

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam rangka berlakunya MEA (Masyarakat Ekonomi Asean) seperti saat ini, seluruh perusahaan di Indonesia dituntut untuk mempertahankan keunggulan bisnisnya di era persaingan bisnis yang semakin ketat. Dengan mempertahankan keunggulan bisnisnya perusahaan berusaha meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terlihat dari harga pasar sahamnya. Semakin tinggi harga saham maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan menggambarkan keadaan atau kondisi dari perusahaan tersebut. Perusahaan akan dianggap baik oleh investor apabila nilai perusahaannya tinggi. Nilai perusahaan yang semakin tinggi akan memberikan kemakmuran atau kekayaan untuk pemegang saham, sehingga para pemegang saham pun tidak ragu untuk menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut Susilaningrum, (2016)

Mendirikan sebuah perusahaan pasti memiliki tujuannya masing-masing, yang dimana tujuan dari mendirikan perusahaan ini salah satunya adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini dilakukan oleh perusahaan untuk dapat meningkatkan kemakmuran pemilik atau pemegang saham. Tujuan utama dari nilai perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan pada saat nilai sekarang dari seluruh keuntungan yang diterima oleh pemilik saham di masa depan. Nilai perusahaan juga dapat digambarkan dari harga saham perusahaan tersebut yang relatif stabil, adanya kenaikan harga saham di masa mendatang, sehingga jika semakin harga sahamnya meningkat maka nilai perusahaannya juga akan meningkat Sudana (2009) dalam Prasetyorini (2013).

Harga saham dalam nilai perusahaan dapat ditentukan dari tiga faktor, antara lain faktor internal perusahaan, faktor eksternal perusahaan dan teknikal. Secara umum

faktor internal dan eksternal perusahaan ini sering digunakan untuk pengambilan keputusan dari investor di bursa efek. Sedangkan faktor teknikal ini lebih bersifat secara teknis dan juga secara psikologis, misalnya seperti pada volume perdagangan saham, nilai transaksi perdagangan saham, dan juga potensi naik turunnya harga saham tersebut Sudiyatno, (2010).

Menurut UU RI Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan Bab 1 Pasal 1, perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang berbadan hukum atau tidak, milik orang perseorangan, milik persekutuan, atau milik badan hukum, baik milik swasta maupun milik negara yang mempekerjakan pekerja buruh dengan membayar upah atau imbalan dalam bentuk lain. Berdasarkan data dari website resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) pada 6 Juli 2020 terdapat 697 perusahaan yang termasuk dalam daftar tersebut. Dari banyaknya jenis perusahaan di Bursa Efek Indonesia (BEI), perusahaan manufaktur merupakan salah satu kategori perusahaan yang mempunyai peluang tinggi untuk tumbuh dan berkembang di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya perusahaan industri dan kondisi perekonomian saat ini telah menciptakan suatu persaingan antar perusahaan Lubis, dkk., (2013).

Di era modern saat ini, ilmu pengetahuan dan teknologi informasi (IPTEK) telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Peran IPTEK ini memiliki dampak signifikan di seluruh bidang kehidupan tak terkecuali ekonomi dan bisnis perusahaan. Hal ini ditegaskan oleh pendapat Alfred Marshall (1890), "*knowledge is our most powerful engine of production*". Dari kutipan tersebut dapat menunjukkan, pengetahuan adalah kekuatan utama dalam bisnis. Pesatnya kemajuan teknologi dan pendidikan pada detik ini telah menggeser paradigma lama yang bertumpu pada industri berbasis buruh (*labor based industries*) menjadi industri berbasis pengetahuan (*knowledge based industries*). Perubahan paradigma tersebut juga telah menciptakan persaingan antar pebisnis dalam meningkatkan tujuan utama perusahaan Kurniawan dan Mertha, (2016) yakni, mendapatkan laba dari penyediaan suatu

produk dan mengoptimalkan nilai perusahaannya. Nilai perusahaan itu sendiri akan berpengaruh terhadap roda kinerja perusahaan baik dalam kurun waktu jangka pendek maupun panjang sehingga dapat memengaruhi pola pikir para atau calon investor yang ingin berinvestasi pada suatu perusahaan Hermuningsih dan Wardani, (2009).

