

BAB I

PENDAHULUAN

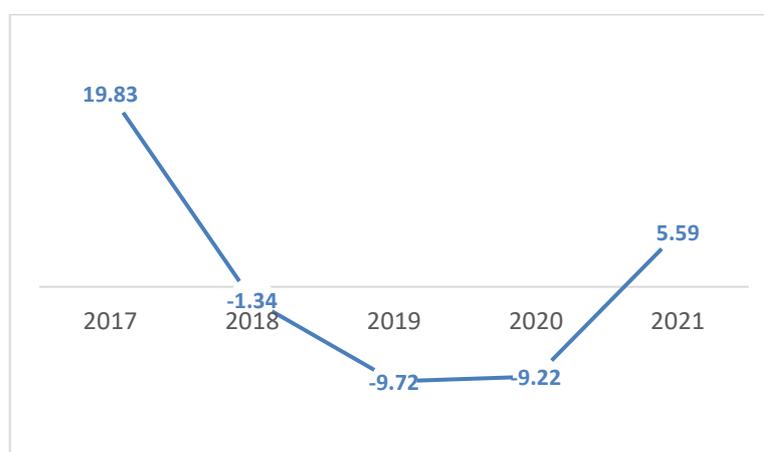
1.1 Latar Belakang

Setiap perusahaan memiliki tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang, tujuan jangka pendeknya adalah perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang semaksimal mungkin dengan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan sedangkan tujuan jangka panjang adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Tingkat persaingan pada dunia bisnis yang semakin ketat menyebabkan pemilik usaha melakukan berbagai usaha agar tujuan utama dalam usahanya dapat tercapai, sehingga untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan harus memperhatikan beberapa aspek dimana salah satu aspek tersebut adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kesejahteraan para pemilik terjamin, serta dapat menarik perhatian calon *investor* untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Nilai perusahaan dicerminkan melalui harga saham perusahaan, dimana perusahaan yang telah *go public* memiliki nilai perusahaan di pasar modal dan akan tercermin melalui harga saham perusahaan. Setiap perusahaan diharapkan dapat menyesuaikan diri serta mampu membaca situasi yang terjadi agar dapat mengelola fungsi-fungsi manajemennya dengan baik, mulai dari bidang produksi, bidang pemasaran, bidang sumber daya manusia, dan bidang keuangan sehingga perusahaan mampu lebih unggul dari para pesaingnya.

Harga saham merupakan salah satu penilaian dari nilai perusahaan. Jika harga saham meningkat, maka nilai perusahaan juga akan ikut meningkat, sehingga berdampak pada peningkatan. Ketatnya persaingan yang muncul, menuntut perusahaan untuk lebih meningkatkan kinerja dan berinovasi dengan produk-produk yang dimilikinya, serta memberikan *brand image* yang baik agar lebih dikenal lagi oleh masyarakat. Untuk meningkatkan kinerja dan inovasi produk, maka perusahaan membutuhkan dana yang lebih dan hal ini menjadi salah satu faktor perusahaan untuk masuk ke bursa efek atau yang sering disebut *go public*. Dengan adanya persaingan yang ketat, membuat setiap perusahaan semakin

berusaha meningkatkan kinerjanya untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan cara melakukan berbagai inovasi dan strategi bisnis agar terhindar dari kebangkrutan yang mungkin bisa dialami perusahaan. Harga saham suatu perusahaan dapat terjadi karena adanya permintaan maupun penawaran dari para investor terhadap saham perusahaan tersebut. Berikut ini merupakan tabel rata-rata fenomena pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI):

Gambar 1.1 Indeks Harga Saham Perusahaan Manufaktur



Sumber: www.idx.co.id (data yang telah diolah)

Fenomena mengenai kenaikan maupun penurunan dari harga saham pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dapat dilihat bahwa dari perusahaan manufaktur yang harga sahamnya mengalami peningkatan pada tahun 2021 dimana jumlah tersebut meningkat banyak dari tahun-tahun sebelumnya. Data gambar diatas, menunjukkan rata-rata fenomena dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama lima periode yaitu dari tahun 2017 – 2021, dari gambar tersebut cenderung mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Ditahun 2017 fenomenanya yaitu 19,83%, pada tahun 2018 mengalami penurunan yang sangat drastis yaitu sebesar – 1,34% merupakan penurunan harga yang sangat jauh dari tahun sebelumnya, dan di tahun selanjutnya 2019 mengalami penurunan yang tidak begitu signifikan jauh dari tahun sebelumnya yaitu sebesar – 9,72%. Tahun berikutnya 2020 mengalami peningkatan hanya sedikit yaitu – 9,22%. Pada tahun 2021 mengalami peningkatan yaitu sebesar 5,59% mengalami peningkatan

