Ukuran Perusahaan

LnTE = Logaritma natural dari jumlah karyawan

3) *SIZE = Ln Total Sales* / Penjualan

Menurut UU No. 9 tahun 1995 tentang usaha kecil point b, menjelaskan

"perusahaan yang memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000,- (satu milyar rupiah) digolongkan kelompok usaha kecil".Ketentuan tersebut menjelaskan bahwa perusahaan dengan hasil penjualan diatas satu milyar rupiah dapat digolongkan ke dalam industri menengah dan besar. Ukuran perusahaan diproksikan dengan nilai logaritma natural sebagai berikut :

Size = Ln *Total Revenues* / Penjualan

Keterangan :

Size = Ukuran perusahaan

LnTR = Logaritma natural dari total penjualan

3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor *consumer goods* yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tiga periode yaitu tahun 2014 – 2018 dengan menggunakan teknik pengambilan sampel metode *purposive sampling*. Hal ini dilakukan agar dapat memperoleh data yang sesuai dan dibutuhkan dengan variabel yang akan diteliti. Berikut adalah kriteria yang digunakan untuk pengambilan sampel yang harus dipenuhi :

1. Perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014 - 2018
2. Perusahaan *consumer goods* yang menampilkan laporan keuangan atau laporan tahunan di dalam Bursa Efek Indonesia atau *website* perusahaan
3. Perusahaan yang mengungkapkan data secara lengkap terkait variabel dan angka yang digunakan alat ukur variabel

3.6 Data dan Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang merupakan data dari laporan keuangan perusahaan *consumer goods* yang berasal dari Bursa Efek Indonesia (BEI) dan *website* perusahaan pada tahun 2014 - 2018.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik dengan pendekatan kuantitatif yang menggunakan model matematika dan statistika yang diklasifikasikan dalam kategori untuk mempermudah dalam menganalisis data (Imam, 2016:91). Dengan demikian tahap-tahap yang dilakukan dalam melakukan menganalisis data adalah sebagai berikut.

3.7.1 Analisis Data Stastistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis data statistik deksriptif yang

bertujuan untuk mengetahui nilai minimal, maksimal, *mean* atau nilai rata-rata serta standard deviasi untuk semua data dari semua variabel yang menjadi obyek penelitian. Deskripsi data dilakukan pada variabel-variabel yang akan diuji, yaitu ukuran perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods*.

Analisis stastistik deskriptif ini digunakan untuk memberikan gambaran atau mendeskripsikan suatu data dilihat dari rata-rata (*mean*), deviasi, maksimum, minimum, (Imam, 2013:19). Hal ini berlaku untuk semua variabel yang terdapat dalam penelitian baik variabel dependen maupun variabel independen. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2012:8) yaitu :

Menurut Sugiyono (2012: 13) penelitian deskriptif yaitu, penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain.

GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Gambaran Subjek Penelitian

Penelitian ini akan menganalisis ukuran perusahaan pada perusahaan sektor *Consumer Goods* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk periode 2014 - 2018. Pada penelitian ini menggunakan sektor *Consumer Goods* dengan dasar fenomena yang telah didapat oleh penelitian, selain itu perusahaan pada sektor *Consumer Goods* telah diuji oleh peneliti sebelumnya. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 38 perusahaan sektor *Consumer Goods* yang terdaftar di *website* BEI. Populasi dalam penelitian akan diseleksi dengan menggunakan metode *purposive* sampling. Pada proses penyeleksian data dengan kriteria yang sudah ditentukan maka menghasilkan suatu sampel.

Sampel pada penelitian ini berjumlah 190 sampel yang berasal dari 38 perusahaan sektor *Consumer Goods* selama 5 tahun periode laporan keuangan. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh penelitian tersebut, maka diperoleh sampel sebagai berikut :

Tabel. 4.1Sampel Penelitian

No	Keterangan	Jumlah
1	Perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini merupakan perusahaan *food and beverage* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014 - 2018. (38 Perusahaan x 5 Tahun)	**190**
2	Perusahaan yang tidak melaporkan laporan keuangan secara runtut dan lengkap tahun 2014-2018 (0 Perusahaan x 5 Tahun)	**0**
Jumlah Sampel (N)		**190**

Sumber: www.idx.co.id, data diolah pada lampiran

Berdasarkan Tabel 4.1 sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018. Jumlah sampel yang diperoleh yaitu sebanyak 190 sampel data dari 38 perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014 - 2018.

Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terkait dengan pengolahan data yang dilakukan menggunakan analisis deskriptif dengan alat bantu SPSS versi 25.0. Analisis data dalam penelitian ini terdiri dari analisis deskriptif. Statistik deskriptif adalah bagian dari statistika yang mempelajari cara pengumpulan data dan penyajian data sehingga mudah dipahami (Jogiyanto, 2015). Statistik deskriptif

berhubungan dengan hal yang menguraikan atau memberikan keterangan-keterangan mengenai suatu data atau keadaan. Dengan kata lain statistik deskriptif berfungsi menerangkan keadaan, gejala, atau persoalan. Penarikan kesimpulan pada statistika deskriptif (jika ada) ditujukan pada kumpulan data yang ada.

