

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan khususnya sektor ekonomi semakin maju dan berkembang pesat sehingga hal tersebut mendorong timbulnya persaingan antar perusahaan. Sehingga, suatu perusahaan dituntut untuk lebih meningkatkan kinerjanya supaya dapat bersaing dengan perusahaan yang lain sehingga perusahaan tersebut dapat tumbuh serta dapat mencapai tujuan dari perusahaan tersebut. Terdapat dua tujuan utama suatu perusahaan yaitu tujuan jangka panjang dan tujuan jangka pendek. Tujuan jangka pendek suatu perusahaan yaitu memaksimalkan laba perusahaan dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Sedangkan tujuan jangka panjang perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan serta mensejahterakan para pemegang saham. Nilai perusahaan dapat dilihat berdasarkan dari harga saham suatu perusahaan. Suatu perusahaan yang mempunyai kinerja baik akan menarik calon investor untuk menanamkan modalnya ke perusahaan tersebut sehingga menyebabkan nilai perusahaan meningkat. Diperlukan perencanaan tentang bagaimana perusahaan agar dapat meningkatkan nilai perusahaan, karena nilai perusahaan yang tinggi menjadi daya tarik bagi para investor.

Suatu perusahaan mempunyai alat analisis untuk melihat kondisi keuangan perusahaan melalui kinerja keuangan. Menjaga kinerja keuangan

yang baik merupakan suatu tujuan perusahaan. Hal ini disebabkan kinerja keuangan perusahaan baik akan menjadi daya tarik bagi investor karena investor akan melakukan peninjauan terhadap kinerja keuangan perusahaan sebelum membeli saham perusahaan tersebut.

Menurut Keown (2004) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan nilai pasar yang terdiri dari surat berharga, utang, dan ekuitas yang beredar. Jadi, nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan yang sering digambarkan dengan harga saham. Apabila harga saham tinggi maka nilai perusahaan juga akan tinggi. Dengan tingginya harga saham maka kemakmuran para investor juga akan semakin terjamin.

Fenomena yang diangkat pada penelitian ini terkait dengan industry manufaktur tumbuh tetapi banyak perusahaan yang gulung tikar dan PHK. Badan Pusat Statistik (BPS) menilai banyaknya pemutusan hubungan kerja (PHK) pada beberapa perusahaan tidak sejalan dengan perkembangan industry manufaktur nasional yang kondisinya masih baik. Pasalnya, BPS mencatat industry manufaktur besar serta sedang nasional mengalami kenaikan sekitar 4,57 persen sepanjang tahun 2015. Sementara, untuk pertumbuhan produk industry manufaktur mikro naik sekitar 5,71 persen dari tahun 2014. Maka, pertumbuhan produksi manufaktur secara keseluruhan bila dihitung adalah 4,7 persen. Bila dinilai perusahaan manufaktur dinilai masih tumbuh dan berkembang walau tidak secepat tahun-tahun sebelumnya.

Dari data BPS menunjukkan, industry salah satunya kendaraan bermotor adalah 4,29 persen dan industry yang lainnya seperti komputer, barang elektronik naik sebesar 3,03 persen. Padahal, industri otomotif serta elektronik sedang dihempas isu terkait PHK massal setelah Ford Motor Indonesia menutup operasinya yang berada di Indonesia. Bahkan dua perusahaan elektronik terkemuka PT Panasonic dan PT Toshiba menurut Konferensi Serikat Pekerja Indonesia (KSPI) menutup perusahaannya sehingga berdampak pada pemecatan ribuan buruh di perusahaan tersebut. Oleh karena itu, BPS mengungkapkan bila ada berita terkait dengan PHK karyawan itu hanya kekawatiran berlebih. (www.metrotvnews.com)

Profitabilitas adalah keuntungan perusahaan yang diperoleh dari penjualan yang telah dilakukan oleh perusahaan (Astuti 2004). Profitabilitas merupakan aspek penting dalam menentukan baik atau tidaknya kinerja suatu perusahaan. Profitabilitas atau laba menjadi hal pertama yang akan dilihat oleh investor karena laba yang tinggi mencerminkan keuntungan dalam bentuk dividen yang akan diperoleh para investor juga akan tinggi. Hal tersebut akan direspon oleh investor dengan baik (menjadi tanggapan yang baik oleh investor). Selain itu, perusahaan yang dapat menghasilkan laba yang semakin tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang semakin baik, sehingga tanggapan yang baik yang akan berdampak pada harga saham yang semakin meningkat (Purnama dan Abundanti, 2014).