(CBNC Indonesia) Sejalan dengan industri manufaktur sepanjang 2019 yang mengalami penurunan, saham-saham industri otomotif dan komponennya juga merah merona sejak awal tahun. Di bursa, sektor aneka industri yang menaungi industri otomotif dan komponen mengalami penurunan 7,03% sejak awal tahun (year to date/ytd) seiring dengan penurunan industri manufaktur karena permintaan akan otomotif yang menurun. Dari 13 emiten yang bisnisnya berkuat di bidang otomotif, 11 saham mengalami penurunan sejak awal tahun, hanya satu saham yang menguat, dan 1 saham stagnan, mengacu data Bursa Efek Indonesia (BEI). Saham yang paling tertekan ialah PT Indo Kordsa Tbk (BRAM) dengan penurunan 39,81% dengan harga terakhir Rp 6.500/saham. Sedangkan saham yang menguat ialah PT Multistrada Arah Sarana Tbk (MASA) yang mengalami kenaikan 4,35% pada harga Rp 480/saham. Sedangkan hanya 1 saham yang stagnan yakni PT Nipress Tbk (NIPS) yang ditutup pada harga Rp 282/saham. Sahamnya sendiri sudah tidak diperdagangkan sejak 1 Juli 2019 sejak perusahaan mengalami suspensi karena perusahaan telat menyampaikan laporan keuangan kepada pihak bursa.

Saham saham industri otomotif sejalan dengan turunnya sektor manufaktur RI.

ASII	-6,14	
AUTO	-4,84	
BOLT	-2,38	
BRAM	-39,82	
GDYR	-2,50	
GJTL	-15,56	

IMAS	-23,38	
INDS	-13,04	
LPIN	-19,72	
MASA		4,35
NIPS		0,00
PARS	-0,74	
SMSM	-3,36	

Badan Pusat Statistik (BPS) menyebut industri pengolahan atau manufaktur sepanjang 2019 menurun. BPS menilai, penurunan ini perlu jadi perhatian mengingat manufaktur merupakan salah satu sektor penopang perekonomian RI. Kepala BPS Suhariyanto mengatakan, industri manufaktur pada kuartal IV-2019 tumbuh 3,66% lebih rendah jika dibandingkan kuartal IV-2018 yang hanya tumbuh 4,25%. Industri manufaktur sepanjang 2019 juga menurun jika dibandingkan dengan 2018. Pada 2019, industri manufaktur tumbuh 3,8% turun 12,4% jika dibandingkan pertumbuhan manufaktur pada 2018 yakni 4,3%. "[Industri manufaktur] di kuartal IV-2018 sampai 4,25%. Berpengaruh besar ke ekonomi Indonesia, karena peranan industri nomor satu. Ini perlu dijadikan perhatian," kata Suhariyanto di kantornya, Rabu (5/2/2020).

Product market competition merupakan contoh variabel yang dapat ditinjau dari faktor internal dan eksternal. Dalam dalil teori ekonomi, pasar produk memainkan sebuah peranan penting dalam mendisiplinkan risiko dan kerja keras para manajer Alchian, (1950); Stigler, (1958); Hart, (1983); Schimdt, (1997) dalam Sheikh, (2018). Ketika kompetisi pasar dalam keadaan tinggi, profit margins akan menipis dan manajer akan berkesempatan untuk melakukan kecurangan dalam memperoleh keuntungan pribadi. Keuntungan para manajer tersebut dapat dijadikan modal guna menciptakan sebuah bisnis baru dan akan menjadi ancaman bagi para pebisnis yang telah ada. Menurut beberapa pengamat, kompetisi akan melahirkan kompetitor-kompetitor berpotensi yang akan meningkatkan persaingan di beberapa lini seperti:

ancaman produk pengganti, kekuatan tawar-menawar pembeli, kekuatan tawar-menawar pemasok, dan persaingan di antara pesaing yang ada Rakestraw, (2015). Ammann, dkk. (2013) membuktikan bahwa persaingan pada *low market distress competition* akan berkolerasi positif di antara *product market competition* dan *corporate governance* terhadap nilai perusahaan. Namun, Filson (2002) menyatakan bahwa persaingan jenis ini berdampak negatif terhadap nilai perusahaan.

