

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Banyaknya perusahaan dalam industri, serta kondisi perekonomian saat ini telah menciptakan suatu persaingan yang ketat antar perusahaan manufaktur, tak terkecuali perusahaan di sektor barang konsumsi atau *consumer goods*. Perusahaan *consumer goods* merupakan perusahaan yang sifatnya *non siklikal* artinya bahwa sektor industri ini relatif lebih stabil dan tidak mudah terpengaruh oleh musim ataupun perubahan kondisi perekonomian seperti inflasi. Walaupun terjadi inflasi, kelancaran produk industri *consumer goods* akan tetap terjamin, karena industri ini bergerak pada bidang pokok manusia.

Hal ini disebabkan karena kebutuhan masyarakat akan konsumsi tidak akan terhenti dalam kondisi apapun, melihat kondisi ini maka banyak perusahaan yang ingin memasuki sektor tersebut, sehingga persainganpun tidak dapat dihindarkan. Untuk itu perusahaan *consumer goods* harus mampu mengatur dan mengelola perusahaannya dengan baik serta dapat bertahan dalam persaingan yang ketat agar dapat memberikan kepercayaan bagi investor bahwa perusahaan tersebut dapat dijadikan target investasi dengan prospek kedepan yang menjanjikan serta demi tercapainya tujuan perusahaan.

Tujuan utama perusahaan yang telah *go public* adalah meningkatkan kemakmuran pemegang saham dengan cara meningkatkan nilai perusahaan (Salvatore 2005). Semakin tinggi nilai perusahaan maka menggambarkan semakin sejahtera pula pemiliknya. Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat memengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan.

Nilai perusahaan penting bagi investor sebagai pertimbangan untuk lebih selektif dalam berinvestasi. Investor cenderung akan berinvestasi di perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang tinggi, karena nilai perusahaan yang tinggi menggambarkan kinerja perusahaan yang baik dengan resiko investasi yang relatif lebih kecil. Sedangkan bagi kreditur nilai perusahaan dapat mencerminkan kemampuan perusahaan dalam membayar hutangnya sehingga pihak kreditur tidak merasa khawatir dalam memberikan pinjaman kepada perusahaan tersebut.

Nilai perusahaan merupakan konsep penting karena nilai perusahaan merupakan indikator bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan yang baik dapat tercermin dari harga sahamnya. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh investor seandainya suatu perusahaan dijual (Sartono, 2008). Nilai perusahaan dicerminkan pada kekuatan tawar menawar

saham. Apabila perusahaan diperkirakan sebagai perusahaan yang mempunyai prospek pada masa yang akan datang, harga saham menjadi tinggi. Sebaliknya, apabila perusahaan dinilai kurang mempunyai prospek maka harga saham menjadi rendah (Sunariyah, 2003 dalam Suksmana, 2015)

Saham perusahaan yang sudah *go public* adalah saham yang diperdagangkan di bursa pasar modal. Secara umum, pasar modal adalah tempat atau sarana bertemunya antara permintaan dan penawaran instrumen keuangan jangka panjang. Pasar modal sendiri merupakan salah satu media investasi dimana pihak yang kelebihan dana dan pihak kekurangan dana saling bertransaksi dengan memperjualbelikan sekuritas atau surat-surat berharga. Pihak kelebihan dana dan pihak kekurangan dana masing-masing memiliki motif transaksi di pasar modal.

Pihak kelebihan dana (investor) melakukan investasi di pasar modal dengan harapan memperoleh keuntungan dari kenaikan harga saham atau sejumlah dividen di masa yang akan datang (Tandelilin, 2010), sedangkan pihak kekurangan dana (perusahaan) melakukan transaksi di pasar modal dengan motif membutuhkan tambahan pendanaan, dimana dana tersebut digunakan dengan maksud untuk meningkatkan aktivitas usaha demi tercapainya tujuan perusahaan.

