

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Zaman yang sudah sangat modern ini, persaingan industri menjadi semakin sengit dan ketat. Perusahaan dituntut untuk dapat bersaing tidak hanya dalam segi produk dan jasa, tetapi juga memaksimalkan Nilai Perusahaan. Hal ini juga mempengaruhi minat para calon pembeli saham perusahaan di pasar modal. Kesejahteraan perusahaan dapat dilihat dari Nilai Perusahaan tersebut. Nilai Perusahaan yang tinggi akan meningkatkan kemakmuran bagi pemegang saham, sehingga juga akan menarik para investor untuk menginvestasikan modalnya ke Perusahaan tersebut.

Semakin maju tingkat suatu perindustrian disuatu negara atau daerah, maka jumlah dan macam industri akan juga ikut meningkat. Kemajuan ekonomi global meningkatkan persaingan usaha yang memiliki keunggulan tersendiri. Tujuan Perusahaan didirikan adalah guna menciptakan nilai tambah, terutama dalam menghasilkan keuntungan. (Kosimpang et al, 2017)

Indonesia telah berhasil menjadi basis produksi manufaktur terbesar di ASEAN. Selain itu, hingga saat ini hampir 50 pabrik milik perusahaan indonesia juga telah beroperasi di Vietnam dan Thailand. Perusahaan Manufaktur menjadi kunci penting guna memacu perkembangan perekonomian nasional karena lebih produktif dan memberikan efek berantai yang luas. Ini seiring dengan upaya

pemerintah yang akan melakukan mentransformasi ekonomi agar fokus terhadap pengembangan industri pengolahan nonmigas.

Apabila dilihat dari sisi pertumbuhan *manufacturing value added* (MVA), Indonesia menempati posisi tertinggi di antara negara-negara di ASEAN. MVA Indonesia mampu mencapai 4,84 persen, sedangkan di ASEAN berkisar 4,5 persen. Di tingkat global, Indonesia saat ini berada di peringkat ke-9 dunia.

(liputan6.com, Senin 2 April 2018 Pukul 12.37)

Nilai Perusahaan yang tinggi akan mempengaruhi nilai pemilik saham apabila peningkatan diiringi dengan meningkatnya pengembalian investasi yang tinggi kepada pemilik saham. Nilai Perusahaan bisa diukur dengan beberapa aspek, salah satunya yaitu dengan harga pasar saham perusahaan karena harga pasar saham perusahaan merupakan cerminan penilaian investor secara keseluruhan atas setiap ekuitas yang dimiliki. Harga pasar saham bertindak sebagai barometer kinerja manajemen perusahaan. Nilai Perusahaan menggambarkan kondisi perusahaan, peningkatan Nilai Perusahaan maka perusahaan akan dinilai baik oleh para calon investor, dan sebaliknya nilai pemegang saham akan meningkat apabila Nilai Perusahaan juga meningkat (Astohar, 2017).

Salah satu proksi yang digunakan untuk mengukur Nilai Perusahaan adalah Price to Book Value (PBV). Proksi PBV adalah perbandingan harga pasar dari suatu saham dengan nilai bukunya. PBV menunjukkan seberapa besar suatu

perusahaan mampu menciptakan nilai yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan (Martikarini, 2014).

Struktur Modal adalah pembelanjaan tetap suatu perusahaan yang merupakan perbandingan antara hutang jangka panjang perusahaan dengan modal sendiri. Perusahaan memiliki modal sendiri yang berupa penerbitan saham dan laba ditahan. Sedangkan modal perusahaan dapat bersumber dari internal maupun eksternal perusahaan. Pendanaan eksternal perusahaan berasal dari hutang atau penerbitan saham. Pendanaan internal perusahaan berasal dari laba ditahan perusahaan (Deviani & Surjani, 2018). Struktur modal yang optimal yaitu struktur modal yang bisa meminimalkan biaya modal rata-rata dan memaksimalkan dari Nilai Perusahaan. Struktur modal yang optimal adalah sebuah keputusan yang penting karena dapat mempengaruhi kinerja dan Nilai Perusahaan (Darmawan dan Satriawan, 2016).

Tangibility merupakan salah satu variabel penting dalam penentuan kebijakan pendanaan, hal ini karena *Tangibility Assets* yang dimiliki oleh suatu perusahaan dapat dijadikan jaminan bagi pihak kreditur dalam memberikan pinjaman. Perusahaan yang tidak mempunyai aktiva yang dapat digunakan sebagai jaminan oleh perusahaan dalam melakukan pinjaman, maka perusahaan tersebut akan cenderung menggunakan hutang dalam jumlah besar (Dewi dan Badjra, 2013). Aset tetap juga dapat memperkecil kemungkinan kebangkrutan. Hal ini dikarenakan perusahaan memiliki likuidasi yang baik. Maka, kreditur akan lebih aman memberikan hutang kepada perusahaan yang memiliki aset tetap yang lebih besar (Skoogh dan Sward, 2015).

