

# **BAB I**

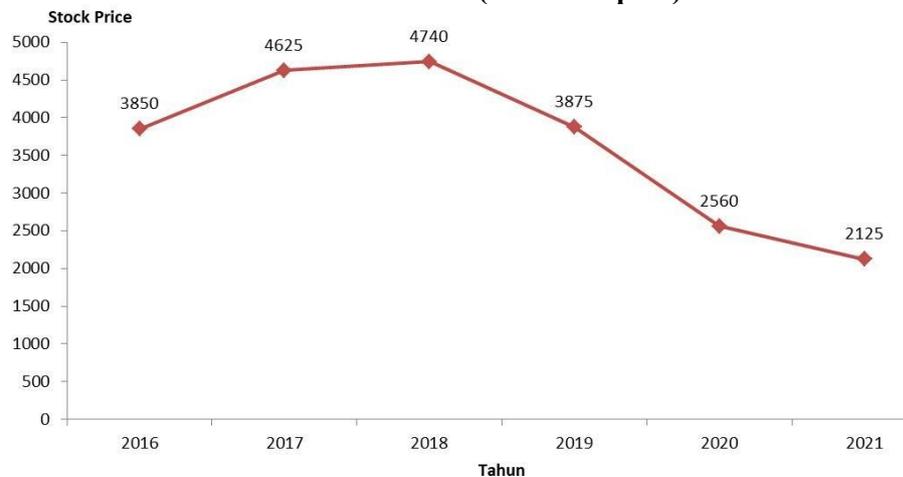
## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam beberapa tahun terakhir pasar modal Indonesia terus mengalami perkembangan, hal tersebut terlihat dengan semakin meningkatnya kinerja pasar modal yang dapat diamati dari semakin tinggi indeks harga saham gabungan dari seluruh perusahaan di sembilan sektor di Bursa Efek Indonesia. Menguatnya harga saham gabungan menunjukkan semakin baiknya posisi nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Mutammimah, 2019). Salah satu sektor usaha terbesar di Bursa Efek Indonesia adalah manufaktur. Dalam beberapa tahun terakhir sektor manufaktur terus berkembang, hingga akhir tahun 2021 yang lalu, jumlah perusahaan yang terdaftar pada sektor manufaktur di Bursa Efek Indonesia berjumlah 176 perusahaan yang tersebar dalam 19 sub sektor.

Menurut Muhammad (2021) dalam beberapa tahun terakhir sektor manufaktur termasuk sektor dengan kinerja perusahaan yang baik, hal tersebut dapat diamati ketika pandemi Covid 19 mewabah di awal tahun 2020, hingga saat ini. Perusahaan di sektor manufaktur tidak begitu mengalami dampak yang terlalu parah akibat Covid 19, mengingat produk yang dikembangkan perusahaan di sektor tersebut relatif sangat dibutuhkan masyarakat, seperti aneka makanan dan minuman, farmasi, *tobacco*, hingga aneka industri. Berdasarkan data yang diperoleh dari *fact book reporting* Bursa Efek Indonesia tahun 2020 diperoleh perkembangan rata-rata harga saham perusahaan manufaktur seperti terlihat pada Gambar 1.1 di bawah ini:

**Gambar 1.1**  
**Perkembangan Rata-Rata Harga Saham Perusahaan Manufaktur**  
**Tahun 2016 – 2021 (Dalam Rupiah)**



Sumber: Factbook-Reporting 2021

Sesuai dengan Gambar 1.1 terlihat terjadi penurunan nilai rata-rata harga saham perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia, koreksi nilai terjadi dari tahun 2019 sampai dengan akhir 2021 yang lalu. Fenomena tersebut menunjukkan terjadi penurunan nilai perusahaan sebagian besar perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Ketika harga saham terus mengalami koreksi nilai yang signifikan dalam jangka panjang, tentu akan menciptakan kerugian bagi perusahaan, dimana asumsinya pada saat terjadi penurunan harga saham menunjukkan pasar kurang berminat dengan prospek yang ditawarkan perusahaan, sehingga permasalahan yang muncul adalah sulit bagi manajemen perusahaan untuk mendapatkan dana dari pihak ketiga yang tentunya dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan skala produksinya. Oleh sebab itu penting bagi peneliti untuk mencari solusi, agar nilai perusahaan dapat membaik dalam pandangan *stakeholders* khususnya investor, solusi tersebut mendorong peneliti untuk mencoba menganalisis sejumlah variabel yang dapat mempengaruhi perubahan nilai perusahaan khususnya pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia.

Menurut Ross, dkk (2015) nilai perusahaan memiliki arti penting bagi sebuah perusahaan. Semakin baik nilai perusahaan, investor akan memandang perusahaan mempunyai reputasi baik karena nilai perusahaan yang tinggi menggambarkan kinerja perusahaan yang baik dan dapat menggambarkan prospek kekayaan perusahaan di masa depan. Nilai perusahaan adalah salah satu kriteria yang dipakai investor dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi di suatu perusahaan dimana nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham (Nauli, Halim, & Sonia, 2021). Dalam jangka pendek, perusahaan bertujuan memaksimalkan laba saat ini, sedangkan dalam jangka panjang bertujuan meningkatkan nilai perusahaan itu sendiri (Loh Wenny Setiawati & Lim, 2015).