Setiap peningkatan kinerja perusahaan, baik di bidang keuangan maupun operasional mempunyai dampak terhadap harga saham yang pada

akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan. Optimalisasi nilai perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan fungsi manajemen keuangan, dimana satu keputusan keuangan yang diambil akan memengaruhi keputusan keuangan lainnya dan berdampak pada nilai perusahaan (Fama dan French, 1998 dalam Dewi 2013).

Brigham dan Houston (2006) mengatakan setiap perusahaan yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) menginginkan harga saham yang dijual memiliki potensi harga tinggi dikarenakan semakin tinggi harga saham, maka akan semakin tinggi nilai perusahaan tersebut. Nilai perusahaan yang diindikasikan dengan *Price to Book Value* (PBV) yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan.

Terdapat tiga jenis penilaian yang berhubungan dengan harga saham, yaitu nilai buku (*book value*), nilai pasar (*market value*) dan nilai intrinsik (*intrinsic value*). Nilai buku merupakan nilai yang dihitung berdasarkan pembukuan perusahaan penerbit saham (emiten). Nilai pasar merupakan pembukuan nilai saham di pasar saham dan nilai intrinsik merupakan nilai saham yang sebenarnya atau seharusnya terjadi (Tandelilin, 2010).

Investor perlu mengetahui dan memahami ketiga nilai tersebut sebagai informasi penting dalam pengambilan keputusan investasi saham karena dapat membantu investor untuk mengetahui saham mana yang sedang tumbuh. Oleh karena itu, untuk mengundang investor berinvestasi di perusahaan tersebut maka perusahaan harus mampu meningkatkan

nilai perusahaannya serta mempertahankan investor yang ada mengingat kemakmuran pemegang saham juga merupakan tujuan dari perusahaan. Adapun beberapa faktor yang diduga berpengaruh terhadap nilai perusahaan antara lain pertumbuhan perusahaan (*growth opportunity*), *leverage* dan profitabilitas.

Growth opportunity atau pertumbuhan perusahaan adalah peluang bertambah besarnya suatu perusahaan dimasa depan. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan perusahaan maka semakin baik pula perusahaan tersebut. Pada umumnya, perusahaan yang tumbuh dengan cepat memperoleh hasil positif dalam artian pemantapan posisi di dunia persaingan usaha, menikmati penjualan yang meningkat dan diiringi oleh adanya peningkatan pangsa pasar. Informasi tentang adanya pertumbuhan perusahaan direspon positif oleh investor, sehingga akan meningkatkan permintaan saham yang akan berdampak pada naiknya harga saham dan nilai perusahaan.

Selain *growth opportunity*, faktor lain yang diduga mampu memengaruhi nilai perusahaan adalah berkaitan dengan sumber pendanaan perusahaan. Pada dasarnya, keputusan pendanaan (*financing*) perusahaan berkaitan dengan penentuan sumber-sumber dana yang digunakan. Pemenuhan kebutuhan dana tersebut dapat disediakan atau diperoleh dari sumber internal maupun eksternal perusahaan. Apabila perusahaan memenuhi kebutuhan-kebutuhan dananya dari sumber internal, maka perusahaan tersebut menggunakan pendanaan internal (*internal financing*)

yaitu dalam bentuk modal sendiri maupun laba ditahan. Sebaliknya, jika perusahaan tersebut memenuhi kebutuhan dananya dari sumber eksternal, maka perusahaan tersebut melakukan pendanaan eksternal (*eksternal financing*) yaitu dalam bentuk hutang.