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif atau analisis deduktif merupakan statistik yang menggambarkan fenomena atau karakteristik dari data (Jogiyanto, 2015). Analisis statistik deskriptif menggambarkan rata-rata (*mean*), deviasi standar varian, maksimum, minimun yang akan digunakan berdasarkan seluruh hasil data yang telah ditetapkan. Untuk memudahkan pembaca dalam memahami data sampel, maka dalam penelitian ini uji statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui nilai maksimum, minimum, rata-rata, dan standar deviasi dalam variabel ukuran perusahaan. Deskripsi data dilakukan pada variabel-variabel yang akan diuji, yaitu ukuran perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014 - 2018.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya perusahaan yang yang dapat dilihat dari besar kecilnya modal yang digunakan, total *aset* yang dimiliki atau total penjualan yang diperoleh. Ukuran perusahaan merupakan gambaran besar kecilnya perusahaan yang dapat dijadikan proksi dari ketersediaan informasi, semakin besar perusahaan dan semakin komprehensif pengungkapan akan membuat investor lebih dapat menilai risiko perusahaan sehingga menurunkan biaya ekuitas (Brigham Houston, 2010:4). Menurut Ferry dan Jones dalam Jaelani (2001:79) ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding dengan perusahaan yang berukuran kecil. Alasan lainnya

adalah bahwa perusahaan besar mempunyai biaya produksi informasi yang lebih rendah yang berkaitan dengan pengungkapan mereka atau biaya *competitive disadvantage* yang lebih rendah pula.

Perhatian investor terhadap perusahaan besar ditujukan pada kemungkinan adanya *opportunities* untuk mengembangkan dana yang mereka miliki, bila diinvestasikan dalam perusahaan tersebut perhatian pemerintah terhadap perusahaan besar tertuju pada harapan adanya pembayaran pajak yang cukup besar sebagai penerimaan negara. Sedangkan perhatian para analis ekonomi terhadap perusahaan besar terletak pada peranan dan kontribusi perusahaan terhadap roda perekonomian suatu negara. Menurut Yangs (2011) ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap nilai perusahaan suatu perusahaan. Dalam hal ukuran perusahaan dilihat dari *total assets* yang dimiliki oleh perusahaan, yang dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Jika perusahaan memiliki *total asset* yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan *aset* yang ada di perusahaan tersebut.

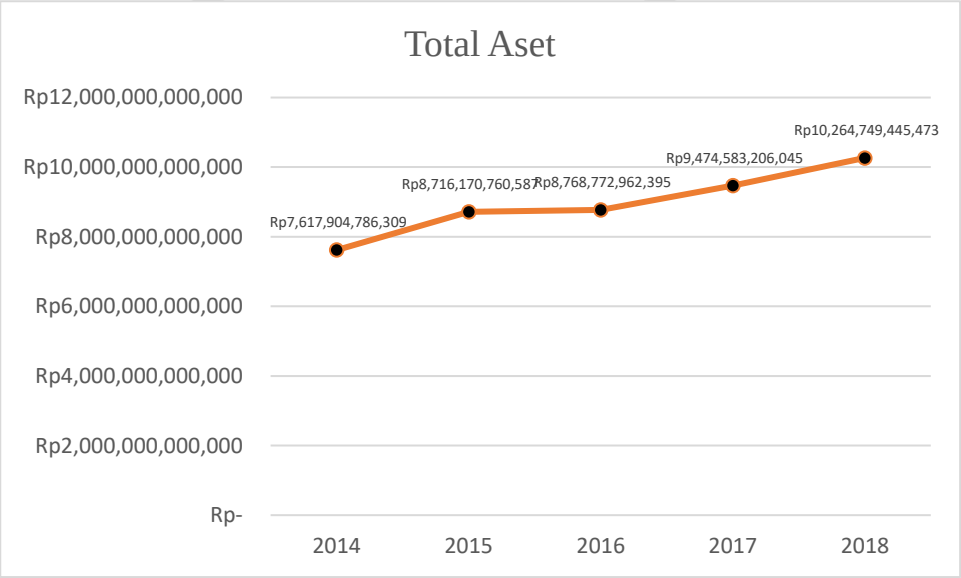
Klasifikasi ukuran perusahaan menurut UU No.20 Tahun 2008 dibagi kedalam 4 (empat) kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar.

Tabel 4.2 Kriteria Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan	Kriteria	
	Aset (Tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha)	Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
Usaha Kecil	>50 juta - 500 juta	>300 juta - 2,5M
Usaha Menengah	>10 juta - 10 M	2,5 M - 50 M
Usaha Besar	> 10 M	>50 M

Sumber: UU No.20 tahun 2008

Kriteria di atas menunjukkan bahwa perusahaan besar memiliki *aset* (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) lebih dari sepuluh miliar rupiah dengan penjualan tahunan lebih dari lima puluh miliar rupiah. Pengukuran perusahaan dapat dilakukan dengan melihat dari 3 aspek yaitu total a*set*, total *sales* dan total *employee* dan diukur dengan menggunakan logaritma natural (Ln) (Kurniasih, 2012).