Nilai perusahaan berperan penting dalam menunjukkan kemakmuran pemegang saham dalam perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham dan nilai perusahaan juga tinggi. Investor dapat mempergunakan nilai perusahaan sebagai dasar untuk melihat kinerja perusahaan pada periode mendatang, dimana nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham. Investor akan memperoleh keuntungan apabila harga saham perusahaan tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat rasa percaya seorang investor terhadap perusahaan akan meningkat. Mempertahankan kontinuitas perusahaan adalah elemen penting yang harus dipertahankan oleh perusahaan, terutama menyangkut kesejahteraan pemegang saham yang digambarkan dengan nilai perusahaan (Indrayani, Endiana, & Pramesti, 2021)

Tujuan utama perusahaan adalah untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham, hal ini dapat dicapai dengan memaksimalkan nilai perusahaan. Tetapi tak jarang perusahaan gagal untuk meningkatkan nilai perusahaan, yang salah satu penyebabnya adalah kurang cermatnya perusahaan dalam mengaplikasikan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Hal tersebut membuat kinerja perusahaan di pandang buruk oleh pemegang sahamnya (Analisa, 2011). Berbagai faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, salah satunya adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan (*company size*) adalah indikator yang menunjukkan kekuatan finansial perusahaan.

Menurut Sartono (2016) ukuran perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Perusahaan yang berukuran besar biasanya lebih kuat dalam menghadapi goncangan ekonomi, sehingga investor cenderung menyukai perusahaan yang berukuran besar dari pada perusahaan kecil. Beberapa perusahaan tidak berhasil meningkatkan nilai perusahaan, yang tak lain sebabnya oleh pengaruh dari beberapa faktor. Salah satunya yaitu ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan, karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal.

Menurut penelitian (Kurniawan, Bangun, Wijaya, & Rahardjo, 2019), (Maryam, Rahman, & Priliyadi, 2020), (Suardana, Endiana, & Arizona, 2020), (Loh Wenny Setiawati & Lim, 2015), serta (Christiani & Herawaty, 2019)

menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tetapi menurut penelitian (Nauli, dkk 2021), (Indrayani, dkk 2021), serta (Pristianingrum, 2017) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut (Sari, Endiana, & Kumalasari, 2021) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur.

Nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan. Profitabilitas sebagai ukuran dan kinerja perusahaan ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan perusahaan. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aset, maupun modal sendiri. Menurut Dhani dan Satia (2017) profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Maryam, dkk (2020) menunjukkan bahwa secara parsial profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Menurut Suardana, dkk (2020) profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai nilai perusahaan. Profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Loh dkk., 2015). Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Martha, Sogiroh, Magdalena, Susanti, & Syafitri, 2018). Temuan yang diperoleh Indrayani dkk., (2021) menemukan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu menurut Pristianingrum (2017) profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Menurut Sari, dkk (2021) Profitabilitas tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan begitu juga menurut (Christiani & Herawaty, 2019) Profitabilitas tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Pengaruh profitabilitas secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Nauli, dkk 2021).

Nilai perusahaan dapat juga dipengaruhi oleh kebijakan dividen dalam suatu perusahaan, Kebijakan dividen merupakan keputusan mengenai laba yang akan dibagikan kepada pemegang saham atau yang akan ditahan untuk investasi masa depan (Maryam, dkk 2020). Kebijakan dividen menyangkut tentang masalah penggunaan laba yang menjadi hak pemegang saham. Dasarnya laba tersebut dapat dibagi sebagai dividen atau bisa diinvestasikan kembali, dengan tetap memperhatikan tujuan perusahaan yaitu meningkatkan nilai perusahaan (Sartono, 2016).

Hasil penelitian (Maryam, dkk 2020) menunjukkan bahwa secara parsial kebijakan dividen berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut (Suardana, dkk 2020) kebijakan dividen berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan juga menurut (Indrayani, dkk 2021) kebijakan dividen berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut (Mayogi, 2016) Kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan juga menurut (Senata, 2016) kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan kepada uraian fenomena pro dan kontra hasil penelitian terdahulu peneliti tertarik kembali untuk meneliti sejumlah faktor yang dapat mempengaruhi perubahan nilai perusahaan. Penelitian ini merupakan replikasi

dari penelitian Martha , dkk (2018). Dalam penelitian ini perbedaan hanya terletak pada sektor perusahaan yang diteliti, serta waktu penelitian. **“Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ?
3. Apakah kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk meguji secara empiris tentang:

1. Pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan
2. Pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan
3. Pengaruh positif kebijakan terhadap nilai perusahaan

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dari hasil penilitan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Akademis

Penelitian ini dapat memberikan ilmu tambahan dan wawasan yang bermanfaat bagi kemajuan akademis terutama tentang nilai perusahaan

2. Bagi Peneliti

Sebagai wadah untuk mengaplikasikan disiplin ilmu pengetahuan yang diperoleh selama bangku perkuliahan sebagai pemecahan masalah.

### 3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan menjadi sumber masukan bagi perusahaan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

### 4. Bagi Investor

Bagi investor penelitian ini dapat diharapkan menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan investasi.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun berdasarkan sistematika penulisan yang telah ditentukan. Untuk memberikan gambaran umum yang jelas tentang penelitian ini, maka penulis menguraikan secara ringkas isi masing-masing bab sebagai berikut:

Bab 1 Pendahuluan, Bab ini menguraikan tentang latar belakang, fenomena, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Literatur Review dan Pengembangan Hipotesis, Bab ini menguraikan tentang landasan teori, pengembangan hipotesis kerangka pemikiran yang berkaitan dengan nilai perusahaan.

Bab III Metode Penelitian, Bab ini berisi tentang penentuan populasi dan sampel, jenis, dan sumber data, definisi operasional dan pengukuran variabel, metode pengumpulan data, teknik analisis, pengujian hipotesis dan pembahasan hasil pengujian hipotesis.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, Bab ini berisi tentang hasil penelitian berupa hasil dari pengujian data, berupa uji hipotesis dan pembahasan terkait hasil penelitian.

Bab V Penutup, Bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, implikasi, dan saran pada penelitian ini.