

BAB I

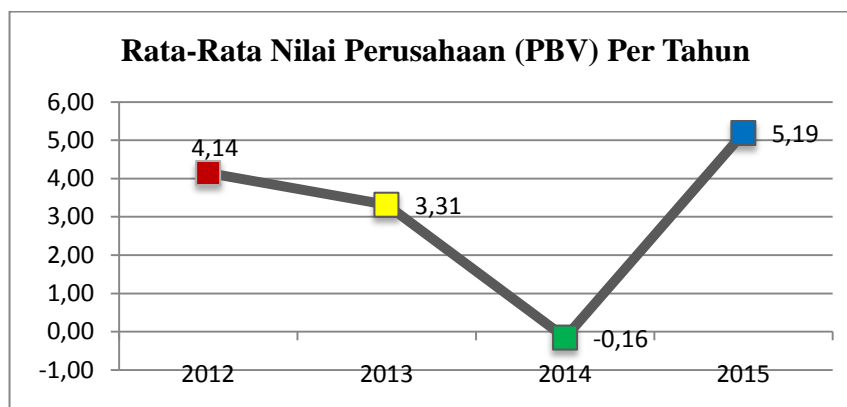
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sebuah perusahaan didirikan untuk meningkatkan kekayaan pemilik perusahaan atau pemegang saham. Sehingga banyak perusahaan yang bertujuan memaksimalkan nilai perusahaannya hingga dapat mengundang investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Nilai perusahaan merupakan harga yang dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan akan di jual. Nilai perusahaan tercermin dari harga saham yang stabil, yang dalam jangka panjang mengalami kenaikan, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan dimana pemilik perusahaan menginginkan nilai perusahaan yang tinggi juga. Sehingga nilai perusahaan yang diindikasikan dengan *price book value* (PBV) penting dalam menggambarkan kinerja suatu perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi para calon investor. Para manajer keuangan dituntut mampu menjalankan tugasnya dalam mengelola keuangan dengan benar dan seefisien mungkin untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui pencapaian kinerja yang lebih baik.

Naik turunnya harga saham merupakan fenomena yang menarik untuk dibahas. PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk menyatakan, tantangan terbesar adalah menjaga momentum positif pada perdagangan saham. Nilai kapitalisasi pasar BUMN telekomunikasi pada penutupan perdagangan

menembus angka Rp.300 triliun (Okezone, 2015). Dalam perdagangan saham PT. Telkom sedang melemah bisa dibeli pada harga Rp. 2.950 - Rp. 2.900 per lembar, dan dengan harga jual di Rp. 3.050 – Rp. 3.150 per lembar. PT. Telkom sedang mengalami fase uptrend dimana harga saham naik disertai volume. Melihat pada penutupan harga saham, kapitalisasi pasar dari Telkom sudah mencapai Rp. 300,4 triliun. Angka ini melesat dari oposisi medio Oktober 2014 dimana kapitalisasi pasar dari emiten telekomunikasi ini sekitar Rp. 280 triliun. Kapitalisasi pasar menunjukkan nilai dari satu perusahaan yang ditunjukkan dari harga saham dikali jumlah saham beredar di bursa. Meskipun PT. Telkom mengalami fase *uptrend*, tetapi perusahaan tersebut memiliki market cap paling besar untuk emiten telekomunikasi. Pesaingnya, Indosat hanya memiliki market cap Rp. 21,2 triliun dan XL sebesar Rp. 44,4 triliun. Kondisi tersebut mempengaruhi nilai perusahaan, karena nilai perusahaan tercermin dari harga saham. Tabel 1.1 berikut ini menggambarkan data dari nilai suatu perusahaan berdasarkan perhitungan *Price Book Value (PBV)* :



Sumber : Lampiran 1, diolah penulis

Gambar 1.1
Price Book Value (PBV) Perusahaan LQ45 Agustus 2016 – Januari 2017
Periode 2012-2015

