

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Tujuan perusahaan pada umumnya adalah meningkatkan nilai perusahaan dan mampu menghadapi persaingan yang kompetitif serta mempertahankan perusahaan agar tetap eksis dalam jangka panjang. Meningkatkan nilai perusahaan sangat penting bagi perusahaan, karena dengan meningkatkan nilai perusahaan maka meningkatkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan. Jadi, tingginya nilai perusahaan tercermin dari kemakmuran para pemegang saham.

Nilai perusahaan berkaitan erat dengan harga saham, yaitu harga yang didapatkan berasal dari penawaran dan permintaan saham di pasar bursa efek. Semakin tingginya harga saham maka akan semakin tinggi juga nilai perusahaan, dan akan semakin memakmurkan para pemegang saham. Apabila para pemegang saham makmur, investor akan melihat hal itu sebagai faktor untuk berinvestasi. Investor berpersepsi bahwa mereka akan mendapatkan return atau pengembalian yang tinggi dari perusahaan tersebut. Tujuan investor sendiri dalam berinvestasi yaitu untuk mendapatkan keuntungan setinggi-tingginya dan kerugian serendah-rendahnya.

Namun, pada dasarnya masih banyak investor yang ragu atau bahkan merasa bingung untuk berinvestasi pada perusahaan. Minimnya pengetahuan atau informasi yang didapat, membuat mereka hanya mengetahui satu atau dua faktor

yang dapat meningkatkan nilai perusahaan, misalnya investor hanya melihat kepada laba atau profit yang didapatkan perusahaan sehingga mereka tertarik untuk membeli saham. Sedangkan masih terdapat faktor- faktor yang dapat meningkatkan nilai perusahaan seperti *growth opportunity* atau peluang pertumbuhan perusahaan maupun *size* atau ukuran perusahaan. Pada penelitian ini menggunakan variabel *growth opportunity*, profitabilitas, dan *size*. Ketiga variabel ini diharapkan perusahaan dapat mempengaruhi keputusan investor dalam berinvestasi sehingga investor tertarik untuk membeli saham pada perusahaan.

Growth opportunity merupakan peluang pertumbuhan pada perusahaan di masa depan (Mai, 2006). Peluang pertumbuhan perusahaan biasanya dilihat oleh investor dari pertumbuhan total aset atau total penjualan perusahaan dari tahun ke tahun. Peluang pertumbuhan pada perusahaan juga mempunyai pengaruh positif terhadap perubahan harga saham dan juga merupakan suatu harapan yang diinginkan oleh pihak perusahaan dan juga pihak investor. Jadi jika perusahaan mempunyai peluang yang bagus akan mudah untuk mencapai targetnya. Untuk mencapai nilai perusahaan yang tinggi, maka peluang pertumbuhan perusahaan dapat digunakan sebagai analisis untuk tercapainya nilai perusahaan. Oleh karena itu, *growth opportunity* yang tinggi diharapkan perusahaan mampu untuk mencapai dan menghasilkan profit yang tinggi dimasa yang akan datang. Sehingga akan meningkatkan harga saham perusahaan yang menjadi indikator nilai perusahaan.

Profitabilitas yaitu kemampuan perusahaan untuk mencapai keuntungan sebanyak-banyaknya agar nilai perusahaan juga meningkat. Lalu dalam hal kinerja manajemen harus diperhatikan karena semakin baik kinerja manajemen maka semakin bagus juga kemampuan perusahaan yang menghasilkan laba bersih untuk return ekuitas terhadap investor. Investor biasa menggunakan ROE (*Return on equity*) digunakan untuk menghitung pengembalian profit perusahaan dalam pengelolaan modal yang mendapatkan laba bersih setelah pajak. Kinerja keuangan yang baik pasti akan menghasilkan profit yang besar. Hal ini diartikan bahwa semakin tinggi ROE akan menunjukkan semakin efisien kinerja keuangan perusahaan dalam menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan profit. Besarnya hasil dari ROE maka akan mempengaruhi tingkat investasi yang ditanamkan oleh investor pada perusahaan.

