

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perusahaan pada umumnya memiliki tujuan jangka panjang maupun jangka pendek. Tujuan jangka pendek perusahaan salah satunya adalah meningkatkan laba dengan cara memanfaatkan sumberdaya yang dimiliki, sedangkan tujuan jangka panjang perusahaan salah satunya adalah meningkatkan nilai perusahaan. Untuk perusahaan yang sudah *go public* pada umumnya memiliki tujuan untuk meningkatkan kemakmuran para pemegang sahamnya. Kemakmuran para pemegang saham akan maksimal apabila harga saham perusahaan tersebut meningkat. Mardiyati et al (2012) dalam Wulandari (2013) berpendapat bahwa nilai perusahaan yang *go public* di pasar modal tercermin dalam harga saham perusahaan, sedangkan nilai perusahaan yang belum *go public* nilainya terealisasi apabila perusahaan akan dijual, prospek perusahaan, risiko usaha, lingkungan usaha, dan lain-lain. Sehingga dapat diartikan bahwa semakin tinggi harga saham berarti semakin tinggi nilai perusahaan.

Tiga faktor utama yang menentukan harga saham sebagai representasi dari nilai perusahaan yaitu faktor internal perusahaan, faktor eksternal perusahaan dan faktor teknikal (Bambang dan Elen, 2010). Faktor internal perusahaan dapat berupa pengumuman laporan keuangan perusahaan, seperti pengumuman pendanaan yang berhubungan dengan ekuitas dan hutang. Sedangkan faktor eksternal yang menentukan harga saham dapat disebabkan berbagai isu baik dari

dalam maupun luar negeri. Serta faktor teknikal yang lebih bersifat teknis seperti kecenderungan naik turunnya harga saham.

Profitabilitas adalah salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya (Syafri, 2008:304). Menurut Suharli (2006) apabila profitabilitas perusahaan baik maka para stakeholders yang terdiri dari kreditur, supplier, dan juga investor melihat sejauh mana laba yang diperoleh perusahaan baik dari kinerja keuangannya maupun investasi perusahaan. Nilai perusahaan akan meningkat apabila kinerja keuangannya baik.

Dari hasil penelitian yang di telah dilakukan oleh Sri (2012) mendapati hasil bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil yang berbeda ditunjukkan oleh Gusaptono (2010) bahwa profitabilitas tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tingkat pertumbuhan (*growth*) merupakan indikator yang mempengaruhi nilai perusahaan, dimana *growth* mencerminkan tingkat produktivitas perusahaan dan merupakan harapan dari pihak internal maupun eksternal perusahaan. Penelitian yang telah dilakukan oleh Verawati dan Juniarti (2014) mendapati hasil bahwa sales *growth* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian Dewi, dkk (2014) mendapati hasil bahwa

tingkat pertumbuhan perusahaan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Menurut Smith dan Watts (1992) dalam Dadri (2011) peluang pertumbuhan perusahaan tersebut terlihat pada kesempatan investasi yang di proksikan dengan berbagai macam kombinasi set kesempatan (*Investment Opportunity Set*). *Investment opportunity set* (IOS) memiliki peranan penting bagi perusahaan, karena *Investment Opportunity Set* merupakan keputusan investasi dalam bentuk kombinasi dari aktiva yang dimiliki dan opsi investasi di masa yang akan datang dimana *Investment Opportunity Set* tersebut mempengaruhi nilai suatu perusahaan (Pagalung, 2003). *Investment Opportunity Set* juga memiliki peranan penting dari nilai pasar. Ini disebabkan karena *Investment Opportunity Set* mempengaruhi cara pandang manajer, pemilik, kreditor maupun investor terhadap perusahaan.

Menurut Weston dan Copeland (1992) dalam Verawati dan Juniarti (2014) *leverage* digambarkan sebagai alat untuk melihat sejauh mana asset perusahaan di biayai oleh hutang dibanding dengan modal sendiri. Nilai perusahaan di pengaruhi oleh struktur modal, dimana struktur modal merupakan struktur pembiayaan yang dimiliki perusahaan. Struktur pembiayaan ini bisa berbentuk pembiayaan dari internal maupun eksternal perusahaan. Perusahaan biasanya menggunakan pembiayaan eksternal yaitu dengan hutang. Namun perusahaan yang banyak melakukan pembiayaan dengan hutang, tidaklah sehat. Kelebihan hutang yang besar akan memberikan dampak negatif pada nilai perusahaan. Sehingga pertumbuhan perusahaan sangat mempengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan

yang tumbuh cepat juga menikmati keuntungan dari citra positif yang diperoleh, akan tetapi perusahaan harus ekstra hati-hati, karena kesuksesan yang diperoleh menyebabkan perusahaan menjadi rentan terhadap adanya isu negatif, (Ogolmagi, 2013).

Berdasarkan hasil yang berbeda yang telah didapatkan oleh peneliti-peneliti sebelumnya, maka hal tersebut yang mendasari penelitian ini, ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi penurunan dan peningkatan dari nilai perusahaan. Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Profitabilitas, *Growth*, *Investment Opportunity Set* Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Leverage* sebagai Variabel Intervening”**. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang telah dilakukan oleh Sri Hermuningsih pada tahun 2013 dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas, *Growth Opportunity*, Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik Di Indonesia”. Dengan menambahkan variabel *leverage* yang merupakan variabel intervening.

B. Rumusan Masalah

Dari hasil penelitian yang sudah ada diperoleh adanya perbedaan hasil penelitian (*research gap*) yang telah dijelaskan diatas, maka dapat dijadikan permasalahan dalam rumusan masalah ini. Berdasarkan permasalahan tersebut maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *growth* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

3. Apakah *investment opportunity set* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap *leverage*?
5. Apakah *growth* berpengaruh terhadap *leverage*?
6. Apakah *investment opportunity set* berpengaruh terhadap *leverage*?
7. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan *leverage* sebagai variabel intervening?
8. Apakah *growth* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan *leverage* sebagai variabel intervening?
9. Apakah *investment opportunity set* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan *leverage* sebagai variabel intervening?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menganalisis pengaruh *growth* terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menganalisis pengaruh *investment opportunity set* terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap *leverage*.
5. Untuk menganalisis pengaruh *growth* terhadap *leverage*.

6. Untuk menganalisis pengaruh *investment opportunity set* terhadap *leverage*.
7. Untuk menganalisis peran *leverage* dalam menentukan pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
8. Untuk menganalisis peran *leverage* dalam menentukan pengaruh *growth* terhadap nilai perusahaan.
9. Untuk menganalisis peran *leverage* dalam menentukan pengaruh *investment opportunity set* terhadap nilai perusahaan.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Investor

Penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi investor untuk pengambilan keputusan dalam berinvestasi.

2. Perusahaan

Sebagai acuan dalam memilih strategi untuk memaksimalkan nilai perusahaannya.

3. Akademisi

Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya dan dapat dilakukan penelitian yang lebih lanjut dengan topik yang sama.