Dalam lingkungan bisnis kontemporer, manajemen risiko menjadi salah satu penyetir bisnis terutama setelah terjadinya krisis ekonomi Ayturk, dkk., (2016). Hedging digunakan sebagai salah satu cara untuk mengurangi berbagai kerugian substansial baik secara individu atau organisasi dan dapat menjadi alat untuk mengambil alih suatu pasar atau investasi guna mengatasi kerugian dan risiko masa mendatang Costa dan Singh, (2013). Dalam pasar modal sempurna tanpa informasi asimetri, pajak, dan biaya transaksi agensi; risiko keuangan hedging seharusnya tidak akan menambah nilai bagi para pemegang saham perusahaan. Namun dalam praktiknya, ketidaksempurnaan dalam pasar modal menciptakan sebuah aktivitas hedging di suatu perusahaan. Terutama, *hedging* menjadi alat yang penting dalam mengatur *foreign exchange risk* bagi perusahaan-perusahaan multinasional Luo dan Wang, (2018).

Berdasarkan studi empiris, *hedging* merupakan salah satu faktor terjadinya peningkatan pada nilai perusahaan. Júnior dan Laham (2016) menyatakan, penggunaan derivative terhadap nilai perusahaan memiliki pengaruh positif jika dilihat dari sisi metode ekonometrik dan periode penelitian. Namun di sisi lain, Gilje dan Tailard (2016) membuktikan bahwa probabilitas penurunan financial distress dan *under investment risk* disebabkan oleh pengaruh negatif hedging terhadap nilai perusahaan. Dalam beberapa tahun terakhir, pembaharuan teknologi tidak selalu ditentukan oleh peningkatan nilai perusahaan namun juga didasarkan pada kegagalan ekspektasi bisnis dan *research and development Vanderpal*, (2015). Investasi *research and development* merupakan salah satu jenis investasi aset tidak berwujud

yang berkontribusi pada pertumbuhan perusahaan dalam jangka panjang. Kesuksesan investasi aset ini akan menghasilkan inovasi produk atau jasa yang memungkinkan sebuah perusahaan dapat berbeda dengan yang lainnya Ho Yew, dkk., (2005), peluncuran bisnis baru, pengembangan produk baru, memperbaiki kualitas produk, meningkatkan efisiensi produksi, dan memperdalam atau memperluas kapabilitas teknologi perusahaan Lubis, dkk., (2013). Ciri khas dan pembeda suatu produk maupun jasa dapat dijadikan cara untuk menarik konsumen sehingga akan meningkatkan minat membeli dan loyalitas terhadap perusahaan Kurniawan dan Mertha (2016).

Beberapa peneliti menekankan pentingnya *research and development* dalam sektor manufaktur. Perusahaan manufaktur berbasis teknologi mengeluarkan biaya sebesar 40% sebagai beban *research and development* guna memperoleh keuntungan. Hal tersebut disebabkan adanya peningkatan kompetisi sehingga setiap perusahaan harus melakukan sebuah inovasi yang luar biasa melalui pengembangan produk maupun jasa terbaru dan membangkitkan ide-ide dengan tepat Ehie dan Olibe (2010) Lee, dkk., (2011) dalam Ayaydin dan Karaaslan (2014) yang diperuntukkan untuk kepentingan komersial dalam kaitannya dengan riset ilmiah murni (Kurniawan dan Mertha, Op.Cit) dan mencapai tujuan utama perusahaan berdasarkan *theory of the firm* yakni, memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan. Pernyataan di atas didukung oleh hasil penelitian Lubis, dkk. (2013), Trisnajuna dan Sisyani (2015), serta Kurniawan dan Mertha (2016), variabel *research and development* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sehingga akan mensejahterakan para pemangku kepentingan. Namun di sisi lain, hasil Lee Yeonhee, dkk. (2010) membuktikan bahwa *research and development* berpengaruh negatif pada kinerja dan/atau nilai perusahaan.