Size yaitu ukuran perusahaan yang menggambarkan besar kecilnya perusahaan. Karena semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar juga perusahaan untuk memperoleh pendanaan pada pihak internal maupun eksternal. Sedangkan perusahaan yang kecil memiliki sedikit kepercayaan dari pihak eksternal maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan mampu mempengaruhi nilai perusahaan.

Selain latar belakang di atas, alasan peneliti mengambil variabel *growth opportunity*, profitabilitas, dan *size* karena terdapat inkonsistensi hasil antara penelitian satu dengan penelitian yang lain.

Menurut Hermuningsih (2013) menyatakan bahwa *growth opportunity* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun menurut

penelitian dari Pratiwi (2017) *growth opportunity* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Wijaya (2013), variabel profitabilitas hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Munawaroh (2014) profitabilitas menunjukkan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Prasetyorini (2013) ukuran perusahaan dinyatakan berhubungan positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun ukuran perusahaan mempunyai nilai negatif dan signifikan oleh Meidiawati dan Mildawati (2016).

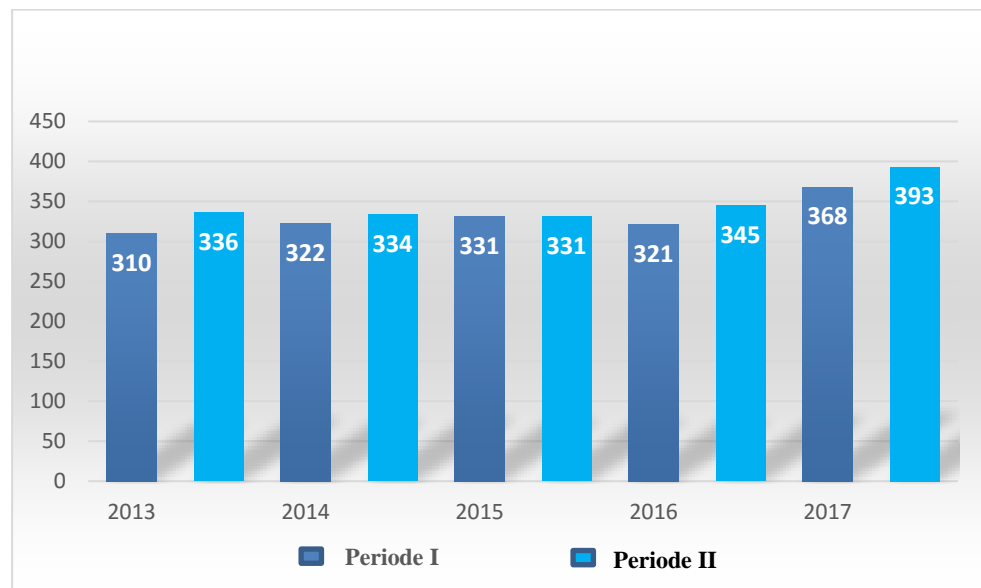
Ketidak konsistenan dari hasil beberapa penelitian tersebut dapat memberi motivasi tambahan untuk melakukan penelitian kembali tentang pengaruh *growth opportunity*, profitabilitas, dan *size* pada masa periode yang berbeda (periode 2013-2017).

Dan alasan penulis memilih perusahaan manufaktur sebagai objek penelitian karena perusahaan manufaktur menjadi primadona di Indonesia. Berdasarkan laporan terkini dari UNIDO (United Nations Industrial Development Organization/ Organisasi Pembangunan Industri PBB) yang disampaikan perwakilan UNIDO yaitu Shadia Hajarabi, Indonesia masuk ke dalam 10 besar perusahaan manufaktur di dunia. Tiongkok memuncaki 10 perusahaan manufaktur di dunia diikuti dengan Amerika Serikat, Jepang, Jerman, Korea Selatan, India, Italia, Perancis, Brasil, dan Indonesia. Masuknya Indonesia ke dalam 10 besar

perusahaan manufaktur di dunia, membuat investor asing tertarik untuk membeli saham di Indonesia begitu pun investor dari Indonesia itu sendiri. Hal ini membuat perusahaan manufaktur menjadi mesin pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Untuk itu penulis bermaksud melakukan penelitian dengan menggunakan objek perusahaan manufaktur yang terdaftar di ISSI.

