

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Tujuan perusahaan didirikan salah satunya untuk mensejahterakan pemegang saham. Perusahaan yang mampu mensejahterakan pemegang saham dilihat dari meningkatnya nilai perusahaan yang mencerminkan pengelolaan perusahaan yang baik. Pengelolaan perusahaan yang baik dengan cara meningkatkan kinerja-kinerja perusahaan.

Persaingan perusahaan pada sektor manufaktur saat ini sangat ketat, akibat adanya persaingan tersebut membuat perusahaan manufaktur semakin meningkatkan nilai perusahaan, salah satunya dengan memaksimalkan laba jangka panjang. Memaksimalkan laba jangka panjang merupakan tujuan dari sebuah perusahaan, akan tetapi perusahaan sering sekali mengorbankan laba jangka pendek untuk meningkatkan laba di jangka panjang. Karena laba jangka pendek dan laba jangka panjang sangat penting, teori utama perusahaan adalah untuk memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan.

Menurut Brigham dan Erdhardt (2005:518), nilai perusahaan merupakan nilai saat ini (*present value*) dari *free cash flow* di masa mendatang pada tingkat diskonto sesuai rata-rata biaya modal. *Free cash flow* merupakan *cash flow* yang tersedia bagi investor (kreditur dan pemilik) setelah memperhitungkan seluruh pengeluaran untuk operasional perusahaan dan pengeluaran untuk investasi serta aset lancar bersih. Nilai perusahaan

yakni nilai aset dan keahlian manajemen untuk mengelola perusahaan, bagian aset perusahaan yaitu saham perusahaan yang merupakan surat berharga yang dikeluarkan dari perusahaan untuk memperoleh dana operasional perusahaan.

Nilai perusahaan yang sudah *go public* dapat ditentukan dari harga saham yang telah tercantum di Bursa Efek Indonesia. Harga saham sebuah perusahaan tinggi maka menjadi semakin tinggi nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai dari suatu perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut dapat meningkatkan kinerjanya secara baik. Tingginya nilai perusahaan dipengaruhi beberapa faktor yaitu *leverage*, *profitabilitas*, *size*, *growth opportunity*. Faktor-faktor tersebut merupakan faktor internal yang artinya dapat di kendalikan oleh perusahaan.

Pada Industri manufaktur mendorong tingkat perekonomian Indonesia karena dilihat lebih produktif dan memberi efek yang berkelanjutan. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat pertumbuhan produksi industri manufaktur sebesar 5,51 persen secara tahunan pada akhir 2017 dibanding pertengahan 2017 sebesar 3,89 persen. Pertumbuhan ini disebabkan karena Sektor manufaktur mengalami perbaikan, salah satunya pada industri logam dengan pertumbuhan 11,97 persen yang mengalami peningkatan perbaikan diantara industry lainnya (www.cnnindonesia.com). Hal tersebut merupakan fenomena yang menarik untuk diteliti karena pertumbuhan didorong dari perusahaan-perusahaan sektor manufaktur yang mengalami peningkatan nilai perusahaan.

Menurut Martono dan Harjito (2008:295) rasio *leverage* salah satu kemampuan perusahaan menggunakan dana yang mempunyai beban tetap

(*fixed cost asset or fund*) yang berguna untuk memperbesar penghasilan (*return*) bagi investor.

Rasio profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri (Sartono, 2010:122). Profitabilitas merupakan salah satu alat analisis dari rasio keuangan yang bertujuan untuk melakukan evaluasi bagaimana perusahaan berprestasi dan bagaimana menempatkan posisinya di masa yang akan datang. Rasio profitabilitas yang merupakan salah satu indikator dalam analisis rasio keuangan sebaiknya tidak dikerjakan secara mekanistik, akan tetapi harus dengan pertimbangan sebagai bagian dari proses evaluasi yang lebih luas.