Sumber: data diolah pada lampiran

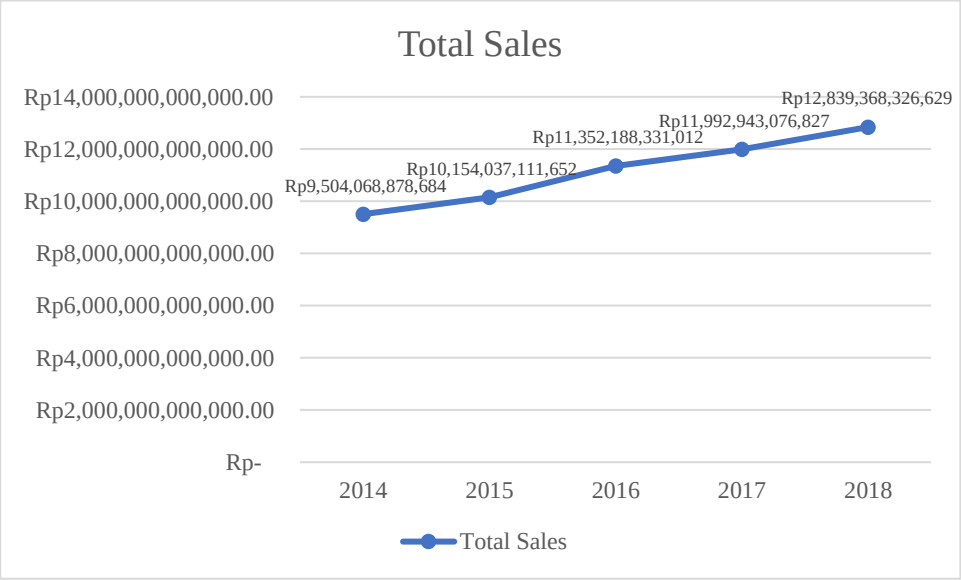
Gambar 4.1
Grafik Pertumbuhan Rata-rata *Aset* Pertahun Perusahaan *Consumer Good*

Pada Tabel 4.1 disajikan hasil pertumbuhan total aset perusahaan *consumer good* yang diperoleh dari jumlah rata-rata total aset pertahun. Diketahui bahwa pada tahun 2014 rata-rata total *aset* yang dimiliki oleh perusahaan *consumer goods* yaitu sebesar Rp 7.617.904.786.309. Nilai rata-rata total aset ini meningkat pada tahun 2015 menjadi Rp 8.716.170.760.587. Jumlah rata-rata ini meningkat 7% dari tahun 2014, yakni pertumbuhan rata-rata aset pada perusahaan *consumer goods* mengalami perlambatan dari tahun 2014. Meskipun terjadi perlambatan pada tahun 2014, nilai rata-rata total *aset* pada perusahaan *consumer goods* pada tahun 2014 meningkat

sebesar 15,2% dari tahun 2013. Pada tahun 2016 jumlah total *aset* mengalami peningkatan yang tidak terlalu signifikan dari tahun 2015, jumlah total aset pada perusahaan *consumer goods* hanya bertambah sebesar Rp 52.602.201.808 dari tahun 2015.

Pada tahun 2017 nilai total aset pada perusahaan *consumer goods* mengalami peningkatan dari tahun 2016 sebesar Rp 705.810.243.650 menjadi Rp 9.474.583.206.045 jumlah ini terus meningkat di tahun 2018 yaitu menjadi Rp 10.264.749.445.473. Hal ini menunjukkan bahwa total *aset* pada perusahaan manufaktur terus mengalami kenaikan sejak tahun 2014 sampai dengan 2018. Kenaikan ini merupakan gambaran yang baik untuk para investor agar bisa menanamkan investasinya pada perusahaan sektor *consumer goods*. Berdasarkan pergerakan besarnya asset 10M (Miliar) menunjukan mayoritas masuk kelompok usaha besar.

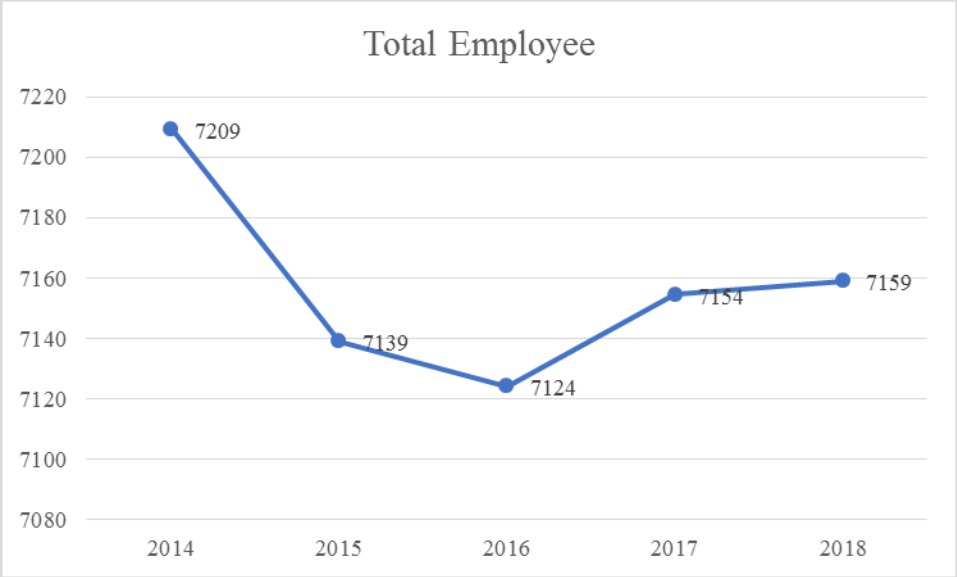
Gambar 4.2
Grafik Pertumbuhan Rata-rata *Sales* (Penjualan) Pertahun



