

## BABI

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Industri *property real estate* merupakan penggerak perekonomian Indonesia, dimana industri ini bergerak dalam bidang pembangunan gedung, apartemen, perkantoran, dan sebagainya. Bisnis *property* dan *real estate* adalah bisnis yang hampir dapat dipastikan tidak pernah mati karena kebutuhan akan papan merupakan kebutuhan pokok manusia, dan setiap manusia berusaha untuk dapat memenuhinya. Kebutuhan properti akan terus meningkat khususnya di daerah perkotaan, hal ini disebabkan melonjaknya urbanisasi sebagai konsekuensi pesatnya pertumbuhan kota sebagai pusat perekonomian. Indonesia memiliki kondisi demografi penduduk yang besar, hal inilah yang menyebabkan permintaan akan perumahan terus meningkat. Adanya kenaikan permintaan akan perumahan, menyebabkan harga tanah cenderung naik, hal ini disebabkan *supply* tanah bersifat tetap sedangkan permintaan akan selalu bertambah seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk serta bertambahnya kebutuhan manusia akan tempat tinggal, perkantoran, pusat pembelanjaan, taman hiburan dan lain-lain.

Perusahaan sektor *property* dan *real estate* merupakan salah satu pilihan investasi yang menguntungkan bagi para investor. Hal ini dikarenakan jumlah penduduk Indonesia yang terus bertambah sehingga membutuhkan tempat tinggal. Harga tanah, gedung, apartemen, dan lain-lain akan terus bertambah sehingga membuat perusahaan *property* dan *real estate* akan terus berkembang. Hal ini menjadi penilaian dari para investor yang akan menanamkan investasinya di industry *property*

dan *real estate*. *Property* dan *real estate* merupakan salah satu alternatif investasi yang diminati investor dimana investasi di sektor ini merupakan investasi jangka panjang dan *property* merupakan aktiva multiguna yang dapat digunakan oleh perusahaan sebagai jaminan.

Semakin berkembangnya industri *property* dan *real estate* maka akan menimbulkan persaingan yang ketat antar perusahaan *property* dan *real estate*. Hal ini akan mendorong perusahaan untuk melakukan berbagai inovasi dan strategi bisnis agar tetap bertahan dan menjadi yang terbaik. Selain itu, perusahaan juga akan terus berusaha untuk meningkatkan kinerja perusahaan masing-masing. Jika kinerja suatu perusahaan meningkat, maka perusahaan dapat memaksimalkan kemakmuran pemegang saham atau pemilik perusahaan (*maximizing shareholders wealth*). Tujuan normatif ini dapat diwujudkan dengan memaksimalkan nilai pasar perusahaan (*market value of the firm*) (Sudana, 2015:8).

Tujuan utama perusahaan yang sudah *go public* yaitu memaksimalkan nilai perusahaan atau kekayaan bagi pemegang saham. Memaksimalkan nilai perusahaan tercermin pada harga pasar saham yang bersangkutan di pasar modal. Memaksimalkan nilai perusahaan dinilai lebih tepat sebagai tujuan perusahaan karena: (1) memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham di masa yang akan datang atau berorientasi jangka panjang, (2) mempertimbangkan faktor risiko, (3) memaksimalkan nilai perusahaan lebih menekankan pada arus kas daripada sekedar laba menurut pengertian akuntansi, dan (4) memaksimalkan nilai perusahaan tidak mengabaikan tanggung jawab sosial (Sudana, 2015: 9).

Terdapat banyak faktor yang dapat menentukan nilai perusahaan, salah satunya adalah pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan mencerminkan pencapaian perusahaan di masa lalu, dimana pertumbuhan penjualan digunakan untuk memprediksikan pencapaian perusahaan di masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan juga dapat menunjukkan daya saing perusahaan dalam pasar. Apabila pertumbuhan penjualan perusahaan positif dan semakin meningkat, maka akan mengindikasikan nilai perusahaan yang besar, yang merupakan harapan dari pemilik perusahaan. Para investor menggunakan pertumbuhan penjualan sebagai indikator untuk melihat prospek dari perusahaan tempat mereka akan berinvestasi nantinya.

Variabel pertumbuhan penjualan dipilih karena terdapat perbedaan hasil dari penelitian terdahulu. Dari hasil penelitian yang dilakukan Mandalika (2016) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain yang dilakukan Amijaya, Pangestuti & Mawardi (2015) menghasilkan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya (Sofyan, 2011: 134). Profitabilitas perusahaan yang meningkat, akan meningkatkan pula nilai perusahaan, karena dengan tingkat profitabilitas yang tinggi maka investor akan tertarik untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan. Manajemen harus mampu mengelola sumber dana yang dimiliki perusahaan secara efektif agar dapat

meningkatkan laba bersih. Dalam penelitian ini rasio profitabilitas diukur dengan *Return On Equity* (ROE).