Sebab, investor menanamkan modal mereka ke dalam suatu perusahaan memiliki tujuan untuk mendapatkan *return*, sehingga apabila perusahaan dapat menghasilkan *profit* yang tinggi maka investor juga mengharapkan mendapat *return* yang tinggi. Dengan suatu perusahaan membagikan *return* yang tinggi kepada para investor akan berdampak pada semakin banyaknya investor tertarik menanamkan modalnya pada perusahaan.

Hal tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya dan Linawati (2015), Chen dan Shun (2011), Lestari dan Mursalin (2016), Sucuahi dan Cambarihan (2016), Hasbi (2015), Rizqia dkk (2013) serta Wardani dan Sri (2011) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Hermawan dan Afiyah (2014), Noviyanto (2008), serta Herawati (2013) menyatakan bahwa profitabilitas secara signifikan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Size atau ukuran perusahaan dapat dilihat berdasarkan ekuitas, penjualan dan total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Menurut Rai dan Merta (2016) menyatakan bahwa besar kecilnya total aktiva dan modal yang dimiliki oleh perusahaan mencerminkan ukuran perusahaan. Perusahaan yang mempunyai ukuran perusahaan yang besar akan lebih mudah mendapatkan sumber dana baik dari pihak internal maupun eksternal, dengan kemudahan tersebut membuat kegiatan operasional perusahaan menjadi lancar sehingga laba (*profit*) yang diperoleh akan

menjadi tinggi dan akan berpengaruh pada nilai perusahaan yang meningkat. Selain itu, total aktiva perusahaan yang semakin besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan.

Size atau ukuran perusahaan yang besar mempunyai total aktiva yang besar sehingga akan lebih mendapatkan perhatian seperti investor dan kreditor dibandingkan dengan perusahaan yang mempunyai ukuran perusahaan yang kecil. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi.

Hal tersebut selaras dengan penelitian Anisa dkk (2011), Martini *et al.* (2014), Moeljadi (2014), Pratiwi dan Amanah (2017), Angga dan Wiksuana (2016), Hidayah (2014), serta Rasyid *et al.* (2015) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Allazy dkk (2011), Gulon dkk. (2013), Priyastuty (2014), Lumupow dan Tumiwa (2017) serta Rai dan Merta (2016) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Menurut Martono dan Harjito (2008) menyatakan bahwa *leverage* adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menggunakan aktiva atau dana yang memiliki beban tetap (*fixed cost asset*) yang digunakan untuk memperbesar tingkat *return* bagi pemilik suatu perusahaan. Dalam mendapatkan pendanaan perusahaan dalam memperolehnya terdapat dua cara yaitu dari internal dan eksternal. Untuk sumber dana internal

perusahaan dapat memperolehnya dari penyusutan dan laba ditahan. Untuk sumber dana eksternal perusahaan memperolehnya dari utang dan penerbitan saham (Purnama dan Abundanti, 2014). Perusahaan dapat menggunakan utang untuk mendapatkan modal agar mendapatkan keuntungan yang lebih besar. *Leverage* merupakan kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendek ataupun jangka panjang perusahaan. Penggunaan utang diharapkan akan mendapatkan respon positif dari pihak luar. Oleh karena itu, utang merupakan sinyal yang baik untuk meningkatkan nilai perusahaan dimata investor (Hanafi, 2011).