Leverage merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Sari dan Abundanti (2014) perusahaan mendapatkan sumber dana dari dalam perusahaan

seperti penyusutan dan laba ditahan, sedangkan pada sumber dananya dapat berasal dari luar perusahaan seperti hutang dan pembukaan saham. Secara umum perusahaan yang lebih memilih untuk meningkatkan melakukan pembiayaan dengan hutang akan dianggap tidak sehat, karena pada dasarnya dapat menurunkan laba perusahaan tersebut. Peningkatan dan juga penurunan tingkat hutang berpengaruh pada penilaian pasar Nor (2012), dalam Sari dan Abundanti (2014). Jika perusahaan tersebut memiliki hutang yang besar dan berlebih maka dapat memberikan dampak negatif terhadap nilai perusahaan Ogolmagai (2013), dalam Sari dan Abundanti (2014). *Leverage* merupakan penggambaran dari penggunaan hutang suatu perusahaan yang digunakan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan tersebut. *Leverage* harus diatur dengan bijak, karena keputusan ketika menggunakan hutang perusahaan yang tinggi akan mengakibatkan meningkatnya nilai perusahaan yang disebabkan oleh pengurangan atas pajak penghasilan Suwardika dan Mustanda (2017). Menurut penelitian Sartono (2008) mengatakan bahwa leverage dapat digunakan untuk penggunaan aset dan sumber dana dari perusahaan yang memiliki biaya tetap, yang bertujuan untuk meningkatkan profit/keuntungan potensial para pemegang sahamnya. Sedangkan menurut Irawati (2006) mengatakan bahwa leverage merupakan suatu kebijakan yang dapat dilakukan oleh suatu perusahaan untuk menginvestasikan dana ataupun memperoleh sumber dana yang diikuti dengan beban maupun biaya tetap yang harus ditanggung oleh perusahaan. *Leverage* menunjukkan rasio yang mengukur seberapa besar perusahaan menggunakan pendanaan yang berasal dari hutang Brigham (2001). Leverage timbul karena perusahaan dalam operasinya menggunakan aktiva dan sumber dana yang menimbulkan beban tetap, yaitu aktiva tetap yang menimbulkan biaya penyusutan, dan utang yang menimbulkan biaya bunga Sudana (2011). Hutang yang digunakan secara efektif dan efisien meningkatkan nilai perusahaan, akan tetapi hutang yang besar berarti resiko leverage juga semakin tinggi, karena menunjukkan seberapa besar perusahaan tersebut dibiayai dengan hutang.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, alasan peneliti tertarik melakukan penelitian terkait dengan nilai perusahaan: Pertama, nilai perusahaan merupakan elemen penting sebuah perusahaan yang akan memengaruhi para atau calon investor untuk menyertakan modalnya. Kedua, peneliti menggunakan seluruh faktor-faktor penentu nilai perusahaan: internal, eksternal, dan teknikal. Ketiga, penelitian-penelitian terdahulu memberikan hasil yang berbeda-beda mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perusahaan sehingga perlu dilakukan pengujian kembali terkait faktor-faktor tersebut sesuai dengan sampel yang digunakan.