*Return on equity* merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih untuk pengembalian ekuitas pemegang saham. Semakin tinggi *return on equity* maka akan meningkatkan permintaan saham perusahaan. Dengan meningkatnya permintaan saham perusahaan maka akan mendorong harga saham meningkat juga. Tingginya harga saham akan menentukan *return* yang akan diterima oleh investor. Semakin tinggi laba perusahaan, maka semakin besar pula *return* yang diharapkan investor, sehingga menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik (Sri, Dewi, & Wirajaya, 2013)

Variabel profitabilitas dipilih karena terdapat perbedaan hasil penelitian terdahulu. Penelitian Prasetyorini (2013) menghasilkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Sari & Sidiq (2013) menghasilkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yang selanjutnya yaitu ukuran perusahaan (*size*). Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya suatu perusahaan dengan berbagai cara seperti: ukuran pendapatan, total aktiva, jumlah karyawan, nilai pasar saham, dan total modal. Perusahaan yang memiliki ukuran besar lebih memiliki kepercayaan investor dibandingkan dengan perusahaan kecil. Investor beranggapan bahwa perusahaan besar lebih memiliki kondisi yang stabil, sehingga memudahkan perusahaan dalam mendapatkan modal. Seperti yang diungkapkan Dewi dan Wirajaya (2013) semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin

mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal.

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 (Riyanto, 2011: 299). Pantow et al. (2015) menemukan dalam penelitiannya bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, menurut penelitian Sari & Priyadi (2016) menghasilkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh *Growth opportunity*. *Growth opportunity* atau peluang bertumbuh perusahaan menjelaskan prospek pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang (Sari & Priyadi, 2016). *Growth opportunity* merupakan faktor yang sangat penting untuk mencapai nilai perusahaan yang tinggi. Perusahaan-perusahaan yang mempunyai prediksi akan mengalami pertumbuhan tinggi di masa mendatang akan lebih memilih menggunakan saham untuk mendanai operasional perusahaan. Dengan demikian perusahaan yang memiliki peluang pertumbuhan yang rendah akan lebih banyak menggunakan utang jangka panjang (Hermuningsih, 2013). Perusahaan yang mempunyai prediksi akan mengalami pertumbuhan yang tinggi akan mendorong perusahaan untuk melakukan perluasan usaha (ekspansi bisnis).

*Growth opportunity* bagi setiap perusahaan berbeda-beda, hal ini menyebabkan perbedaan keputusan pembelanjaan yang diambil oleh manajer keuangan. Perusahaan dengan *growth opportunity* yang tinggi cenderung membelanjai pengeluaran investasi

dengan modal sendiri untuk menghindari masalah *underinvestment* yaitu tidak dilaksanakannya semua proyek investasi yang bernilai positif oleh pihak manajer perusahaan (Hermuningsih, 2013). Selain itu, perusahaan dengan *growth opportunity* yang tinggi akan memberikan sinyal yang positif kepada investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Dengan adanya *growth opportunity* yang tinggi diharapkan perusahaan mampu mencapai dan menghasilkan keuntungan yang tinggi dimasa yang akandatang. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Pratiwi & Amanah (2017) menunjukkan bahwa *growth opportunity* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain yang dilakukan Hermuningsih (2013) menunjukkan bahwa *growth opportunity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai : **Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan *Growth Opportunity* Terhadap Nilai Perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.**

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah pertumbuhan penjualan, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *growth opportunity* secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ?

4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ?
5. Apakah *growth opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang dapat dicapai dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Menguji pengaruh pertumbuhan penjualan, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *growth opportunity* secara simultan terhadap nilai perusahaan.
2. Menguji signifikansi pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.
3. Menguji signifikansi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
4. Menguji signifikansi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
5. Menguji signifikansi pengaruh *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Diharapkan dari penelitian ini akan memberikan berbagai manfaat baik secara empiris, teoritis, maupun kebijakan diantaranya sebagai berikut:

#### **1. Bagi Peneliti**

- a) Menambah wawasan dan kemampuan berpikir mengenai penerapan teori yang telah didapat dari mata kuliah yang telah diterima kedalam penelitian yang sebenarnya.
- b) Dapat memperluas dan memperkaya pengetahuan dibidang keuangan, khususnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

## 2. Bagi Perusahaan

- a) Memberikan gambaran yang jelas mengenai pengaruh pertumbuhan penjualan, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan
- b) Sebagai bahan masukan dalam mempertimbangkan pengambilan kebijakan *financial* guna meningkatkan kinerja perusahaan dimasa yang akan datang.

## 3. Bagi Pembaca dan Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan bagi pembaca dan memberikan rujukan serta referensi perluasan bagi peneliti selanjutnya yang mungkin juga melakukan penelitian yang berkaitan dengan nilai perusahaan.

### 1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika ini berguna untuk memberikan gambaran yang jelas dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan, secara sistematis susunan skripsi ini diuraikan sebagai berikut:

#### BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

#### BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini membahas mengenai tinjauan pustaka yang meliputi penelitian terdahulu yang akan menjadi acuan dalam penyusunan penelitian ini dan teori – teori yang menjadi landasan dalam

menyelesaikan permasalahan penelitian, kerangka penelitian, dan hipotesis penelitian.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini memberikan penjelasan mengenai metode penelitian yang antara lain adalah rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel dan pengambilan teknik sampel, data dan metode pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan dalam pemecahan masalah.

### **BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Bab ini berisi tentang uraian gambaran subyek penelitian, analisis data, dan pembahasan dari analisis data.

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan hasil dari penelitian, keterbatasan pada penelitian serta saran bagi para peneliti selanjutnya.