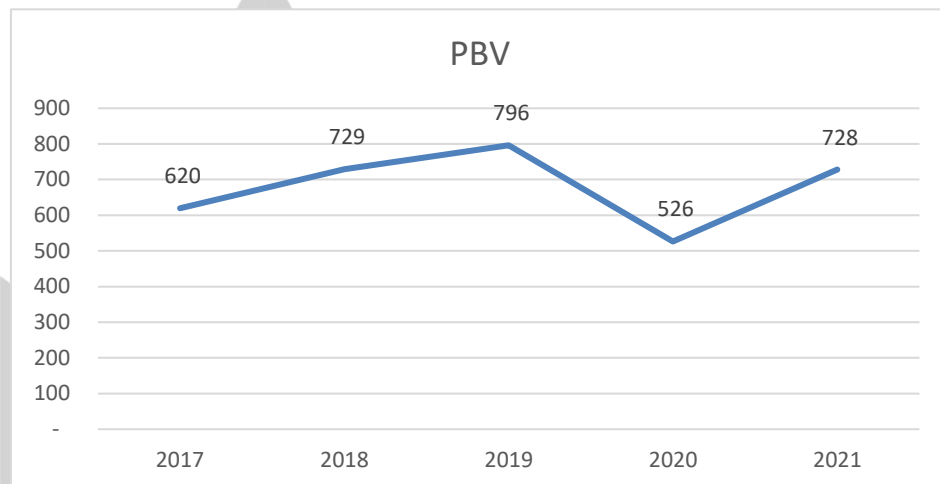


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada perusahaan *go public* yang telah didirikan pada suatu perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan pada nilai perusahaan yang dapat dilakukan dengan cara mendapatkan keuntungan yang besar sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. Dengan meningkatkan harga saham merupakan hal yang terpenting bagi perusahaan, pentingnya harga saham yang membuat pihak luar (investor dan kreditur) semakin selektif dalam berinvestasi serta memberikan kredit (Dete & Erawati, 2021). Menurut penelitian Thaib & Acong (2017) bahwa nilai perusahaan yang meningkat akan dapat berpengaruh terhadap nilai pemegang saham apabila pada peningkatan ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham. Maka dari itu, nilai perusahaan dapat diukur dari beberapa aspek melalui harga pasar saham perusahaan yang mencerminkan penilaian investor secara keseluruhan atas setiap ekuitas yang dimiliki. Berikut adalah data yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021.

Gambar 1. 1**Fenomena Nilai Perusahaan Sub Sektor Food And Beverage****Tahun 2017-2021**

Sumber: data yang diolah

Dari gambar 1.1 menunjukkan bahwa pada tahun 2017-2019 mengalami kenaikan nilai perusahaan tahun 2017 sebesar 620, tahun 2018 sebesar 729, dan untuk tahun 2019 sebesar 796. Maka dari itu untuk tahun 2017 – 2019 dapat mempengaruhi minat investor dikarenakan jika nilai perusahaan meningkat menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mampu dalam mengelola perusahaannya, selain itu juga perusahaan memiliki aspek yang baik di masa depan. Sehingga akan membuat para investor berminat untuk menanamkan modalnya. Pada tahun 2019-2020 mengalami penurunan drastis pada nilai perusahaan untuk tahun 2019 sebesar 796, tahun 2020 sebesar 526 dan untuk tahun 2021 yang mengalami kenaikan nilai perusahaan sebesar 728. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja sub sektor *food and beverage* di tahun 2019-2020 belum cukup baik sebagai pandangan investor dalam menilai perusahaan untuk

menanamkan modalnya. Nilai Perusahaan dengan fluktuasi rentang terlalu jauh dapat menjadikan masalah, misalnya perusahaan dapat kehilangan daya tarik di pasar modal sehingga dapat membuat investor kurang percaya dan kurang berminat terhadap kinerja perusahaan dan akan mengakibatkan investor akan memilih tidak berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Menurut L. Dewi & Praptoyo (2019), nilai perusahaan merupakan penilaian yang diberikan oleh seorang investor terhadap tingkat keberhasilan pada suatu perusahaan dan sering dihubungkan dengan harga saham. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan yang maksimal umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer maupun komisaris. Harga saham yang tinggi akan sebanding dengan nilai perusahaan juga tinggi, nilai perusahaan yang tinggi menciptakan kepercayaan investor perusahaan akan meningkat juga. Dalam penelitian ini menggunakan analisis rasio keuangan pada perusahaan yang terdiri dari rasio *growth opportunity*, rasio *leverage*, dan rasio *firm growth* dengan kebijakan dividen sebagai variabel *moderating*.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *growth opportunity*. Ananda & Nugraha (2016) menyatakan bahwa *growth opportunity* merupakan peluang pada pertumbuhan suatu perusahaan di masa yang akan datang dan kesempatan perusahaan yang bertujuan untuk melakukan investasi pada hal-hal yang menguntungkan perusahaan. Beberapa perusahaan yang memiliki peluang pertumbuhan yang cepat seringkali harus meningkatkan aset