Sumber: Data diolah pada lampiran

Perusahaan *Consumer Good*

Gambar 4.2 menyajikan nilai rata-rata pertumbuhan total *sales* pada perusahaan sektor *consumer goods* tahun 2014 - 2018. Pada tahun 2014 rata-rata penjualan pertahun perusahaan sektor *consumer goods* yaitu sebesar Rp 9.504.068.878.684 kemudian jumlah ini naik pada tahun 2015 menjadi Rp 10.154.037.111.652. Pertumbuhan ini merupakan pertumbuhan yang melambat, dimana pada tahun 2014 angka pertumbuhan sebesar 15,2% dari tahun 2013 (Pratiwi, 2015). Pada tahun 2015 perusahaan *consumer goods* hanya mengalami pertumbuhan sebesar 7,4%. Pada tahun 2016 rata-rata penjualan pertahun mengalami pertumbuhan dari tahun 2015 yaitu sebesar 11% atau sebesar Rp 1.198.151.219.360 pada tahun 2016. Jumlah ini kembali tumbuh pada tahun 2017 sebesar 5% atau sebesar Rp 640.754.745.815 dan pada tahun 2018 kembali tumbuh sebesar 7% atau sebesar Rp 846.425.249.802. Total penjualan terus mengalami pertumbuhan yang positif hingga tahun 2018, toal pertumbuhan yang terjadi dalam rentang periode 2014-2015 terus bertumbuh melambat, hal ini dikarenakan persaingan antar perusahaan yang semakan ketat dan saya beli masyarakat yang melambat (Muamar, 2018). Secara keseluruhan perkembangan penjualan periode 2014-2018 menunjukan masuk pada golongan perusahaan besar.



Sumber: Data diolah pada lampiran.

Gambar 4.3

Grafik Pertumbuhan Rata-rata Jumlah Karyawan Pertahun Perusahaan *Consumer Goods*

Gambar 4.3 menunjukkan pertumbuhan rata-rata jumlah karyawan pada perusahaan sektor *consumer goods* 2014-2018. Pada tahun 2014 merupakan jumlah karyawan tertinggi selama periode 2014-2018 yaitu sebanyak 7209. Jumlah karyawan ini menurun pada tahun 2015 dari tahun 2014 yang berjumlah 7209 menjadi 7139 ditahun 2015. Hal ini disebabkan oleh perlambatan ekonomi yang menyebabkan perusahaan untuk mengurangi jumlah karyawan dalam perusahaannya dan perjanjian kontrak kerja yang tidak diperpanjang (Jefriando, 2015). Pada tahun 2016 jumlah karyawan kembali mengalami penurunan menjadi sebesar 7124 dan pada tahun 2017 jumlah rata-rata pertahun karyawan bertambah menjadi 7154. Pada tahun 2018 kembali bertambah menjadi 7159. Secara keseluruhan dari tahun 2014-2016 jumlah karyawannya menurun sedangkan dari tahun 2016-2018 jumlah karyawannya mulai mencapai kenaikan.

Apabila dilihat ukuran perusahaan setiap tahunnya menunjukan informasi sebagai mana berikut:

Tabel 4.3

Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ln Total *Aset*	38	25,3317	32,0847	28,310347	1,5524183
Ln Total *Sales*	38	23,7330	32,0216	28,30935	1,8766405
Ln Total *Employee*	38	5,425	11,3907	7,643337	1,4680978
Valid N(listwise)	38				

Sumber : Data diolah dari SPSS pada lampiran

Ukuran Perusahaan Tahun 2014

Tabel 4.2 menunjukkan hasil uji deskriptif dari Ukuran Perusahaan dengan LN (Log Natural) Total *Aset*, Total *Sales* dan Total *Employee* dengan jumlah sampel sebanyak 38 sampel. Pada total *aset* nilai minimum yang dimiliki yaitu sebesar 25,3317 yang dimiliki oleh PT Kedaung Indah Can Tbk (KICI) tahun 2014 dengan total *aset* sebesar Rp 100,322,024,001 dengan total penjualan pertahun sebesar Rp 102,971,318,497 dan jumlah karyawan sebanyak 710. Nilai maximum yaitu sebesar 32,0847 yang dimiliki oleh perusahaan PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) tahun 2014, dengan total aset sebesar Rp 85,938,885,000,000 dan total penjualan pertahun sebesar Rp63,594,452,000,000 serta total karyawan sebanyak 88,496.

Nilai Total *Sales* nilai minimum yaitu sebesar 23,7330 yang dimiliki oleh PT Langgeng Makmur Industri Tbk dengan jumlah penjualan sebesar Rp 20.281.419.176 dengan total *aset* sebesar Rp 793,093,512,600 dan jumlah karyawan yang dimiliki yaitu 1681 orang. Nilai maxsimum dimiliki oleh PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk dengan jumlah penjualan sebesar Rp 80,690,139,000,000 dan memiliki total *aset* sebesar Rp 28,380,630,000,000 dengan jumlah karyawan sebanyak 29,774 orang.

Nilai jumlah *employee* nilai minimum dimiliki oleh PT Bumi Kultura Unggul Tbk dengan jumlah

karyawan sebesar 227 orang, pada tahun 2014 jumlah total *aset* yang dimiliki yaitu sebesar Rp 442,407,417,148 dengan total sales sebesar 43,386,541,235.

