

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 yaitu 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 memaksimalkan laba jangka panjang. Memaksimalkan laba jangka panjang merupakan tujuan dari sebuah perusahaan, akan tetapi perusahaan sering kali mengorbankan laba jangka pendek untuk meningkatkan laba jangka panjang yang sangat penting, teori utama perusahaan adalah untuk memaksimumkan kekayaan atau nilai perusahaan.

Menurut Sujoko dan Soebiantoro (2007), nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya. Harga saham yang semakin tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan, begitu pula apabila harga saham rendah, maka akan menurunkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya, tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini, tapi juga

pada prospek perusahaan dimasa yang akan datang. Tingginya nilai perusahaan dipengaruhi beberapa faktor yaitu : ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, *sales growth*, dan kebijakan dividen. Faktor-faktor tersebut merupakan faktor internal yang artinya dapat dikendalikan oleh perusahaan.

Indonesia dinilai sudah menjadi basis produksi manufaktur terbesar di *Association of South East Asia Nations* (ASEAN). Dilihat dari sisi pertumbuhan *Manufacturing Value Added* (MVA) Indonesia menempati posisi tertinggi di antara negara-negara ASEAN. MVA Indonesia mampu mencapai 4,84%, sedangkan di ASEAN berkisar 4,5%. Di tingkat global, Indonesia saat ini berada di peringkat ke-9 dunia. Manufaktur menjadi kunci penting guna memacu perekonomian nasional karena lebih produktif dan memberikan efek berantai yang luas. Industri mampu meningkatkan nilai tambah bahan baku dalam negeri, menyerap banyak tenaga kerja, menghasilkan devisa dari ekspor, serta penyumbang terbesar dari pajak dan cukai (SINDONEWS.com).

Berdasarkan fenomena tersebut perusahaan manufaktur harus berusaha mengatur dan mengelola kinerja perusahaannya lebih baik lagi agar dapat menaikkan harga saham dan memberikan kepercayaan bagi investor bahwa perusahaan sedang dalam prospek yang baik dan dapat dijadikan target investasi demi tercapainya tujuan perusahaan. Tujuan utama sebuah perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan salah satu variabel yang digunakan oleh investor untuk memilih

sebuah perusahaan, karena semakin tinggi nilai perusahaan menunjukkan kinerja perusahaan yang baik, yang juga mencerminkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi. Semakin tinggi kinerja perusahaan dapat diartikan bahwa perusahaan sedang mengalami pertumbuhan.

Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) merupakan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan posisi usahanya dalam perkembangan ekonomi dan industri di dalam perekonomian dimana perusahaan tersebut beroperasi. Apabila perusahaan mengalami pertumbuhan penjualan, maka investor berfikir jika perusahaan tersebut mendapatkan laba. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan, berarti perusahaan sedang dalam kondisi yang baik dalam penjualan. Hal tersebut dapat meningkatkan pangsa pasar yang akan menjadi informasi yang menarik dan akan di respon positif oleh investor untuk menjadikan perusahaan tersebut target investasi.

Selain pertumbuhan penjualan (*sales growth*), salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas dapat menunjukkan apakah perusahaan tersebut mempunyai prospek yang baik di masa depan, karena merupakan faktor yang penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka waktu panjang. Dengan begitu setiap perusahaan akan selalu berusaha meningkatnya profitabilitasnya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka kelangsungan hidup perusahaan tersebut akan lebih terjamin (Hermuningsih, 2012).

Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan, dalam hal tersebut perusahaan juga memiliki tingkat *leverage* yang berbeda-beda. *Leverage* digambarkan untuk melihat sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh hutang dibandingkan dengan modal sendiri (Sari dan Handayani, 2016). *Leverage* merupakan suatu alat penting dalam pengukuran efektifitas penggunaan hutang perusahaan. Semakin tinggi *leverage* perusahaan, maka akan semakin tinggi tingkat risiko perusahaan dan begitu pula sebaliknya.