Ukuran perusahaan turut menentukan nilai perusahaan, semakin besar ukuran suatu perusahaan maka perusahaan dianggap semakin mudah untuk mendapatkan sumber pendanaan bagi operasional perusahaan. Semakin baik dan semakin banyaknya sumber dana yang diperoleh, maka akan mendukung operasional perusahaan secara maksimum, sehingga akan meningkatkan harga saham dari perusahaan. Oleh karena itu ukuran perusahaan dinilai dapat memengaruhi nilai perusahaan.

Growth opportunity adalah kemampuan perusahaan menempatkan dalam sistem ekonomi secara keseluruhan. Perusahaan yang tumbuh dengan memperoleh hasil positif pada era persaingan saat ini, menikmati penjualan meningkatkan signifikan dan diimbangi dengan pangsa pasar dan perusahaan

tersebut mampu mengembangkan bisnisnya dengan kemampuan internal yang dimiliki. *Growth opportunity* yang tinggi perusahaan lebih mementingkan menggunakan sahamnya untuk mendanai operasional perusahaan dan sebagai pembelanjaan investasi dengan modal sendiri. Jika perusahaan cenderung menggunakan utang jangka panjang untuk operasional perusahaan maka resiko peluang pertumbuhannya rendah.

Pada variabel *leverage* penelitian Sari dan Priyadi (2016) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian Wulandari (2013) *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Khumairoh dkk (2016) Menyatakan *leverage* berpengaruh positif signifikan Pada penelitian Gill and Obradovich (2012) *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas menurut Sudiani dan darmayanti (2016) profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian Wulandari (2013) Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Hemastuti (2014) profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Sari dan Priyadi (2016) Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan penelitian Khumairoh dkk (2016) penelitian Manoppo dan Arie (2016) Profitabilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian Rizqia dkk (2013) menyatakan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian

Dewi dan Wirajaya (2013) Profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Hermuningsih (2013) profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Pratiwi dan Amanah (2017) Profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dari Variabel *Size* penelitian rizqia dkk (2013) variabel *size* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Pratiwi dan Amanah (2017) variabel *size* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Prasetya dkk (2014) variabel *size* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian Sari dan Priyadi (2016) *Size* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan penelitian Dewi dan wirajaya (2013) variabel *size* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan . Penelitian Manoppo dan Arie (2016) *Size* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian khumairoh dkk (2016) variabel *size* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Pantow dkk (2015) variabel *size* memiliki pengaruh negative tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Variabel *growth opportunity* pada penelitian Pratiwi dan Amanah (2017) bahwa *growth opportunity* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian Sari dan Priyadi (2016) *growth opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. didukung penelitian Harianto dan Fidiana (2016) *growth opportunity* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Hermuningsih (2013) *growth*

opportunity memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk mereplikasi penelitian dari Sari dan Priyadi (2016), dengan judul “Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, *Size*, dan *Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur di BEI” dimana *Leverage*, Profitabilitas, *Size*, *Growth Opportunity* sebagai variabel independen. Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen.

B. BATASAN MASALAH

1. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data yang diambil dari perusahaan sektor industri manufaktur yang tercatat di BEI dari periode 2013 - 2017.
2. Penelitian ini dilakukan untuk meneliti atau menguji dengan mengaitkan variabel *Leverage*, Profitabilitas, *Size*, *Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan.

C. PERUMUSAN MASALAH

1. Apakah *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan ?
2. Apakah Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah *Size* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan ?
4. Apakah *Growth Opportunity* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan ?

D. TUJUAN PENELITIAN

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

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat menambah wawasan mengenai pengembangan bidang ilmu manajemen keuangan khususnya pada topik nilai perusahaan dari penelitian-penelitian terdahulu dan sebagai pendukung teori-teori yang ada.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan pada setiap pengambilan keputusan keuangan oleh pihak perusahaan dan penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai acuan untuk memecahkan permasalahan pada topik nilai perusahaan.