

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat menyebabkan semakin ketatnya persaingan baik dalam lingkungan nasional, regional, maupun Internasional. Dalam perkembangan usaha yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk semakin efisien dalam menjalankan aktivitasnya untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Agar dapat mempertahankan kelangsungan usahanya, maka perusahaan dituntut untuk lebih inovatif dan memiliki strategi yang tepat dan cermat agar mampu bertahan dalam perkembangan ekonomi dunia. Pada dasarnya tujuan utama perusahaan adalah untuk meningkatkan dan memaksimalkan keuntungan para pemilik perusahaan melalui perusahaan. Disini peranan pasar modal sangat penting dalam pembangunan nasional sekaligus menyediakan alternatif investasi bagi pemilik modal.

Dalam hal ini perlu adanya manajemen keuangan perusahaan karena fungsi manajemen keuangan itu sendiri yaitu memaksimalkan kemakmuran para pemilik perusahaan atau para pemegang saham. Jika perusahaan dapat memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya, serta dapat memanfaatkan dan mengelola modal, utang dan aset yang dimilikinya secara maksimal maka hal ini perusahaan kemungkinan besar mendapatkan keuntungan yang besar, sehingga dapat mempengaruhi nilai dari perusahaan di mata pemodal maupun investor.

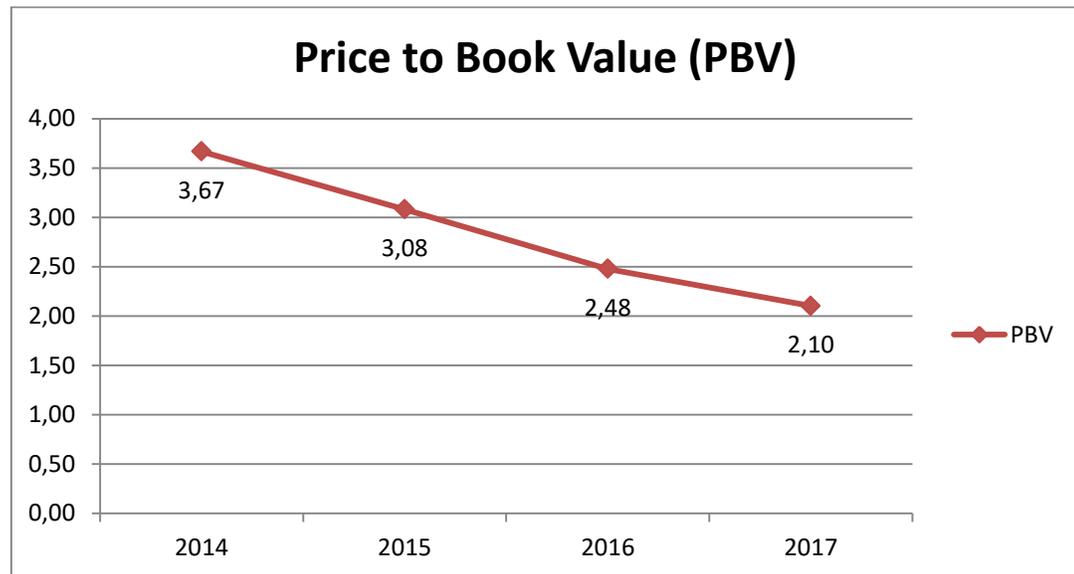
Nilai perusahaan yang meningkat akan dapat meningkatkan kemakmuran pemegang saham. Pengukuran nilai perusahaan dalam penelitian ini menggunakan PBV (*Price to Book Value*) sebagai variabel dependen karena PBV memiliki peran penting sebagai suatu pertimbangan bagi investor untuk memilih saham perusahaan yang akan dibeli. PBV digunakan untuk menilai kinerja harga pasar dibandingkan dengan nilai bukunya. Menurut Wirawati (2008) PBV merupakan rasio untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan. Rasio ini mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi sebagai perusahaan yang terus tumbuh. PBV juga menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Semakin tinggi rasio PBV dapat diartikan semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham.

Tujuan perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan dan mensejahterakan para pemegang saham. Memaksimalkan nilai pemegang saham dapat ditempuh dengan cara memaksimalkan nilai sekarang atau *present value* semua keuntungan pemegang saham yang diharapkan dapat diperoleh dimasa depan. Menurut Susanti (2010) PBV merupakan indikator lain yang digunakan untuk menilai kinerja perusahaan. Semakin besar rasio PBV maka semakin tinggi suatu perusahaan dinilai oleh para investor dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan oleh perusahaan. Perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya rasio PBV mencapai di atas satu yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari pada nilai bukunya.