Dengan adanya profitabilitas dan *leverage*, kebijakan dividen juga turut menentukan nilai perusahaan, semakin tinggi perusahaan mendapatkan profitabilitas, dan semakin tinggi hutang perusahaan yang digunakan untuk meningkatkan pertumbuhan penjualan, maka hutang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dengan adanya hal tersebut, maka ada perusahaan yang membagikan dividen dan ada juga perusahaan yang tidak membagikan dividen. Kebijakan dividen merupakan keputusan keuangan yang dilakukan oleh perusahaan apakah laba yang didapatkan akan dibagikan kepada pemegang saham atau ditahan sebagai laba ditahan. Perusahaan yang membagikan dividen, akan menjadikan sinyal yang positif bagi investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Investor tertarik untuk investasi pada perusahaan yang berprospek baik, maka akan meningkatkan harga saham dan akan meningkatkan nilai perusahaan,

Ukuran perusahaan turut menentukan nilai perusahaan, semakin tinggi ukuran 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 mempengaruhi nilai perusahaan.

Dari fenomena dan penjelasan variable yang ada, peneliti tertarik pada faktor-faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Pada penelitian ini, menggunakan faktor, antara lain ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, *sales growth* dan kebijakan dividen.

Ada banyak penelitian mengenai nilai perusahaan yang masih menunjukkan inkonsistensi. Beberapa penelitian sebelumnya masih menunjukkan adanya perbedaan (*gap*) dari berbagai faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil penelitian Rakasiwi, dkk (2017) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Fista dan Widyawati (2017), Sari dan Handayani (2016), Putra dan Lestari (2016), Sari dan Priyadi (2016), Mindra dan Erawati (2014) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang berhasil menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan yaitu penelitian yang dilakukan oleh Fista dan Widyawati (2017), Sari dan Handayani (2016),

Mindra dan Erawati (2014), Putra dan Lestari (2016) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Sabrin, at. al (2016) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Handayani (2016) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi dan Widyawati (2017) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, didapatkan hasil yang berbeda antara pengaruh *sales growth* terhadap nilai perusahaan. Menurut Fista dan Widyawati (2017) yang menyatakan bahwa *sales growth* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rakasiwi, dkk (2017) yang menyatakan bahwa *sales growth* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian Nwamaka dan Ezebasili (2017) yang menyatakan bahwa kebijakan dividen berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Fista dan Widyawati (2017), Rakasiwi, dkk (2017), Putra dan Lestari (2016), Anton (2016) yang menyatakan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, maka penelitian ini berjudul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, *Sales Growth*, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan”. Penelitian ini merupakan replikasi ekstensi dari penelitian Fista dan Widyawati (2017) dan Sari dan Handayani (2016) yang berbeda dalam penelitian ini adalah menambah satu variabel independen yaitu variabel *leverage*, dan penelitian ini berbeda objek penelitian dan periode penelitian.

B. BATASAN PENELITIAN

1. Penelitian ini hanya meneliti variabel dependen dan variabel independen yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, *sales growth*, dan kebijakan dividen.
2. Menggunakan periode 2013-2017.
3. Penelitian ini hanya menggunakan obyek yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

C. PERUMUSAN MASALAH

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah *sales growth* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan?

5. Apakah kebijakan dividen berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan?

D. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk menguji ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan
2. Untuk menguji profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan
3. Untuk menguji *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan
4. Untuk menguji *sales growth* berpengaruh terhadap nilai perusahaan
5. Untuk menguji kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan

E. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan bukti empiris bidang manajemen keuangan khususnya pada nilai perusahaan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Investor

Melalui penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat kepada para investor dalam membuat keputusan investasi. Serta agar investor bisa mempertimbangkan bagaimana nilai perusahaan dalam suatu perusahaan untuk menamankan modalnya dalam perusahaan tersebut.

- b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini mampu menjadi referensi dalam penelitian selanjutnya, sehingga dapat mengembangkan penelitian yang berkaitan

dengan nilai perusahaan, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, *sales growth*, dan kebijakan dividen.