Namun, penggunaan utang yang terlalu besar tidak terlalu baik sebab, dikhawatirkan akan terjadi penurunan laba yang didapat oleh perusahaan. Maka, dapat dikatakan nilai *leverage* yang semakin tinggi akan menunjukkan investasi yang beresiko besar dan *leverage* yang kecil akan menunjukkan investasi yang beresiko kecil (Analisa, 2011). *Leverage* merupakan suatu gambaran tentang pemakaian utang perusahaan yang digunakan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan. Maka, pengelolaan *leverage* penting, karena keputusan dalam penggunaan utang yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan sebab terdapat pengurangan pajak penghasilan.

Hal tersebut selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ramadan (2015), Kouki dan Hatem (2011), Febrianti (2012), serta Angga dan Wiksuana (2016) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh

positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Prastika (2012) menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Growth opportunity atau peluang pertumbuhan suatu perusahaan menjelaskan terkait dengan bagaimana prospek pertumbuhan suatu perusahaan di masa yang akan datang. Menurut Hermuningsih (2013) menyatakan bahwa peluang pertumbuhan perusahaan merupakan perubahan baik peningkatan maupun penurunan total aktiva yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Aset perusahaan merupakan aktiva yang digunakan untuk kegiatan operasional, dengan kegiatan operasional yang baik diharapkan dapat meningkatkan hasil operasional sehingga kepercayaan pihak luar juga akan semakin baik.

Selain itu, diharapkan dengan hasil kegiatan operasional perusahaan meningkat akan mendorong pihak eksternal percaya terhadap perusahaan. Sehingga, hal tersebut akan mendorong minat investor dalam menanamkan modalnya terhadap perusahaan tersebut karena prospek pertumbuhan perusahaan yang bagus mencerminkan *return* yang menjanjikan. Menurut Syardiana dkk (2015) pertumbuhan suatu perusahaan akan menghasilkan tingkat pengembalian yang semakin meningkat karena pertumbuhan mempunyai aspek menguntungkan untuk para investor. Oleh karena itu, sinyal yang ditangkap oleh investor dapat mempengaruhi nilai suatu perusahaan. Hal tersebut dapat diartikan *growth opportunity* akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hal tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Hermuningsih (2013), Eka (2010), Martini dkk (2014), serta Syardiana dkk (2015) yang menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan (*growth opportunity*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian Pratiwi (2017) serta Karina dan Titik (2016) menyatakan bahwa *growth* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Profitabilitas, *Size*, *Growth Opportunity*, dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan”. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suwardika dan Mustanda (2017) dengan judul Pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas, terhadap Nilai Perusahaan. Maka, penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena penelitian ini menambahkan tahun penelitian. Populasi penelitian menggunakan Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI. Perbedaan penelitian terletak pada tahun periode penelitian yaitu tahun 2012-2016.

B. Batasan Masalah

Perusahaan yang diteliti dalam penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan periode 2012-2016. Variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu profitabilitas, *size*, *growth opportunity*, *leverage* dan nilai perusahaan.

C. Perumusan Masalah

1. Apakah profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
2. Apakah *size* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
3. Apakah *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
4. Apakah *growth opportunity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?

D. Tujuan Penelitian

1. Menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.
2. Menguji pengaruh *size* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.
3. Menguji pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.
4. Menguji pengaruh *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat di bidang teoritis dan pengembangan ilmu
 - a. Memperkuat hasil penelitian sebelumnya, khususnya untuk judul Pengaruh Profitabilitas, *Size*, *Leverage* dan *Growth Opportunity* Terhadap Nilai Perusahaan.
 - b. Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan nilai perusahaan.
2. Manfaat di bidang praktik
 - a. Diharapkan dengan penelitian ini, investor dapat memperdalam atau lebih memahami informasi yang berkaitan dengan Pengaruh Profitabilitas, *Size*, *Leverage*, dan *Growth Opportunity* Terhadap Nilai Perusahaan.
 - b. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadikan informasi yang berguna bagi pembaca.