Kondisi persaingan di industri *advertising, printing* dan media saat ini semakin ketat. Melihat persaingan pasarnya, media cetak sebenarnya sedikit kalah saing dengan media massa lainnya seperti media televisi maupun online, kecanggihan teknologi keduanya mampu mempengaruhi masyarakat sehingga menjadi beralih mengkonsumsi media massa di banding media cetak demi mendapatkan berita atau informasi yang cenderung cepat saji. Dalam hal ini perusahaan media cetak harus mencari inovasi dan terobosan baru agar dapat bertahan. Tantangan terbesar dari media cetak adalah bukan melawan media online, namun menyelaraskan diri dengan perkembangan media online yang saat ini lebih dipilih masyarakat dalam memperoleh informasi. Persaingan antar media televisi juga semakin ketat, karena perusahaan harus selalu mengembangkan inovasi dan terobosan baru demi memperoleh posisi terdepan di hati konsumen, dengan adanya karyawan yang berintelektual tinggi akan mendorong kinerja perusahaan menjadi lebih baik, hal ini dapat menarik perhatian investor sehingga nilai perusahaan juga akan bertambah. Jika kinerja perusahaan memburuk, nilai perusahaan juga akan turun. Untuk mengetahui perkembangan nilai perusahaan pada sub sektor *advertising, printing* dan media yang berjumlah 14 perusahaan dari tahun 2014-2017, berikut ini adalah grafik *price to book value*, pada perusahaan sub sektor *advertising, printing* dan media :

Grafik 1.1

Rata-Rata Nilai Perusahaan (PBV) Sub Sektor *Advertising, Printing* dan Media yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2017



Sumber : www.idx.co.id

Berdasarkan data grafik 1.1 Dapat dilihat PBV sub sektor *advertising, printing* dan media menurun setiap tahunnya. Dimana pada tahun 2014 ke tahun 2015 mengalami penurunan PBV dari 3,67 menjadi 3,08. Pada tahun berikutnya yaitu tahun 2016 mengalami penurunan PBV sebesar menjadi 2,48. Pada tahun 2017 mengalami penurunan PBV sebesar menjadi 2,10. Fenomena inilah yang mendasari masalah dari penelitian ini karena jika nilai perusahaan yang rendah akan berdampak negatif bagi perusahaan dan itu tidak sesuai dengan teori yang ada yaitu *Signalling Theory*. Brigham dan Houston (2011) menyatakan bahwa perusahaan yang berkualitas buruk memberikan sinyal buruk pada investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan tersebut. Dan dapat membedakan perusahaan yang berkualitas baik dan buruk untuk mengemukakan tentang bagaimana

seharusnya perusahaan memberikan sinyal kepada penggunaan laporan keuangan. Namun pada perusahaan sub sektor *advertising, printing* dan media mengalami penurunan PBV selama 4 tahun terakhir. Hal ini membuktikan bahwa perusahaan ini memiliki resiko yang tinggi terhadap nilai perusahaan. Hal ini berdampak buruk bagi perusahaan, karena nilai perusahaan yang rendah akan menyebabkan pandangan investor terhadap perusahaan kurang baiknya pengelolaan perusahaan dan berfikir ulang untuk menanamkan modal pada perusahaan tersebut. Maka nilai perusahaan yang rendah akan berdampak negatif bagi perusahaan. Dengan melihat fenomena tersebut mendorong peneliti untuk membuat sebuah penelitian untuk menilai sejumlah variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan (PBV).

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dapat menarik minat para investor untuk menanamkan modalnya. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi naik turunnya nilai perusahaan, yaitu : keputusan pendanaan, kebijakan dividen, keputusan investasi, struktur modal, pertumbuhan perusahaan. Beberapa faktor tersebut memiliki hubungan dan pengaruh terhadap nilai perusahaan. Jadi ada beberapa variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu : likuiditas, *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan.

Likuiditas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan yang tinggi memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Perusahaan yang memiliki nilai likuiditas yang baik akan dianggap memiliki kinerja yang baik oleh investor. Menurut Sartono (2010) likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek tepat pada waktunya. Ukuran likuiditas yang diprosikan *current ratio* (CR) yang merupakan perbandingan antara aktiva lancar dengan hutang lancar.

Likuiditas yang tinggi menunjukkan kekuatan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dari aktiva lancar yang dimiliki sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pihak luar terhadap perusahaan. Menurut Kasmir (2015) ukuran perusahaan yang baik tidak hanya sekedar liquid, tetapi harus memenuhi standar likuiditas tertentu sehingga tidak membahayakan kewajiban lainnya, dalam praktiknya standar likuiditas yang baik adalah 200% atau 2:1

Hasil penelitian Putra dan Wiagustini (2013) likuiditas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan penelitian, Wijaya (2015) likuiditas yang diukur dengan *current ratio* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, dan hasil penelitian Putra dan Lestari (2016) likuiditas berpengaruh positif signifikan. Maryani (2016) likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Apabila likuiditas meningkat maka nilai perusahaan juga meningkat, karena para investor akan tertarik dengan perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang baik.