Penggunaan hutang sebagai sumber pendanaan perusahaan memiliki keuntungan dan kerugian. Keuntungan penggunaan hutang diperoleh dari pajak (bunga hutang adalah pengurangan pajak) dan disiplin manajemen (kewajiban membayar hutang menyebabkan disiplin manajemen dalam keuangan perusahaan). Sedangkan kerugian penggunaan hutang berhubungan dengan timbulnya biaya keagenan dan biaya kebangkrutan

Kebijakan utang sangat sensitif terhadap perubahan nilai perusahaan. Semakin tinggi proporsi utang maka semakin tinggi harga saham, namun pada titik tertentu peningkatan utang akan menurunkan nilai perusahaan karena manfaat yang diperoleh dari penggunaan utang lebih kecil daripada biaya yang ditimbulkannya. Pemaparan diatas memberikan gambaran bagi perusahaan bahwa keputusan pemilihan sumber pendanaan merupakan hal penting, sebab hal tersebut dapat memengaruhi struktur modal perusahaan. Oleh karena itu, mengaitkan kebijakan utang dengan nilai perusahaan menjadi relevan.

Variabel lain yang diduga mampu memengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan tingkat kemampuan perusahaan untuk mengukur efektifitas manajemen yang dihitung dari laba

yang dihasilkan atas penjualan perusahaan. Penilaian prestasi perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Laba perusahaan juga merupakan elemen pencipta nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan pada masa yang akan datang.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan *gap* atau inkonsistensi dari berbagai faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan Putu Indah Purnama Sari dan Nyoman Abudanti (2014) menyatakan *growth opportunity* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, Sedangkan penelitian dari Nur Hidayah (2015) menyatakan bahwa *growth opportunity* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian Kadek Ayu Yogamurti Setiadewi (2005), I Gusti Angga Pratama (2016), Vicky Mabruroh (2015), Dwita Ayu Rizqia (2013) mengatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Putu Indah Purnama Sari (2014), Dewi Ernawati (2015) mengatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Bhekti Fitri Prasetyorini (2013) mengatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Vicky Mabruroh (2015), Dewi Ernawati (2015), Lilla Yuniar Suksmana (2015), Putu Indah Purnama Sari (2014), I Gusti Angga Pratama (2016), Ayu Sri Mahatma Dewi (2013), Kadek Ayu Yogamurti Setiadewi (2005), Dwita Ayu Rizqia (2013)

Bhekti Fitri Prasetyorini (2013), Nur Hidayah (2015) mengatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Karena banyak penelitian yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, maka peneliti ingin meneliti pengaruh langsung dan tidak langsung beberapa variabel independen terhadap variabel profitabilitas yang dijadikan sebagai variabel intervening.

Untuk itu penelitian ini akan menguji beberapa faktor yang diambil dari faktor fundamental perusahaan yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dari berbagai faktor fundamental perusahaan yang telah diteliti, peneliti mengambil faktor fundamental perusahaan berupa *growth opportunity* dan *leverage* terhadap terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening.

B. Batasan masalah

Peneliti akan mengambil data dari ICMD (Indonesia Capital Market Directory) dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) di sektor usaha *consumer goods* periode 2011- 2014.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah penelitian tersebut maka dapat dirumuskan pertanyaan ;

1. Apakah *growth opportunity* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan ?
3. Apakah *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah *growth opportunity* berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas?
5. Apakah *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas?
6. Apakah profitabilitas mampu memediasi pengaruh *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan ?
7. Apakah profitabilitas mampu memediasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan ?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini, maka tujuan penelitian dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan

2. Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan
3. Untuk menganalisis pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk menganalisis pengaruh *growth opportunity* terhadap profitabilitas
5. Untuk menganalisis pengaruh *leverage* terhadap profitabilitas
6. Untuk menganalisis profitabilitas dalam memediasi pengaruh *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan
7. Untuk menganalisis profitabilitas dalam memediasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan

E. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat dan kontribusi sebagai berikut :

1. Kegunaan teoritis :

Dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai *growth opportunity*, *leverage* dan profitabilitas serta pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan wacana dibidang keuangan sehingga dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan praktis

Hasil penelitian ini diharapkan berguna dalam memberikan sumbangan pemikiran kepada perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan terutama berkaitan dengan variabel-variabel

yang diteliti yaitu *growth opportunity*, *leverage*, profitabilitas dan nilai perusahaan.