Tabel 4.4
Statistik Deskriptif
Ukuran Perusahaan Tahun 2015

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ln Total *Aset*	38	25,6199	32,1510	28,466174	1,5375646
Ln Total *Sales*	38	25,1267	32,1204	28,490805	1,6697364
Ln Total *Employee*	38	4,8903	11,3521	7,645942	1,4864540
Valid N (listwise)	38				

Sumber : Data diolah

Tabel 4.4 menunjukkan hasil uji deskriptif dari Ukuran Perusahaan yang di ukur dengan Ln (Log Natural) Total *Aset*, total *sales* dan total *employee* dengan jumlah sampel sebanyak 38 sampel dengan nilai minimum yaitu sebesar 25,6199 yang dimiliki oleh PT Kedaung Indah Can Tbk (KICI) tahun 2015 dengan total *aset* sebesar Rp 133,831,888,816 dengan total penjualan pertahun sebesar Rp 81,734,724,118. Nilai maximum yaitu sebesar 32,1510 yang dimiliki oleh perusahaan PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) tahun 2015, dengan total *aset* sebesar Rp 91,831,526,000,000 dan total penjualan pertahun sebesar Rp 64,061,947,000,000. Pada Total *Sales* nilai minimum yaitu sebesar 25,1267 dimiliki oleh PT Kedaung Indah Can Tbk (KICI) dengan total *sales* sebesar Rp 81,734,724,118. nilai maksimum sebesar 32,1510 dimiliki oleh PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk dengan total *sales* sebesar Rp 95,466,657,000,000.

Nilai jumlah *employee* minimum yaitu sebesar 4,8903 atau sebesar 5 (pembulatan) dimiliki oleh PT Multi Bintang Indonesia dengan jumlah karyawan sebanyak 133 orang dan nilai maksimum 11,3521 atau 11 (pembulatan) dimiliki oleh PT Indofood Sukses Makmur Tbk dengan nilai jumlah employee sebanyak 85,147 orang.

Tabel 4.5

Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ln Total *Aset*	38	25,6635	32,0399	28,563329	1,5272054
Ln Total *Sales*	38	25,3222	32,1898	28,633724	1,6723644
Ln Total *Employee*	38	4,9416	11,3303	7,659926	1,5045480
Valid N (listwise)	38				

Sumber : Data diolah

Ukuran Perusahaan Tahun 2016

Tabel 4.5 menunjukkan hasil uji deskriptif dari Ukuran Perusahaan yang di ukur dengan Ln (Log Natural) Total *Aset*, total *sales* dan total *employee* dengan jumlah sampel sebanyak 38 sampel dengan nilai minimum yaitu sebesar 25,6635 yang dimiliki oleh PT Kedaung Indah Can Tbk (KICI) tahun 2016 dengan total *aset* sebesar Rp 139,809,135,385 dengan total penjualan pertahun sebesar Rp 99,382,027,031. Nilai maximum yaitu sebesar 32,0399 yang dimiliki oleh perusahaan PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) tahun 2016. Dengan total *aset* sebesar Rp 82,174,515,000,000 dan total penjualan pertahun sebesar Rp 66,750,317,000,000. Pada Ln total *sales* nilai minimum dimiliki oleh PT Kedaung Indah Can Tbk dengan total sales sebesar Rp 99,382,027,031.

Nilai maksimum dari ln total sales yaitu 32,1898 yang dimiliki oleh PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk sebesar Rp 95,466,657,000,000. Uji statistik deskriptif pada tabel 4.5 juga menunjukkan nilai dari total *employee* dengan nilai minimum yaitu sebesar 4,9416 atau 5 (pembulatan) yang dimiliki oleh PT Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI) dengan jumlah karyawan sebanyak 140 orang. Nilai maksimum pada Total *Employee* yaitu sebesar 11,3303 atau 11 (pembulatan) yang dimiliki oleh PT Indofood Sukses Makmur Tbk dengan jumlah karyawan sebanyak 83,310 orang.

Tabel 4.6

Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ln Total *Aset*	38	25,7029	32,1077	28,653274	1,5384704
Ln Total *Sales*	38	25,1337	32,2271	28,614879	1,7699570
Ln Total *Employee*	38	5,4972	11,3492	7,666574	1,4769637
Valid N (listwise)	38				

Sumber: Data diolah

Ukuran Perusahaan Tahun 2017

Tabel 4.6 menunjukkan hasil uji deskriptif dari Ukuran Perusahaan yang di ukur dengan Ln (Log Natural) Total *Aset*, total *sales* dan total *employee* dengan jumlah sampel sebanyak 38 sampel dengan nilai minimum yaitu sebesar 25,7029 yang dimiliki oleh PT Kedaung Indah Can Tbk (KICI) tahun 2017 dengan total *aset* sebesar Rp 145,420,009,884 dengan total penjualan pertahun sebesar Rp 113,414,715,049. Nilai maximum yaitu sebesar 32,1077 yang dimiliki oleh perusahaan PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) tahun 2017. Dengan total *aset* sebesar Rp 87,939,488,000,000 dan total penjualan pertahun sebesar Rp 79,186,618,000,000. Nilai total *sales* minimum yaitu sebsar 25,1337 dimiliki oleh PT Mustika Ratu Tbk (MRAT) dengan total penjualan sebesar Rp 82,302,250,364. Nilai maksimum pada total *sales* yaitu sebesar 32,2271 yang dimiliki oleh PT Indofood Sukses Makmur (INDF) sebesar Rp 70,186,618,000,000. Tabel 4.6 juga menunjukkan hasil uji deskriptif pada total *employee* dengan nilai minimum sebesar 5,4972 atau 5 (pembulatan) yang dimiliki oleh PT Tribayan Tirta Tbk dengan jumlah karyawan sebanyak 244 orang dan nilai maksimum sebesar 11,3492 atau 11 (pembulatan) yang dimiliki oleh PT Indofood Sukses Makmur Tbk dengan julah karyawan sebanyak 84.898 orang.