kembali. Hal ini akan memberikan dampak yang kurang baik karena menandakan bahwa nilai perusahaan pada perusahaan dimata investor semakin menurun dengan ditunjukkannya harga saham yang menurun. Apabila perusahaan menginginkan agar harga sahamnya tidak mengalami penurunan, maka perusahaan diharapkan untuk dapat terus meningkatkan kinerja keuangannya karena calon investor sendiri menjadikan kinerja keuangan perusahaan sebagai bahan pertimbangan sebelum mereka menanamkan modalnya.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan ialah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya ukuran suatu perusahaan yang dapat dilihat berdasarkan besar kecilnya jumlah modal yang perusahaan gunakan, total aset yang perusahaan miliki, dan total penjualan yang perusahaan peroleh. Perusahaan yang berskala besar mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik guna memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai Perusahaan yang tinggi mencerminkan kinerja dari perusahaan juga baik. Bagi para kreditur, nilai perusahaan akan berkaitan erat dengan likuiditas perusahaan, yaitu bagaimana perusahaan dinilai memiliki kemampuan atau tidaknya dalam mengembalikan pinjaman yang telah diberikan oleh para kreditur. Apabila nilai perusahaan tersebut tidak baik maka para investor akan memberikan penilaian bahwa nilai perusahaan dalam kategori rendah. Nilai perusahaan yang telah *go public* tercermin dari harga saham yang dikeluarkan oleh perusahaan (Suharli, 2016).

Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan ialah profitabilitas. Profitabilitas menggambarkan mengenai seberapa efektif perusahaan dalam hal menghasilkan keuntungan yang berasal dari kegiatan operasi yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Oleh karena itu, perusahaan akan senantiasa untuk berlomba-lomba agar dapat terus meningkatkan profitabilitas perusahaan, karena dengan semakin tingginya tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka semakin terjamin keberlangsungan hidup dari perusahaan tersebut. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang terkait dengan hasil penjualan, total aktiva maupun modal sendiri (Sartono, 2015). Perusahaan-

perusahaan yang dapat menghasilkan profit yang tinggi memiliki kecenderungan untuk menggunakan lebih banyak dana dari pinjaman untuk mendapatkan manfaat pajak. Apabila profitabilitas perusahaan tinggi maka para *stakeholders* yang meliputi para kreditur, para supplier, dan juga para investor akan melihat sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba dari aktivitas penjualan dan investasi yang dilakukan perusahaan.

Selain ukuran perusahaan dan profitabilitas, *leverage* juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Rasio *leverage* merupakan rasio yang mengukur seberapa banyak dana yang berasal dari hutang digunakan oleh perusahaan (Harjito dan Martono, 2014). *Leverage* merupakan rasio yang menunjukkan hubungan antara hutang perusahaan dengan modal, rasio *leverage* mengindikasikan seberapa jauh perusahaan telah dibiayai oleh utang atau dana dari pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal (Harahap, 2013). *Leverage* yang semakin tinggi menunjukkan bahwa risiko dari investasi juga semakin meningkat. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* yang rendah akan memiliki risiko *leverage* yang lebih kecil. Oleh sebab itu apabila investor melihat sebuah perusahaan yang memiliki aset yang tinggi tetapi resiko *leverage* nya juga akan tinggi, maka investor akan berpikir dua kali untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut. Hal ini dikhawatirkan aset yang tinggi tersebut diperoleh dari hutang yang akan meningkatkan risiko dalam berinvestasi jika perusahaan tidak dapat melunasi kewajibannya dengan tepat waktu. Perusahaan yang menggunakan sumber dana dari hutang, perlu mempertimbangkan kemampuannya dalam melunasi kewajiban tetapnya. Oleh karena itu, perusahaan harus jeli dalam menentukan struktur modal yang optimal. Pemilihan struktur modal yang tidak optimal akan dapat menurunkan nilai perusahaan melalui penurunan profitabilitasnya yang ditandai dengan adanya kerugian yang dialami oleh perusahaan.