Penelitian ini merupakan replika dari Pratama (2020) dengan perbedaan penelitian ini adalah menambahkan variabel independen yaitu *Leverage*. Menurut penelitian Sartono (2008) mengatakan bahwa leverage dapat digunakan untuk penggunaan aset dan sumber dana dari perusahaan yang memiliki biaya tetap, yang bertujuan untuk meningkatkan profit/keuntungan potensial para pemegang sahamnya. Sedangkan menurut Irawati (2006) mengatakan bahwa *leverage* merupakan suatu kebijakan yang dapat dilakukan oleh suatu perusahaan untuk menginvestasikan dana ataupun memperoleh sumber dana yang diikuti dengan beban maupun biaya tetap yang harus ditanggung oleh perusahaan. *Leverage* merupakan suatu alat yang sangat penting untuk mengukur keefektifan penggunaan utang perusahaan. Apabila menggunakan *leverage*, perusahaan bisa mengalami kerugian maupun mendapatkan keuntungan, hal ini terjadi dikarenakan *leverage* pada keuangan mengakibatkan perusahaan membebankan risiko kepada para pemegang sahamnya, sehingga dapat mempengaruhi pengembalian saham. Penelitian ini juga merubah periode penelitian yaitu 2018-2020. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini saya beri judul **“PENGARUH *PRODUCT MARKET COMPETITION*, *HEDGING*, *RESEARCH AND DEVELOPMENT* DAN *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN”**.

1.2 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah pengujian Pengaruh *Product Market Competition, Hedging, Research And Development dan Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan. Dalam penelitian ini menggunakan objek perusahaan manufaktur yang tergolong sebagai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Product Market Competition* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan ?
2. Apakah *Hedging* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan ?
3. Apakah *Research And Development* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan ?
4. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan ?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk membuktikan secara empiris apakah *Product Market Competition* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
2. Untuk membuktikan secara empiris apakah *Hedging* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
3. Untuk membuktikan secara empiris apakah *Research And Development* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
4. Untuk membuktikan secara empiris apakah *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan pemahaman mengenai Pengaruh *Product Market Competition, Hedging, Research And Development* Dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan.

2. Manfaat praktis

a. Bagi investor

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam membuat keputusan investasi yang tepat pada perusahaan yang lebih peduli terhadap isu lingkungan.

b. Bagi manajemen perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan perusahaan untuk lebih perhatian terhadap lingkungan di Indonesia serta dapat menjadikan pertimbangan perusahaan untuk menerapkan Nilai Perusahaan.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

BAB 1 PENDAHULUAN

Dalam bab ini tercantum latar belakang, ruang lingkup penelitian, rumusan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini memuat tentang teori-teori yang mendukung penelitian yang akan dilakukan oleh penulis/peneliti. Apabila penelitian memerlukan analisa statistika maka pada bab ini dicantumkan juga teori statistika yang digunakan dalam hipotesa (bila diperlukan).

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi metode-metode pendekatan penyelesaian permasalahan yang dinyatakan dalam perumusan masalah.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, mahasiswa mendemonstrasikan pengetahuan akademis yang dimiliki dalam ketajaman daya pikirnya dalam menganalisis persoalan yang dibahasnya, dengan berpedoman pada teori-teori yang dikemukakan pada Bab II. Mahasiswa diharapkan dapat mengemukakan suatu gagasan/rancangan/model/alat /teori baru untuk memecahkan masalah yang dibahas sesuai dengan tujuan penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan rangkuman dari pembahasan, yang sekurang-kurangnya terdiri dari; (1) jawaban terhadap perumusan masalah dan tujuan penelitian serta hipotesis; (2) hal baru yang ditemukan dalam prospek temuan; (3) pemaknaan teoritik dari hal baru yang ditemukan. Saran merupakan implikasi hasil penelitian terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan penggunaan praktis. Sekurang-kurangnya memberi saran bagi perusahaan (objek penelitian) dan penelitian selanjutnya, sebagai hasil pemikiran penelitian atas keterbatasan penelitian yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Pada bagian ini berisi tentang referensi buku, jurnal dan skripsi yang digunakan sebagai bahan kajian pustaka penelitian.

LAMPIRAN

Pada bagian ini berisi tentang lampiran populasi dan sampel penelitian serta data penelitian dan hasil olahan data menggunakan program *SPSS* versi 20.