Berdasarkan gambar 1.1 dapat dilihat bahwa rata-rata nilai perusahaan indeks LQ45 Agustus 2016 - Januari 2017 periode 2012-2015 bergerak fluktuatif. Bila suatu perusahaan mempunyai nilai *Price Book Value* >1 maka harga saham perusahaan tersebut dinilai lebih tinggi daripada nilai bukunya, yang menggambarkan kinerja perusahaan tersebut semakin baik di mata investor. Semakin tinggi nilai *Price Book Value* dapat diartikan semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai bagi para pemegang saham. Pada tahun 2013 dan 2014 rata-rata nilai perusahaan mengalami penurunan sebesar 3,31 dan -0,16. Penurunan ini dapat disebabkan karena kemungkinan rendahnya minat investor untuk berinvestasi akibat menurunnya kepercayaan terhadap perusahaan sehingga menyebabkan menurunnya harga saham dan berdampak pada penurunan nilai perusahaan. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh ukuran perusahaan (Gill dan Obradovich, 2012 Maryam, 2014), *leverage* (Mabruroh, 2015 Pratama dan Wiksuana, 2016), pertumbuhan

penjualan (Mandalika, 2016 Pantow, 2015), profitabilitas (Mabruroh, 2015 Gill dan Obradovich, 2012).

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan didefinisikan besar kecil suatu perusahaan dengan berbagai cara, seperti: ukuran pendapatan, jumlah karyawan, total aktiva, nilai pasar saham, dan total modal. Ukuran perusahaan merupakan salah satu hal yang perlu diperhatikan terutama untuk para investor. Apabila semakin besar ukuran perusahaan maka perusahaan akan mudah mendapatkan sumber pendanaan untuk operasional perusahaan dan semakin banyak sumber pendanaan yang diperoleh, akan mendukung operasional perusahaan secara maksimal yang dapat meningkatkan harga saham perusahaan.

Menurut Riyanto (2011:299), perusahaan yang besar dan sahamnya tersebar sangat luas, setiap perluasan modal tersebut memberikan pengaruh yang kecil terhadap kemungkinan hilangnya kontrol dari pihak dominan terhadap perusahaan yang bersangkutan. Sebaliknya perusahaan yang kecil dan sahamnya tersebar di lingkungan kecil, penambahan jumlah saham akan memberi pengaruh yang besar terhadap kemungkinan hilangnya kontrol dari pihak dominan terhadap perusahaan yang bersangkutan. Dengan demikian maka pada perusahaan yang besar dan sahamnya tersebar luas akan lebih berani mengeluarkan saham baru dalam memenuhi kebutuhannya untuk membiayai pertumbuhan penjualan dibandingkan dengan perusahaan yang kecil. Perusahaan besar dapat meningkatkan kinerja perusahaan dengan meningkatkan kualitas laba dan nilai perusahaan. Sehingga, apabila perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya, maka akan mendapatkan laba

yang tinggi dan nilai perusahaan meningkat. Maryam (2014) menemukan dalam penelitiannya bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan Gill dan Obradovich (2012) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *leverage*. Sumber pendanaan dalam perusahaan dapat diperoleh dari internal perusahaan yang berupa laba ditahan (*retained earning*) dan penyusutan (*depreciation*). *Leverage* mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajiban finansial yang terdiri dari utang jangka pendek dan utang jangka panjang. *Leverage* merupakan modal yang berasal dari luar perusahaan yang sifatnya bekerja sementara di dalam perusahaan, dan bagi perusahaan yang bersangkutan modal tersebut adalah hutang, yang harus dikembalikan. Semakin tinggi hutang yang dimiliki, maka semakin kecil kemampuan perusahaan memenuhi kewajibannya kepada pemegang saham berupa dividen dan semakin buruk penilaian investor sehingga berdampak pada penurunan nilai perusahaan (Dj dkk, 2012).

Penelitian yang dilakukan oleh Cheng dan Tzeng (2011), Hermuningsih (2013) menemukan *leverage* berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Hasil studi ini menunjukkan bahwa *leverage* yang semakin tinggi mampu secara nyata meningkatkan nilai perusahaan, sebab jumlah modal yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan investor dan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh Ramadan (2015) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh negatif pada nilai perusahaan. Hal

tersebut menunjukkan bahwa investor harus berhati-hati untuk berinvestasi pada perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi, karena semakin tinggi rasio *leverage* menunjukkan semakin besar pula resiko investasinya.