tetapnya. Perusahaan dengan *growth opportunity* yang tinggi lebih cenderung menggunakan sahamnya yang bertujuan untuk mendanai operasional perusahaan dan sebagai pembelanjaan investasi dengan modal sendiri untuk menghindari masalah yang tidak dilaksanakannya semua proyek investasi yang bernilai positif oleh manajer perusahaan, dengan demikian perusahaan yang memiliki peluang pertumbuhan yang rendah sehingga akan lebih banyak menggunakan utang jangka panjang. Perusahaan dengan tingkat peluang pertumbuhan yang tinggi lebih banyak membutuhkan dana di masa yang akan datang dan juga lebih banyak menahan laba. Maka dari itu, hal ini berpengaruh pada penentuan tinggi rendahnya *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan.

Beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa *growth opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan Ananda & Nugraha (2016), Marpuah et al. (2021), dan Ratag & Van Rate (2021) artinya, apabila investor tertarik terhadap peluang pertumbuhan pada perusahaan dikarenakan memberikan aspek yang positif dengan adanya peluang pertumbuhan perusahaan merupakan tanda bahwa perusahaan memiliki faktor yang menguntungkan di masa yang akan datang dan investor berharap mengenai *rate of return* atas investasi yang perusahaan tanamkan akan tinggi. Sedangkan penelitian terdahulu mengenai *growth opportunity* dengan nilai perusahaan yang dilakukan oleh Harahap (2019), Tasik (2020), dan Firdaus et al. (2021) menyatakan hasil yang berbeda yaitu *growth opportunity* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *leverage*. *Leverage* dapat didefinisikan bahwa kemampuan perusahaan yang bertujuan

untuk melunasi kewajiban keuangan pada perusahaan baik jangka pendek maupun jangka panjang (Suwardika & Mustanda, 2017). Maka dari itu, Perusahaan akan melihat seberapa besar pengaruh atas aset perusahaan yang dibiayai oleh hutang dibandingkan dengan modal sendiri. Menurut L. Dewi & Praptoyo (2019) menyatakan bahwa penggunaan hutang oleh perusahaan yang digunakan sebagai pembiayaan dengan tujuan untuk melaksanakan aktivitas operasi pada perusahaan yang digunakan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang melakukan penggunaan hutang dalam jumlah yang terlalu besar maka nilai *leverage* akan mengakibatkan adanya beban pokok dan bunga yang harus dibayarkan dengan menunjukkan risiko investasi yang semakin besar, sedangkan *leverage* yang kecil akan menunjukkan investasi yang dilakukan beresiko kecil. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi nilai *leverage* maka modal sendiri semakin sedikit dibandingkan dengan hutangnya dan akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Beberapa penelitian terdahulu mengenai hubungan *leverage* terhadap nilai perusahaan dilakukan oleh Suwardika & Mustanda (2017), L. Dewi & Praptoyo (2019), dan Elizabeth (2022) yang menunjukkan hasil bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian terdahulu mengenai hubungan *leverage* dengan nilai perusahaan yang dilakukan oleh Tahu & Susilo (2017), Anjani et al. (2019), dan Fajaria & Isnalita (2018) menunjukkan hasil yang berbeda yaitu *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selain itu, ada faktor ketiga yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yakni *firm growth* yang merupakan kemampuan perusahaan dengan tujuan untuk

meningkatkan ukuran perusahaannya dengan melihat seberapa jauh perusahaan menempatkan diri dalam sistem ekonomi secara keseluruhan. Menurut Dhani & Utama (2017) menyatakan bahwa perubahan dalam penurunan atau peningkatan dengan total aset pada perusahaan yang dimana pertumbuhan aset tahun lalu menggambarkan keuntungan dan pertumbuhan dimasa yang akan datang. *Firm Growth* yang dapat dikatakan baik dengan memberikan tanda bagi perkembangan perusahaan, sehingga memiliki aspek yang menguntungkan dan dapat menghasilkan keuntungan yang lebih baik dari waktu ke waktu. Perusahaan yang memiliki tingkat *firm growth* yang baik akan menunjukkan kemampuannya dengan meningkatkan nilai perusahaannya (Elizabeth, 2022). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa *firm growth* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dikarenakan *firm growth* yang baik akan memicu para investor dalam memberikan respon yang positif dengan melakukan investasi pada perusahaan tersebut.

Beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa *firm growth* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Fajaria & Isnalita (2018), Kurniawan et al. (2019), dan Silalahi & Sihotang (2021)) artinya, apabila meningkatnya harga saham berarti akan mengalami peningkatan nilai dari perusahaan tersebut. Maka dari itu, *firm growth* pada perusahaan berarti adanya aspek dalam perusahaan yang dapat memberi keuntungan bagi investor dari pengembalian investasi yang telah ditanamkan dan hal ini akan menyebabkan meningkatnya harga saham yang berarti nilai perusahaan juga mengalami peningkatan. Namun, berbeda dengan penelitian terdahulu yang mempunyai hasil

bahwa *firm growth* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Suwardika & Mustanda (2017), Mahardikari (2021), dan Irawati et al. (2021)) .

Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah kebijakan dividen. Menurut A. A. Ngurah et al. (2016) kebijakan dividen merupakan keputusan keuangan perusahaan untuk menentukan laba yang diperoleh akan dibagikan kepada pemegang saham atau ditahan sebagai laba ditahan. Semakin besar dividen yang dibayarkan kepada pemegang saham, maka semakin kecil laba yang ditahan dan sebaliknya. Sehingga penentuan besaran bagian laba bersih perusahaan yang akan dibagikan sebagai dividen merupakan kebijakan manajemen perusahaan yang akan mempengaruhi nilai perusahaan dan harga saham. Kebijakan dividen pada penelitian ini merupakan variabel moderating yang dapat memperkuat maupun memperlemah hubungan *growth opportunity*, *leverage*, dan *firm growth* dengan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan A. A. Ngurah et al. (2016), Febriana & Achmad (2016), dan Anjani et al (2019) yang menyatakan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian berbeda dengan Tahu & Susilo (2017), Tasik (2020), dan Firdaus et al. (2021) yang menyatakan kebijakan dividen tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini didasarkan pada teori sinyal yang menjelaskan adanya pemberian sinyal informasi dari pihak eksternal perusahaan yaitu investor. Hubungan teori sinyal dengan nilai perusahaan apabila nilai perusahaan yang baik dapat menjadi sinyal positif dan sebaliknya nilai perusahaan yang buruk dapat menjadikan sinyal negatif. Maka dari itu, hal ini disebabkan karena motivasi

investor melakukan investasi yang bertujuan untuk memperoleh profitabilitas (keuntungan pada perusahaan), sehingga perusahaan yang bernilai tidak baik akan cenderung dihindari oleh para investor.

Keanekaragaman hasil penelitian terdahulu membuat penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap nilai perusahaan untuk diteliti dan juga dari fenomena bahwa sub sektor *food and beverage* mengalami kenaikan. Maka dari itu, penulis melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk memperjelas hasil penelitian sebelumnya. Sehingga penulis mengambil judul untuk penelitian yaitu **“Pengaruh *Growth Opportunity*, *Leverage*, dan *Firm Growth* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderating”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, sehingga dapat disusun rumusan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah *growth opportunity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
3. Apakah *firm growth* berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
4. Apakah *growth opportunity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan dividen sebagai variabel moderating ?
5. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan dividen sebagai variabel moderating ?
6. Apakah *firm growth* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan dividen sebagai variabel moderating ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang sudah dipaparkan, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan
2. Menganalisis pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan
3. Menganalisis pengaruh *firm growth* terhadap nilai perusahaan
4. Menganalisis pengaruh *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan dividen sebagai variabel moderating
5. Menganalisis pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan dividen sebagai variabel moderating
6. Menganalisis pengaruh *firm growth* terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan dividen sebagai variabel moderating

1.4 Manfaat Penelitian

A. Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan, hasil penelitian ini berguna sebagai bahan masukan berupa informasi kepada pemimpin perusahaan, terutama informasi mengenai pengaruh *growth opportunity*, *leverage*, dan *firm growth* terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan dividen sebagai variabel *moderating*
2. Bagi Penulis, hasil dari penelitian ini bermanfaat untuk melatih dan mengembangkan kemampuan dalam bidang penelitian, selain itu juga dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai *growth opportunity*, *leverage*, dan *firm growth*

3. Bagi Peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan sebagai sumber referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian yang lebih mendalam.

B. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas pengetahuan tentang pengaruh *growth opportunity*, *leverage*, dan *firm growth* terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan dividen sebagai variabel moderating.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini, secara garis besar dapat diuraikan secara singkat terdiri dari lima (5) bab dimana antara satu bab dengan bab yang lainnya saling berhubungan. Uraian tersebut sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini ada penjelasan uraian mengenai penelitian terdahulu sebagai dasar pembanding dalam penelitian ini, landasan teori yang digunakan dalam penelitian, hipotesis penelitian serta kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas mengenai pemaparan rancangan penelitian, batasan penelitian, deskripsi variabel penelitian baik variabel independen maupun variabel dependen, populasi, sampel serta teknik pengambilan data, metode pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas tentang subyek penelitian, analisis data dan pengolahan data melalui analisis statistik deskriptif, analisis uji asumsi klasik, analisis uji hipotesis, *moderated regression analysis (MRA)*.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan dari hasil pengujian, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian selanjutnya berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.