Nilai perusahaan harus terus diperhatikan karena para pemegang saham mempunyai kepentingan yang sangat besar dalam perusahaan, dimana nilai perusahaan sendiri dianggap sangat penting untuk menjaga para pemegang saham tetap merasa puas dengan manajemen perusahaan dan tetap mau untuk berinvestasi pada perusahaan (Indrarini, 2019). Terdapat beberapa faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan, antara lain dalam penelitian yang pernah dilakukan oleh Senata (2016) yang meneliti tentang kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa kebijakan deviden dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan harus menentukan besarnya dividen yang dibagikan, karena penurunan maupun peningkatan jumlah dividen yang dibayarkan seringkali menjadi *signal* bagi pihak investor mengenai prospek pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang. Secara tidak langsung para investor dapat memperkirakan nilai perusahaan yang akan ditanami modal (dibeli sahamnya) melalui kebijakan dividen yang ditetapkan perusahaan bersangkutan. Dividen yang dibagikan merupakan salah satu strategi perusahaan agar harga saham mengalami kenaikan, jika kenaikan harga saham terjadi maka akan mempengaruhi nilai perusahaan itu sendiri (Ovami & Nasution, 2020).

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dewi & Praptoyo (2022) yang berjudul Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan. Dalam penelitian ini peneliti menambahkan variable kebijakan dividen sebagai variable independen yang mengacu pada penelitian terdahulu yang dilakukan Wati, Sriyanto, & Khaerunnisa (2018) dimana dijelaskan bahwa semakin besar proporsi pemegang saham dalam mendapatkan dividen maka akan semakin baik kinerja dan operasional maka akan membuat perusahaan semakin bernilai. Dijelaskan pula bahwa besarnya pembagian dividen dalam perusahaan, merupakan hal yang sangat penting untuk meningkatkan nilai perusahaan karena dividen digunakan sebagai sinyal bagi prospek perusahaan dimasa yang akan datang. Selain dari menambahkan variable independen, alasan peneliti menambahkan varibel ini dikarenakan beberapa penelitian sebelumnya membuktikan bahwa ada kesenjangan

antara penelitian satu dengan penelitian lainnya (*research gap*). Hal tersebut ditunjukkan pada beberapa penelitian yang telah dilakukan dan mendapatkan hasil yang berbeda. Penelitian yang dilakukan oleh Astianah dan Aji (2017) pada sektor industri barang konsumsi menyimpulkan kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan dimana hal ini dapat menjadi informasi yang baik bagi pemegang saham. Sedangkan dalam penelitian lainnya Penelitian oleh Sumanti dan Mangantar (2015) bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Setiap pembayaran dividen oleh perusahaan akan mengurangi besarnya laba ditahan yang digunakan untuk membeli aktiva baru. Hasil ini tidak konsisten dengan *informational content of dividend* bahwa pembayaran dividen dianggap sebagai prospek perusahaan di masa yang akan datang.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dan hasil dari penelitian sebelumnya yang menghasilkan yang berbeda – beda maka peneliti tertarik meneliti kembali dan menambahkan variabel kebijakan dividen pada penelitian ini serta adanya inkonsistensi variabel terkait pada beberapa penelitian sebelumnya maka membuat penulis tertarik untuk mengangkat judul “**Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2017-2021)**”.

1.2 Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan, maka ruang lingkup penelitian ini difokuskan pada ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan kebijakan deviden serta nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode tahun 2017-2021?

2. Apakah terdapat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode tahun 2017-2021?
3. Apakah terdapat pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode tahun 2017-2021?
4. Apakah terdapat pengaruh kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode tahun 2017-2021?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi peneliti yakni untuk menambah wawasan dan pengetahuan terkait pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan.
2. Bagi perusahaan yakni diharapkan berguna dalam memberikan sumbangan pemikiran kepada perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan selanjutnya, terutama yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti pada penelitian ini yaitu, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, kebijakan deviden, dan nilai perusahaan
3. Bagi pihak akademis yakni untuk pengembangan serta menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang terkait dengan nilai perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulis menyusun sistematika penulisan untuk memberikan gambaran penelitian secara menyeluruh yang berisi informasi dalam setiap bab. Sistematika penulisan penelitian ini yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang penelitian, ruang lingkup penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang berhubungan dengan topic penelitian, referensi penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan pengembangan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang sumber data, metode pengumpulan data, penjelasan populasi dan sampel, variabel penelitian, metode analisis data, dan pengujian hipotesis.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan hasil serta pembahasan dari analisis data penelitian.

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang diberikan penulis sesuai dengan hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Bagian ini berisi tentang referensi jurnal, buku, maupun bahan kajian pustaka penelitian lainnya.

LAMPIRAN

Bagian ini berisi lampiran data-data yang digunakan selama proses penelitian, baik itu data bahan penelitian hingga hasil olahan data.