Dalam penelitian ini menggunakan sampel perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) selama 5 tahun berturut-turut yaitu pada periode 2013-2017. Hal tersebut dikarenakan ISSI memiliki ruang lingkup yang luas karena terdiri dari jumlah saham yang cukup banyak sehingga saham tersebut memiliki pengaruh yang besar terhadap harga saham. Dan juga mengingat bahwa Indonesia sebagai negara muslim terbesar di dunia merupakan pasar yang sangat besar untuk pengembangan industri keuangan syariah. Investasi syariah di pasar modal adalah bagian dari industri keuangan syariah dan mempunyai peran yang cukup penting untuk dapat meningkatkan pasar industri keuangan syariah di Indonesia, hal ini diharapkan investasi syariah di pasar modal Indonesia akan mengalami pertumbuhan yang tinggi dan berikut adalah perkembangan jumlah saham syariah yang terdaftar.

Perkembangan Saham Syariah di Indonesia 2013-2017



sumber : Otoritas Jasa Keuangan

Gambar 1.1. Perkembangan Saham Syariah 2013-2017

Gambar tersebut menunjukkan bahwa perkembangan saham syariah di Indonesia cukup pesat pada tahun 2017 saham syariah tercatat sebanyak 393, hal tersebut mengalami peningkatan jika dibandingkan pada tahun 2013 hanya sebanyak 336 saham yang tercatat. (Sumber : OJK).

Hal tersebut menunjukkan bahwa saham syariah di Indonesia mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang cukup baik. Perkembangan saham syariah ini tentu menjadi fenomena yang menarik bagi para investor di Indonesia. Oleh karena itu penulis memilih Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) sebagai objek penelitian.

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan, maka peneliti mengajukan penelitian yang berjudul Pengaruh Growth Opportunity, Profitabilitas, dan Size terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan

Manufaktur yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia pada periode 2013-2017)

B. Rumusan Masalah Penelitian

1. Apakah *growth opportunity* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah *size* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah *growth opportunity* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan
2. Untuk mengetahui apakah profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan
3. Untuk mengetahui apakah *size* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis
 - a. Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan serta memperkaya ilmu pengetahuan kaitannya tentang manajemen keuangan mengenai pengaruh *growth opportunity*, profitabilitas, dan *size* terhadap nilai perusahaan.
 - b. Diharapkan penelitian ini dapat melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya serta dapat menambah informasi dan referensi untuk penelitian-

penelitian selanjutnya mengenai pengaruh *growth opportunity*, profitabilitas, dan *size* terhadap nilai perusahaan.

2. Manfaat praktik

- a. Diharapkan investor mendapatkan gambaran serta tambahan informasi mengenai seberapa jauh *growth opportunity*, profitabilitas, dan *size* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sehingga apabila investor akan berinvestasi pada suatu perusahaan, investor dapat mempertimbangkan kembali dengan melihat variabel- variabel yang terdapat pada penelitian ini
- b. Diharapkan perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan melihat variabel- variabel yang terdapat pada penelitian ini

E. Batasan Penelitian

1. Perusahaan yang diteliti dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI). Karena perusahaan manufaktur yang terdaftar di ISSI memiliki jumlah yang banyak dibandingkan dengan sektor lain, selain itu perusahaan manufaktur juga menjadi primadonanya di Indonesia.
2. Periode yang diteliti pada penelitian ini yaitu periode 2013-2017
3. Variabel yang diteliti meliputi *growth opportunity*, profitabilitas, *size*, dan nilai perusahaan.