Tabel 4.7

Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ln Total *Aset*	38	25,7608	32,2010	28,727821	1,5512135
Ln Total *Sales*	38	25,1882	32,3014	28,612797	1,8049277
Ln Total *Employee*	38	5,4765	11,4210	7,641771	1,4762524
Valid N (listwise)	38				

Sumber: Data diolah

Ukuran Perusahaan Tahun 2018

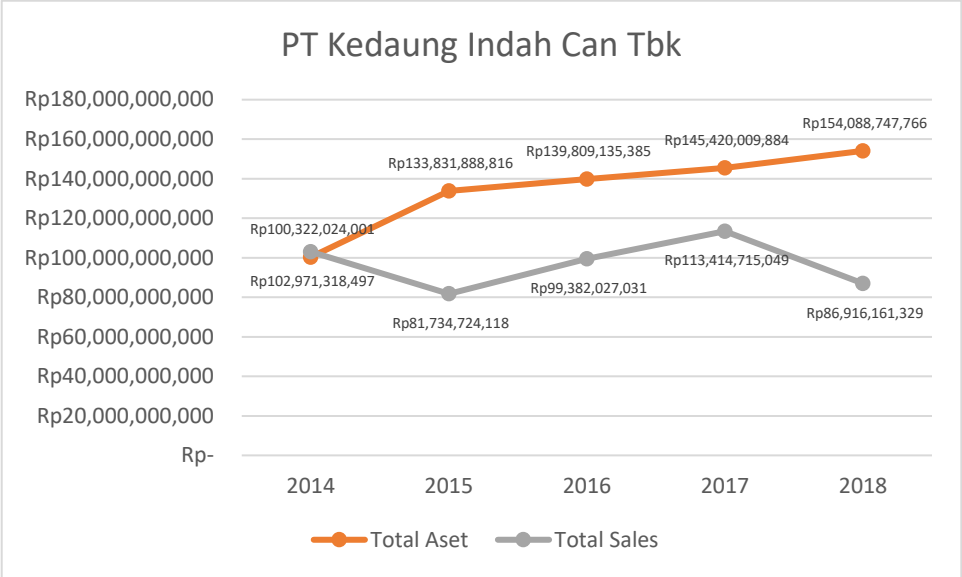
Tabel 4.7 menunjukkan hasil uji deskriptif dari Ukuran Perusahaan yang di ukur dengan Ln (Log Natural) Total *Aset*, total *sales*, dan total *employee* dengan jumlah sampel sebanyak 38 sampel dengan nilai minimum yaitu sebesar 25,7608 yang dimiliki oleh PT Kedaung Indah Can Tbk (KICI) tahun 2018 dengan total *aset* sebesar Rp 154,088,747,766 dengan total penjualan pertahun sebesar Rp 86,916,161,329. Nilai maximum yaitu sebesar 32.201 yang dimiliki oleh perusahaan PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) tahun 2018. Dengan total *aset* sebesar Rp 96,537,796,000,000 dan total penjualan pertahun sebesar Rp 73,394,728,000,000. Nilai minimum pada total *sales* yaitu sebesar 25, 1882 yang dimiliki oleh PT Kedaung Indah Can Tbk dengan jumlah *sales* sebesar Rp 86,916,161,329 dan nilai maksimum yaitu sebesar 32,3014 yang dimiliki oleh PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk dengan jumlah *sales* sebesar Rp 106,741,891,000,000. pada Tabel 4.7 juga disajikan hasil uji statistik deskriptif pada total karyawan dengan nilai minimum sebesar 5,4765 atau 5 (pembulatan) yang dimiliki oleh PT Tribayan Tirta Tbk (ALTO) dengan jumlah karyawan sebanyak 239 orang. Nilai maksimum pada total *employee* yaitu sebesar 11,4210 atau 11 (pembulatan) yang dimiliki oleh PT Indofood Sukses Makmur Tbk dengan jumlah karyawan sebanyak 91,217 orang.

Pembahasan

4.3.1 Ukuran Perusahaan Berdasarkan Total *Asset* / Kekayaan

Ukuran perusahaan diukur dengan menghitung total *aset*, total penjualan, jumlah tenaga kerja, dan sebagainya. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan dihitung dengan menjumlah total *aset* perusahaan dengan tujuan agar hasil ukuran yang diperoleh lebih jelas dibanding ukuran lainnya. Total *aset* perusahaan selanjutnya akan diproksikan dengan menggunakan natural log (Ln) total *aset*. Penggunaan Ln bertujuan untuk mengurangi fluktuasi data yang berlebih. Dengan menggunakan Ln, nilai miliar bahkan triliun akan disederhanakan, tanpa mengubah proporsi dan nilai *aset* sebenarnya.