Nilai perusahaan diindikasikan dapat dipengaruhi pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan digunakan untuk memprediksi pencapaian perusahaan dimasa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan juga digunakan untuk menunjukkan daya saing suatu perusahaan dalam pasar. Apabila pertumbuhan penjualan dikatakan baik dan semakin meningkat, maka mengindikasikan nilai perusahaan yang besar, yang merupakan harapan dari pemilik perusahaan. Calon investor menggunakan pertumbuhan penjualan sebagai indikator suatu perusahaan sebagai tempat berinvestasi. Salah satu pertumbuhan perusahaan dapat dilihat dari kenaikan penjualan dari tahun ke tahun. Penjualan memiliki pengaruh yang besar bagi perusahaan dalam mendapatkan profit, yang harus didukung dengan harta atau aktiva perusahaan. Kenaikan atau pertumbuhan penjualan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Bagi investor perusahaan yang pertumbuhannya baik, merupakan aspek yang menguntungkan dalam memperoleh *return* atas investasinya. Dengan mengetahui seberapa besar pertumbuhan penjualan, perusahaan dapat memperkirakan profit yang akan didapatkan.

Pertumbuhan penjualan merupakan salah satu bukti bahwa suatu perusahaan dapat berkembang. Pertumbuhan penjualan sering digunakan beberapa pihak seperti investor, kreditor, maupun pihak lain untuk melihat kondisi suatu perusahaan. Dengan melihat kondisi penjualan dimasa lalu, perusahaan dapat memaksimalkan sumber daya yang ada dalam meningkatkan nilai perusahaan saat

ini yang menggunakan data pertumbuhan penjualan untuk memproyeksikan keuntungan yang di dapat perusahaan tersebut di masa yang akan datang. Bagi para kreditor, memantau pertumbuhan penjualan dilakukan sebagai bukti dari aktivitas pemanfaatan sumber daya yang dilakukan oleh perusahaan. Penelitian yang dilakukan Hansen dan Juniarti (2014) menunjukkan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

Nilai perusahaan diindikasikan dapat dipengaruhi oleh Profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya (Sofyan, 2011:304). Tanpa adanya keuntungan, perusahaan akan kesulitan mendapatkan modal dari luar. Profitabilitas perusahaan yang meningkat, akan meningkatkan nilai perusahaan, karena dengan tingkat profitabilitas yang tinggi maka investor akan tertarik untuk berinvestasi saham di perusahaan tersebut. Makin banyak investor yang tertarik untuk berinvestasi saham, maka harga saham tersebut akan naik yang berdampak pada nilai perusahaan juga akan naik. Profitabilitas juga mempunyai arti penting bagi perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang.

Perusahaan akan selalu meningkatkan profitabilitas, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, maka kelangsungan hidup perusahaann tersebut akan lebih terjamin. Penelitian yang dilakukan oleh Moniaga (2013) menunjukkan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain

yang dilakukan Rahayu dan Asandimitra (2014) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu nilai perusahaan akan meningkat seiring dengan meningkatnya laba yang diperoleh perusahaan. Hal ini dinyatakan dengan tingkat perolehan laba yang tinggi atas investasi perusahaan sehingga perusahaan dapat dikatakan memiliki kinerja yang baik.

Pada penelitian ini penting untuk dilakukan karena pembaca akan mengetahui dan memahami sebuah informasi dari perusahaan, yang dilihat dari ukuran perusahaan, *leverage*, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas. Dari latar belakang di atas peneliti melakukan penelitian mengenai informasi dari ukuran perusahaan, *leverage*, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas di Bursa Efek Indonesia. Dengan judul penelitian “Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan yang Terdaftar dalam Indeks LQ45”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang masalah di atas, dapat diambil permasalahan dari penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah terdapat pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah terdapat pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah terdapat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini untuk:

1. Mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
2. Mengetahui pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.
3. Mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.
4. Mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat pada beberapa pihak, di antaranya sebagai berikut :

1. Bagi Institusi Pendidikan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan literatur untuk bidang studi khususnya akuntansi, sehingga dapat memberikan wawasan mengenai ukuran perusahaan, *leverage*, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

2. Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada investor terkait dengan nilai perusahaan yang menggambarkan kondisi suatu perusahaan.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan agar perusahaan bisa memaksimalkan nilai perusahaan menjadi lebih baik.

4. Bagi Peneliti

Memberikan wawasan baru tentang pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan memberikan referensi bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian tentang nilai perusahaan.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi ini, meliputi:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini pendahuluan menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini tinjauan pustaka menjelaskan tentang penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang prosedur untuk mengetahui sesuatu dalam penelitian dengan menggunakan langkah-langkah yang sistematis.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini menjelaskan tentang populasi dari penelitian serta aspek-aspek dari sampel yang akan dianalisis.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini menjelaskan kesimpulan dari semua penelitian yang memberikan jawaban dari rumusan masalah dan pembuktian hipotesis, dan memberikan saran bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti tentang topik tersebut.