Investment opportunity set (IOS) merupakan variabel yang digunakan untuk menilai besarnya pertumbuhan suatu perusahaan dan keputusan investasi dengan kombinasi dari asset yang dimiliki dengan opsi investasi di masa yang akan datang. *IOS* diharapkan akan menghasilkan *return* yang lebih besar dibandingkan biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan saat ini (Musyarofah dan Fidiana, 2017). Perusahaan yang memiliki *IOS* yang tinggi akan dianggap berpeluang untuk menghasilkan *return* yang tinggi pula di masa mendatang. *IOS* dapat diukur melalui *market to book value of equity ratio (MBVE)* yang merupakan besarnya *return* dari investasi di masa yang akan datang diharapkan akan melebihi *return* dari ekuitas yang diinginkan. Semakin tinggi nilai MBVE maka semakin tinggi pula peluang suatu perusahaan untuk tumbuh. Perusahaan yang terus tumbuh dapat meningkatkan harga saham sehingga keuntungan saham yang diperoleh *investor* juga akan semakin meningkat (Parameswari dan Supriyadi, 2017).

Ukuran perusahaan adalah rata-rata semua penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan hingga beberapa tahun. Dalam hal ini penjualan lebih besar dari biaya variabel dan biaya tetap, maka dapat diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak. (Brigham and Houston 2004). keadaan yang disukai oleh perusahaan adalah perolehan laba bersih sesudah pajak, hal ini dikarenakan bersifat menambah modal sendiri. Laba operasi ini dapat diperoleh jika jumlah penjualan lebih besar daripada jumlah biaya variabel dan biaya tetap. Agar laba bersih yang diperoleh mencapai jumlah yang ditarget maka pihak manajemen akan membuat strategi penjualan agar dapat mencapai hasil yang ditarget. Perusahaan dengan

ukuran yang lebih besar akan memiliki peluang mendapat sumber pendanaan dari berbagai sumber, sehingga lebih mudah memperoleh hutang karena perusahaan dengan ukuran besar memiliki kemungkinan yang lebih besar untuk memenangkan persaingan atau bertahan dalam industri (Hermuningsih, 2013).

Penelitian yang dilakukan oleh Syahadatina (2015) dan Hamidy, *et al.* (2015) menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Disisi lain, Hasil berbeda ditunjukkan oleh penelitian Mandalika (2016) dan Pasaribu, *et al.* (2016) yang menyatakan bahwa struktur modal negative dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Penelitian Astohar (2017), Suhermin dan Widyasta (2017), dan Kosimpang (2017) menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan hasil berlainan diperoleh dalam penelitian Prastuti dan Sudhiarta (2016) yang menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh negative dan signifikan.

Penelitian oleh Hermuningsih (2013) dan Purba *et al.* (2018) menyatakan bahwa *Tangibility Asset* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Namun hasil berbeda ditunjukkan oleh penelitian Kosimpang (2017) dan Mandalika (2016) yang menyatakan bahwa *Tangibility Asset* tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Penelitian Hamidah dan Umdiana (2017) serta Uzliawati, *et al.* (2016) menghasilkan bahwa variabel Investment opportunity set (IOS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hasil berkebalikan justru

ditujukan pada penelitian yang dilakukan oleh Musyarrofah dan Fidiana (2016) yang menyatakan bahwa IOS tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “Pengaruh *Tangibility Asset, Size, Investment Opportunity Set (IOS)*, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan”. Penelitian ini merupakan penelitian replikasi ekstensi yang menambahkan variabel independen *Tangibility Assets*. Objek dari Penelitian ini mengambil Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

B. Batasan Penelitian

Penelitian ini variabel independen yang digunakan sebatas *Tangibility Asset, Size, Investment Opportunity Set (IOS)*, dan Struktur Modal. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Data yang diambil yaitu periode 2015-2017.

C. Rumusan Masalah Penelitian

1. Apakah tangibility aset berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah *Investment Opportunity Set (IOS)* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah Size berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan?
4. Apakah struktur modal berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis tangibility aset berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
2. Untuk menganalisis Set Kesempatan Investasi berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
3. Untuk menganalisis Size berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
4. Untuk menganalisis struktur modal berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan Ilmu Pengetahuan mengenai pengembangan ilmu tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan. Selain itu membantu para akademisi dalam mengembangkan lebih luas tentang penelitian ini.

2. Praktik

Diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan oleh pihak perusahaan maupun investor dalam menentukan keputusan investasi yang tepat.