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif yang dilakukan pada perusahaan sektor *consumer goods* diketahui bahwa perusahaan dengan nilai perusahaan terkecil yaitu PT Kedaung Indah Can Tbk. Hal ini dikarenakan total *aset* perusahaan semakin bertambah selama tahun 2014-2017 namun jumlah penjualan pertahun mengalami penurunan yang cukup signifikan. Hal ini menyebabkan ketidak pastian dalam menentukan ukuran sebuah perusahaan, sehingga total *aset* tidak lagi dijadikan suatu ukuran pasti dalam menentukan ukuran sebuah perusahaan melainkan harus menggunakan data pendukung lainnya misalnya total penjualan, jumlah karyawan, dll.



Sumber: Data diolah

Gambar 4.2
Pertumbuhan Ukuran Perusahaan PT. Kedaung Indah Can 2014-2018

Nilai perusahaan terbesar dimiliki oleh PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. Hal ini dikarenakan total penjualan lebih stabil dengan jumlah total aset yang berfluktuasi. Walaupun total *aset* yang dimiliki oleh perusahaan berfluktuasi perusahaan mampu memberikan hasil nilai perusahaan yang besar, hal ini berarti total *aset* yang dimiliki oleh perusahaan mampu menjalankan perusahaan dengan baik dan mendapat memberikan penilaian bahwa nilai perusahaan tinggi.

Gambar 4.3

Pertumbuhan Ukuran Perusahaan

PT. Indofood Sukses Makmur Tbk 2014-2018

Sumber : Data diolah

4.3.2 Ukuran Perusahaan Berdasarkan Total *Sales* / Penjualan

Menurut UU No. 9 tahun 1995 tentang usaha kecil point b, menjelaskan "perusahaan yang memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp1.000.000.000,- (satu milyar rupiah) digolongkan kelompok usaha kecil". Ketentuan tersebut menjelaskan bahwa perusahaan dengan hasil penjualan diatas satu milyar rupiah dapat digolongkan ke dalam industri menengah dan besar.

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif yang telah dilakukan maka diperoleh data sebagai berikut:

Table 4.8 Hasil Uji Deskriptrif Total *Sales* Tahunan

Ket	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan	Tahun	Total *Sales*
Min	LMPI	Langgeng Makmur Industry Tbk, PT	2014	Rp20,281,419,176
	KICI	Kedaung Indah Can Tbk	2015	Rp81,734,724,118
	KICI	Kedaung Indah Can Tbk, PT	2016	Rp99,382,027,031
	MRAT	Mustika Ratu Tbk	2017	Rp82,302,250,364
	KICI	Kedaung Indah Can Tbk, PT	2018	Rp86,916,161,329
Max	HMSP	Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk	2014	Rp80,690,139,000,000
	HMSP	Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk	2015	Rp89,069,306,000,000
	HMSP	Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk	2016	Rp95,466,657,000,000
	HMSP	Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk	2017	Rp99,091,484,000,000
	HMSP	Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk	2018	Rp106,741,891,000,000

Sumber: Data diolah pada lampiran

Berdasakan pada Tabel 4.8 dapat disimpulkan bahwa perusahaan *consumer goods* memiliki ukuran perusahaan menengah keatas. Hal ini dikarenakan total penjualan pada perusahaan *consumer goods* memiliki angka diatas Rp 1.000.000.000, walaupun nilai uji statistik deskriptif memiliki nilai yang rendah perusahaan *consumer goods* tidak berada pada posisi perusahaan kecil namun menengah keatas.

4.3.3 Ukuran Perusahaan Berdasarkan Total *Employee* / Karyawan

Jumlah karyawan merupakan salah satu komponen ukuran perusahaan. Jumlah karyawan yang besar merupakan salah satu kategori ukuran perusahaan yang besar. Perusahaan akan memberikan upaya dalam memperbaiki kondisi karyawan, mengembangkan hak-hak karyawan, meningkatkan keamanan kerja, dan memberikan kompensasi yang layak. Cowen,et al (Adikara, 2011) menyatakan bahwa perusahaan

yang besar memiliki pengaruh terhadap masyarakat.

Tabel 4.9

Hasil Uji Deskriptif Total *Employee*

Ket	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan	Tahun	Total Employee
Min	BTEK	PT BUMI TEKNOKULTURA UNGGUL Tbk	2014	227
	MLBI	PT MULTI BINTANG INDONESIA Tbk	2015	133
	MLBI	PT MULTI BINTANG INDONESIA Tbk	2016	140
	ALTO	PT TRI BANYAN TIRTATbk	2017	244
	ALTO	PT TRI BANYAN TIRTATbk	2018	239
Max	INDF	PT INDOFOOD SUKSES MAKMUR Tbk	2014	88,496
	INDF	PT INDOFOOD SUKSES MAKMUR Tbk	2015	85,147
	INDF	PT INDOFOOD SUKSES MAKMUR Tbk	2016	83,310
	INDF	PT INDOFOOD SUKSES MAKMUR Tbk	2017	84,898
	INDF	PT INDOFOOD SUKSES MAKMUR Tbk	2018	91,217

Sumber: data diolah pada lampiran

Berdasarkan pada Tabel 4.9 perusahaan yang memiliki nilai maksimum pada total *employee* yaitu PT Indofood Sukses Makmur Tbk tahun 2014-2018 dimana jumlah karyawan pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk merupakan yang tertinggi, yakni dapat disimpulkan bahwa PT Indofood Sukses Makmur Tbk mampu memenuhi hak para karyawannya, memperbaiki kondisi karyawan dan mampu memberikan konpensasi yang layak. Ketika perusahaan mampu memberikan kehidupan yang layak pada para karyawannya, maka perusahaan dapat dikatakan memiliki ukuran yang besar dan perusahaan dengan ukuran yang besar akan bermanfat bagi karyawan dan masyarat disekitarnya.