Rasio *leverage* (Kasmir, 2015) merupakan rasio yang digunakan untuk mengatur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivasnya. Dalam penelitian ini *leverage* diproksikan *debttoequity ratio* (DER) yang merupakan perbandingan antara total utang dengan total ekuitas, yang mana rasio berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang. Dalam praktiknya, apabila rasio *leverage* yang tinggi akan berdampak timbulnya resiko kerugian lebih besar, tetapi juga ada kesempatan untuk mendapatkan laba yang juga besar. Sebaliknya apabila perusahaan memiliki rasio *leverage* yang rendah maka

resiko kerugiannya lebih kecil pula, terutama pada saat perekonomian menurun (Stiyarini, 2016). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Pratama dan Wiksuana (2016) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian Analisa (2011) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda juga dengan penelitian Novasari dan Lestari (2016) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Rasio profitabilitas yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan menggunakan ROE. *Return on equity* (ROE) merupakan perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan total ekuitasnya yang menunjukkan seberapa besar return yang didapat atas modal yang diberikan (Kasmir, 2015). Semakin tinggi rasio profitabilitas maka semakin baik kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba (Fahmi, 2012). Dalam beberapa penelitian yang dilakukan sebelumnya ada beberapa perbedaan hasil. Diantaranya penelitian menurut Nurbiati dan Nurmindia (2017), menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Putra dan Lestari (2016), profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Mahendra (2011) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Wibowo dan Aisjah (2012) profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selain itu ukuran perusahaan juga dapat mempengaruhi PBV dimana ukuran perusahaan akan mempengaruhi kemampuan dalam menanggung resiko yang mungkin timbul dari berbagai situasi yang dihadapi perusahaan. Suharli (2006), menyatakan bahwa ukuran perusahaan dilihat dari total asset yang dimiliki oleh

perusahaan yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Ukuran perusahaan umumnya memiliki fleksibilitas dan aksebilitas yang tinggi dalam masalah pendanaan melalui pasar modal. Kemudahan ini bisa ditangkap sebagai informasi yang baik. Ukuran yang besar dan tumbuh bisa merefleksikan tingkat profit dimasa mendatang.

Rofiah (2012), ukuran perusahaan yang diukur berdasarkan tingkat pertumbuhan aset. Dengan melihat total asset, investor beranggapan bahwa perusahaan yang memiliki asset yang besar, akan memiliki kemampuan yang baik dalam mengelola dana dibandingkan dengan perusahaan yang kecil. Menurut Prasetyorini (2013), dalam penelitiannya menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap PBV. Berbeda dengan penelitian Nasehah (2012), menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap PBV

Dari beberapa penelitan terdahulu dapat dilihat adanya perbedaan hasil penelitian tentang pengaruh likuiditas, *leverage* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Perbedaan penelitian terdahulu adalah adanya penambahan variabel yaitu ukuran perusahaan. Perbedaan lainnya yaitu penelitian ini dengan penelitian yang sebelumnya adalah penelitian ini mengambil tahun terbaru yaitu pada tahun 2014-2017. Perbedaan selanjutnya yaitu penelitian ini mengambil populasi pada sub sektor *advertising, printing* dan Media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Berdasarkan fenomena dan penelitian terdahulu yang telah ada dimana terdapat perbedaan hasil penelitian yang dilakukan maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul,

“Pengaruh Likuiditas, *Leverage*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sub Sektor *Advertising, Printing Dan Media* yang Terdaftar di BEI Periode 2014-2017”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan, maka dirumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada sub sektor *advertising printing* dan media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada sub sektor *advertising printing* dan media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sub sektor *advertising printing* dan media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?
4. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sub sektor *advertising printing* dan media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan sekaligus menjawab pertanyaan yang sesuai dengan masalah diatas, serta untuk membuktikan secara empiris:

1. Untuk menganalisis pengaruh likuiditas kerja terhadap nilai perusahaan pada sub sektor *advertising printing* dan media yang terdaftar di BEI.
2. Untuk menganalisis pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada sub sektor *advertising printing* dan media yang terdaftar di BEI.
3. Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sub sektor *advertising printing* dan media yang terdaftar di BEI.
4. Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sub sektor *advertising printing* dan media yang terdaftar di BEI.

1.4 Mamfaat penelitian

Penelitian ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan terutama investor sebagai bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan investasi dipasar modal. Secara terperinci mamfaat ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Bagi Akademis diharapkan dapat menambah wawasan dan referensi dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan nilai perusahaan. Penelitian ini juga dapat dijadikan bahan revisi untuk penelitian selanjutnya sehingga dapat dijadikan sebagai media pembanding untuk penelitian dengan masalah yang sama.

2. Bagi investor dapat digunakan sebagai acuan dalam melakukan aktivitas investasinya dengan memperhatikan likuiditas, *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan yang dilakukan oleh perusahaan.
3. Bagi Perusahaan dapat digunakan oleh manajemen perusahaan sebagai suatu bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian terhadap nilai perusahaan serta pengambilan keputusan untuk meningkatkan nilai perusahaan.