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan pada sektor *consumer goods* digolongkan

pada perusahaan menengah ke atas dengan memiliki total *sales* yang sangat tinggi pertahunnya. Penelitian ukuran perusahaan berdasarkan nilai rata-rata total *asset*, total *sales* mengalami kenaikan dari tahun ketahun. Sedangkan berdasarkan total *employee* mengalami kenaikan dan penurunan dari tahun ketahun atau bersifat *fluktuatif*.

Pada perusahaan sektor *consumer goods* juga memiliki tren yang bergantung pada kebutuhan konsumen, yakni perusahaan yang mampu menyediakan apa yang diinginkan konsumen maka perusahaan tersebut akan memiliki ukuran yang besar karena, perusahaan yang mampu menyediakan permintaan pasar akan membutuhkan banyak tenaga kerja, dimana perusahaan dengan tenaga kerja yang banyak dan perusahaan mampu dalam memberikan hak dan kewajiban pekerja. Selain itu perusahaaan dengan nilai penjualan yang tinggi juga dapat dikatakan sebagai perusahaan yang besar karena penjualan pada perusahaan tersebut melebihi kriteria ukuran perusahaan dalam pengkatagorian perusahaan besar.

5.2 Keterbatasan

Pengukuran yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan Ln (Logaritma Natural). Ln digunakan untuk menyederhanakan angka yang jumlahnya milyaran atau lebih. Dengan menggunakan Ln dirasa kurang untuk memberikan gambaran secara jelas mengenai ukuran perusahaan.

5.3 Saran

Disarankan pada peneliti selanjutnya untuk:

1. Menggunakan sektor perusahaan yang lebih luas yaitu sektor manufaktur secara keseluruhan.

Menggunakan pengukuran lain yang cepat menjelaskan lebih rinci mengenai ukuran perusahaan perusahaan. Contohnya pengukuran nilai perusahaan menggunakan Tobin's Q yaitu rasio dari nilai pasar *asset* perusahaan yang diukur oleh nilai pasar dari jumlah saham yang beredar dan hutang.

DAFTAR RUJUKAN

Agus Sartono, 2001. Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi. Yogyakarta: BPEF-YOGYAKARTA.

Brigham, Eugene.F dan Joel F. Houston. 2001. Manajemen Keuangan. Edisi Kedelapan Buku 2. Jakarta: Erlangga.

Brigham, Eugene F. dan Houston, Joel F. 2011. Dasar-dasar Manajemen Keuangan Terjemahan. Edisi 10. Jakarta: Salemba Empat.

Darsono, 2005. Manajemen Keuangan, Pendekatan Praktis Kajian Pengambilan Keputusan Bisnis Berbasis Analisis Keuangan. Penerbit Diadit Media. Jakarta.

Eka Putri Septia Rini dan M.Agus Salim. 2015. Pengaruh Solvabilitas, dan Ukuran perusahaan (studi kasus perusahaan *consumers goods* yang terdaftar di BEI tahun 2011-2015)

Ferry dan Jones dalam Jaelani (2001:79). Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan

Fitria Monica. 2015. Pengaruh struktur corporate governance, ukuran KAP dan ukuran perusahaan terhadap integritas laporan keuangan pada perusahaan *consumers goods* yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015.

Hantono. 2015. Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Leverage terhadap Profitabilitas dengan Corporate Social. Responsibility sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2011-2015.

Imam Ghozali. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

Imam Ghozali. 2014. Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS). Edisi 4. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Jogiyanto. 2007. Analisis pengaruh Beta, *size* perusahaan, DER dan PBV Ratio terhadap return saham

Kasmir. (2008:31). Komponen neraca, Asset tetap, Asset lancar dalam Laporan Keuangan

Kanardi. 1993. Pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas dan kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan

Keown J, Arthur David Scott F, Jhon Martin D, William Petty J, (2002), Dasar -. Dasar Manajemen Keuangan, Penerbit Salemba Empat

Lukman Syamsudin. (2007). Manajemen Keuangan Perusahaan. Jakarta: PT Raja grafindo Persada.

Prasetyantoko (2008:257) Bencana Finansial, Stabilitas sebagai barang public. Jakarta: kompas media nusantara

Putu Artha Wirawan. 2015. Pengaruh Struktur Aktiva, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Likuiditas Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2014-2015.

Singgih Santoso. 2009. Panduan Lengkap Menguasai

Statistik dengan SPSS. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Siti dan Rahmawati. 2014. Pengaruh penerapan, ukuran perusahaan, profitabilitas,dan kompleksitas terhadap *Audit Delay*

Sofyan. 2007. Analisis Kritis atas Laporan Keuangan cetakan ke-7. PT Raja Grafindo Persada

Sugiyono, 2013, Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. (Bandung: ALFABETA)

Titin Hartini, S.E, M.Si. 2016. pengaruh profitabilitas, likuiditas, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap kebijakan hutang pada perusahaan *consumer goods* di BEI periode 20013-2016.

Undang-Undang No 20 Tahun 2008 Tentang Kriteria Ukuran Perusahaan.

Yangs. (2011). Ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap nilai perusahaan suatu perusahaan